

**Х. В. Искандарова**

*Тверской государственный университет, магистрант*

*Научный руководитель: к.ф.н. С. А. Колосов*

## **СТРУКТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭРГОНИМОВ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Процесс глобализации играет важнейшую роль в развитии экономического сотрудничества по всему миру. Международные связи стремительно растут и приобретают решающее значение в установлении деловых контактов. В этом отношении немаловажным способом обеспечения межкультурного взаимодействия является английский язык: с каждым годом он занимает всё более значимое место в коммуникации, становясь средством интернационального общения. Таким образом перевод является незаменимой составляющей в установлении и поддержании общения между представителями различных стран.

Каждая культура имеет свои специфические черты, в том числе и языковые, которые необходимо передать реципиенту в понятной, чёткой и доступной форме, при этом сохранив их аутентичность. Нередко данные особенности составляют проблему перевода, и среди них в сфере деловой коммуникации можно выделить передачу названий организаций и форм собственности. Их перевод вызывает некоторые трудности, так как до сих пор не существует чётких и определённых правил их передачи.

Как известно, разделом лингвистики, изучающим имена собственные, является ономастика [Подольская 1978: 7]. Она обладает собственной терминологической системой, в которую входит понятие «эргоним». По замечанию Н.В. Подольской, эргоним – это «один из разрядов онима», который в свою очередь представляет собой «слово или словосочетание, служащее для выделения именуемого им объекта среди других, его индивидуализации и идентификации» [цит. раб.: 95]. Под эргонимом понимается «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [там же].

Д. И. Ермолович отмечает, что эргонимы, как и другие имена собственные, «закрепляются за предметом в индивидуальном порядке и должны в принципе служить для обозначения этого предмета не только в какой-то одной языковой среде, но и в других языковых и культурных средах» [Ермолович 2001: 34]. Именно поэтому при «переводе» имён собственных одного языка на другой принято говорить о передаче онима. Одним из самых пополняемых разделов ономастики является эргонимика — направление, изучающее наименования деловых объединений людей. Эргоним — собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка).

Эргонимы как имена собственные могут быть структурированы по числу компонентов. Они могут состоять из одного компонента (имя собственное без родового понятия), а также могут быть двухкомпонентными («родовое понятие + эргоним»).

Существует несколько вариантов классификации эргонимов. Так, А.В. Суперанская подразделяет их на реальные (отражают местоположение предприятия и характер его деятельности: например, Мытищинский машиностроительный завод) и символические (частично характеризуют деятельность предприятия и состав его участников: к примеру, спортивное общество «Нефтяник») [Суперанская 1973: 195].

И.В. Крюкова в свою очередь выделяет три группы эргонимов: реальные (состоят из «любых слов любой части речи, не являющихся именами собственным»: например, *Волгоградский государственный университет*), условные (указывают на некоторые признаки денотата, в основном связанные с характером деятельности учреждения: *Международная ассоциация «Военные мемориалы»*) и символические (не связаны со свойствами денотата, то есть носят произвольный характер, или имена, обозначающие свойства объекта через соотнесенность с содержанием другого слова (ономастические метафоры): *космодром «Свободный»*) [Крюкова 2004: 73].

Структуры эргонимов в русском и английском языках в большинстве случаев схожи, так как в обоих языках эргоним может содержать и географический указатель (топоним), и так называемое слово-классификатор, и собственно ономастический элемент, о чем в своем исследовании говорит М. Я. Крючкова [Крючкова 2003: 26].

Одно из наиболее заметных различий между эргонимами в русском языке и английском в структурном плане – это, по мнению Д. И. Ермоловича, порядок следования составляющих их элементов. Так, в этой связи он говорит о приложениях, сообщающих дополнительную информацию об организации, ее устройстве, роде деятельности и т. д. К подобным приложениям относятся такие слова, как компания, организация, фонд, объединение, organization, company, fund, corporation и т. д. Д. И. Ермолович отмечает, что в русском языке такие слова чаще ставятся перед ономастическим элементом, а в английском, наоборот, следуют за именем собственным, которое выступает в атрибутивной функции [Ермолович 2014: 136]. Отсюда необходимость изменения позиции приложения относительно ИС при переводе. Примеры, которые приводит ученый: корпорация «Система-Галс» – *Sistema Gals Corporation*, торговая сеть «Амарант» – *the Amarant retail chain*, производственное объединение «Белоруснефть» – *the Belorusneft Production Association* [там же]. В русском языке указателями того, что слово-классификатор относится к названию, являются заглавная буква и кавычки, а в английском языке ту же функцию выполняет только заглавная буква.

Стоит также обратить внимание на то, что, если в полном названии той или иной компании присутствует слово-классификатор, в неофициальных

контекстах, где не требуется строгое соблюдение точности при написании имени собственного (в отличие, например, от официальных документов), его зачастую опускают даже при первом упоминании имени собственного. Это касается символических и некоторых условных эргонимов, в которых присутствует собственно ономастический элемент. К примеру, официальное название компании «Майкрософт» на английском языке – Microsoft Corporation, однако гораздо чаще компания упоминается как Microsoft.

Кроме того, Д. И. Ермолович указывает, что «в английском языке слово-классификатор гораздо чаще следует за эргонимом, чем предшествует ему» [Ермолович 2014: 137].

В состав наименований многих организаций и предприятий часто входят мемориальные антропонимы, т.е. имена тех, в честь кого или кем эти организации были основаны. Российские предприятия, организации и учреждения, как правило, включают антропоним либо в обороте со словом «имени», либо в форме прилагательного: *Завод имени Лихачева*, *Государственный центральный театр кукол имени С. Образцова*.

Рассмотрим следующий пример. В англоязычных названиях российских университетов часто встречаются варианты с конструкцией *named after*: *Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs* [Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs URL], *Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov* [Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov URL], *Voronezh State University named after Emperor Peter 1* [Voronezh State University named after Emperor Peter 1 URL] и другие.

Использование причастной конструкции *named after* в составе эргонима является неправильным. В англоязычных эргонимах с мемориальным антропонимом имя собственное принято ставить вначале, как, например, в названиях университетов США: *George Washington University* [George Washington University URL], *Harvard University* (Harvard College was established in 1636 and was named for its first benefactor, John Harvard of Charlestown) [Harvard University URL].

Многие российские университеты используют именно эту синтаксическую модель в своих англоязычных наименованиях. Например, *Lomonosov Moscow State University* [Lomonosov Moscow State University URL], *Bauman Moscow State Technical University* [Bauman Moscow State Technical University URL], *Ogarev Mordovia State University* [Ogarev Mordovia State University URL] и другие.

Одну из основных сложностей для переводчика, которому оказывается необходимо ввести в текст перевода приложение, поясняющее или характеризующее эргоним, представляет выбор артикля.

В большей степени это касается символических и отчасти условных эргонимов, так как именно они чаще всего в контексте требуют пояснений. В реальных и условных эргонимах слово-классификатор входит в название, делая его зачастую понятным и без дополнительной информации.

Безусловно, рекомендации, перечисленные в пособиях, полезны как на начальном, так и на продвинутом этапе изучения языка, но для практикующего переводчика чаще всего особой ценности они не представляют. Поэтому, на наш взгляд, важно рассмотреть этот вопрос именно с точки зрения перевода, взглянуть на реальную практику употребления эргонимов и предложить переводчику более гибкий алгоритм выбора артикля.

Начнем с того, что однокомпонентные эргонимы символического типа, а также условные, в состав которых не входит родовое наименование, употребляются без артикля. Например:

*Uber's disruptive business model, explosive growth, and constant controversies have made it one of the most fascinating companies to emerge since the late 2000s* [The History of Uber URL].

*Apple provides many purchasing options to meet the needs of Federal Government customers* [Apple URL].

Соответственно, названия российских компаний и организаций тех же типов без приложений и определений также в артикле не нуждаются:

*At the end of 2012, the total number of Eldorado stores amounted to 404 hypermarkets in 173 cities of the Russian Federation* [Eldorado URL].

Можно заметить, что встречаются примеры, в которых приложение как предшествует эргониму, так и следует за ним. Однако конструкции, где эргоним стоит после приложения, встречаются даже чаще, чем те, в которых он следует за словом-классификатором (и на использовании которых настаивает Д. И. Ермолович).

Итак, эргонимы являются одним из важнейших элементов языка и повсеместно используется в международной деловой коммуникации. Исходя из анализа структурных особенностей эргонимов в контексте их перевода, можно сделать вывод о необходимости учета разнообразных факторов при выборе стратегии перевода. Структура эргонимов имеет существенное влияние на выбор переводческих стратегий. Особое внимание следует уделять наличию родового понятия, использованию мемориальных антропонимов и артиклей, а также сохранению уникальности и индивидуальности эргонимов при переводе. Понимание этих структурных особенностей позволяет переводчикам более точно и эффективно передавать смысл имен собственных с одного языка на другой.

#### ЛИТЕРАТУРА

Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: «Р.Валент», 2001. 198 с.

Ермолович Д. И. Русско-английский перевод: учебник. М.: Аудитория, 2014. 592 с.

Крюкова И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: дис. ... докт. филол. наук. Волгоград: Перемена, 2004. 360 с.

Крюкова М. Я. Многокомпонентные эргонимы в аспекте орфографии: проблема совершенствования нормы правописания: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 26 с.

Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: НАУКА, 1978. 200 с.

Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. Москва: Наука, 1973. 366 с.

Ударова Н.И. К вопросу о принципах и способах передачи эргонимических единиц при переводе информационных текстов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. №10 (783). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-printsipah-i-sposobah-peredachi-ergonimicheskikh-edinits-pri-perevode-informatsionnyh-tekstov> (дата обращения: 07.04.2024).

Шутёмова Н. В. Лингводидактические аспекты перевода официально-делового текста // Евразийский гуманитарный журнал. 2018. №2. С. 46–53.

Apple. URL: <https://www.apple.com/> (дата обращения: 04.03.2024).

Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov. URL: <https://narfu.ru/en/> (дата обращения: 04.03.2024).

Bauman Moscow State Technical University. URL: <https://bmstu.ru/> (дата обращения: 04.04.2024).

Eldorado. URL: <https://www.eldorado.ru/> (дата обращения: 04.04.2024).

George Washington University. URL: <https://www.gwu.edu/> (дата обращения: 14.04.2024).

Harvard University. URL: <https://www.harvard.edu/> (дата обращения: 15.04.2024).

Lomonosov Moscow State University. URL: <https://www.msu.ru/en/index.html> (дата обращения: 04.04.2024).

Ogarev Mordovia State University. URL: <https://mrsu.ru/en/university/> (дата обращения: 15.04.2024).

The History of Uber. URL: <https://www.investopedia.com/articles/> (дата обращения: 15.04.2024).

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs. URL: <https://www.vlsu.ru/index.php?id=183> (дата обращения: 15.04.2024).

Voronezh State University named after Emperor Peter 1. URL: <https://www.vsu.ru/en> (дата обращения: 15.04.2024).