

## ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗНОШЕНИЯ НАЗВАНИЙ БРЕНДОВ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

**Губанов Андрей Андреевич**

студент Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, РФ, г. Комсомольск-на-Амуре

### SPECIAL FEATURES OF BRAND NAME INDICATIONS IN ENGLISH LANGUAGE

**Andrey Gubanov**

*student, Amur State University of Humanities and Pedagogy, Russia, Komsomolsk-on-Amure*

**Аннотация.** Статья посвящена актуальному вопросу корректного произношения названия брендов на английском языке. Проанализирована история бренда, из каких языков происходят торговые названия и их правильное и неправильное произношение среди граждан США.

**Abstract.** The article is devoted to the actual question of correct pronunciation of the brand name in English. The history of a brand and the connection with other languages trade names came from are analyzed. The author paid attention to their correct and incorrect pronunciation among English speakers.

**Ключевые слова:** название; бренд; товарный знак; произношение; английский язык.

**Keywords:** name; brand; trademark; pronunciation; English language.

Бренды являются одной из актуальнейших тем научных исследований в самых разных направлениях. К ним можно отнести рекламную сферу, как основную, но также рекламные имена изучаются и с филологической, лингвистической точки зрения. Среди российских и зарубежных авторов можно выделить научные работы П.Б. Паршина, О.В. Шефера, В.Ю. Кожановой, Н.А. Стадульской, Е.Б. Воронина, Р. Гр. Джеймса (James R.Gr.), Дж. Вибмана (Wiebmann J.) и др.

Как гостя мы встречаем по одежде, так и продукт мы встречаем по названию бренда. Но верна ли данная встреча в рамках произношения? Бренды появились ещё во времена Древнего Египта (XVI в. до н. э. – XI в. до н. э) [5], когда ремесленники ставили свои знаки на

сделанные ими кирпичи. Товарные знаки нужны были для того, чтобы покупатель вновь мог купить продукцию данного ремесленника. Затем в 1266 году в Англии появился закон об обязательном указании торговой марки производителя на булочных изделиях. Таким образом, в случае недовеса или производства низкогокачественного товара, можно было установить лицо, виновное в этом [2].

Бренд, нэйм, рекламное имя, торговая марка – в современном мире существует множество версий терминологии, а разговорная речь пополняется новыми лексическими единицами, зачастую меняющими свое первоначальное значение. В своем исследовании мы предпочли использование термина «бренд».

Цель исследования – изучить корректное и некорректное произношение названий брендов на английском языке.

Постановка цели позволила выделить следующие задачи:

- изучить функции, виды и особенности брендинга;
- рассмотреть названия зарубежных брендов различных производственных компаний, их аутентичное произношение;
- проанализировать, как англоговорящая публика произносит их на английском языке в настоящее время.

Объектом исследования выступают аутентичные названия брендов различных производственных компаний.

Предметом исследования являются лингвистические особенности произношения брендов среди англоговорящей аудитории в США.

Стивен Кинг дал интересное определение [7]: “продукт — это то, что делается на заводе, а бренд — это то, что покупается человеком. Можно сказать, что бренд — это воплощение человеческой мысли относительно продукта. Также он является одним из важнейших коммуникаторов в цепочке “потребитель – товар”. Слово “бренд” полисеманлично, поэтому выделим несколько наиболее популярных значений:

1. торговая марка товара или продукта в наиболее предпочтительном образе, имеющем высокую репутацию у потребителя [10];
2. торговая марка, по которой покупатель может узнать производителя определенного товара [3];
3. ментальная конструкция, сумма всего опыта человека, его восприятие вещи, продукта, компании или организации [5];

Следует отметить, что бренд и торговую марку в большинстве случаев отождествляют.

Например, К. Келлер выделяет шесть основных характеристик товарной марки:

- наименование;
- логотип или символ;
- персонаж;
- мотив;
- слоган;
- упаковка [4].

Рассматривая бренды с филологической точки зрения, мы, прежде всего, уделили внимание аутентичному произношению нейминга бренда.

В современном мире неправильное произношение является, достаточно явной проблемой, в первую очередь это выражено в английском языке.

Основные причины:

1. изменение звука: слова больше не произносятся так, как раньше [17], но правила правописания не изменились;
2. заимствованные слова: не имеют последовательности. Иногда сохраняется орфография и произношение. В других случаях сохраняется произношение, а орфография адаптируется к английским стандартам, либо орфография остается в первозданном виде и слово произносится так, как оно пишется.

В этом и заключается проблема неправильного произношения, ведь большинство названий брендов пришло в английский из других языков [9,11,13,14]. Рассмотрим несколько примеров:

1. Koenigsegg – автопроизводитель из Швеции, правильное произношение - “kou-nig-zegg”, неправильно - “kay-nig-segg, ko-nick-zag”;
2. Lamborghini – известный итальянский автопроизводитель, правильное произношение - “lam-bor-gee-nee”, неправильно - “lam-bor-gini”;
3. Volkswagen – немецкий автоконцерн, правильное произношение - “vo-ks var-gun”, неправильно - “volks wag-en”;
4. Addidas – немецкий промышленный концерн, специализирующийся на выпуске спортивной обуви, одежды и инвентаря, правильное произношение - “ah-DEE-das”, неправильно - “AH-dee-das”;
5. Nike – американская компания, всемирно известный производитель спортивной одежды и обуви, правильное произношение - “ni-key”, неправильно - “nyke”;
6. Balenciaga – испанский бренд одежды, правильное произношение - “bah-len-see-ah-gah”, неправильно - “bah-len-chee-aga”.
7. Adobe – американская компания — разработчик программного обеспечения. правильное произношение - “uh-doe-be”, неправильно - “a-dobe”;
8. Hermes – французский дом моды, специализируется на изготовлении кожаных изделий, одежды, парфюмерии. правильное произношение - “air-mez”, неправильно - “her-meas”;
9. Givenchy – французский модный дом, специализируется на выпуске одежды, обуви, аксессуаров и парфюмерии, правильное произношение - “jee-von-shee”, неправильно - “give-en-chee”;
10. Louis vuitton – французский дом моды, специализирующийся на производстве чемоданов, сумок и модной одежды, правильное произношение - “loo-wee vwee-tahn”, неправильно - “loo-is voo-ton”;

По словам Даниэля М. Оппенгеймера, профессора психологии в Школе менеджмента Андерсона при Калифорнийском университете в Лос-Анджелесе, более трудные для произношения имена снижали вероятность покупки акций, а у политиков со сложными именами было больше проблем в опросах. Простой, понятный язык ассоциируется у людей с положительными качествами, такими как уверенность, понятность. Если у публики возникают трудности с определением, как произносить название компании, это создает конкуренцию на рынке, что может повредить имиджу и спросу бренда [8]. Основная функция брендов — подтверждение высокого качества товара. Репутация марки имеет огромное значение при торговле товарами, качество которых покупатель не всегда может оценить самостоятельно.

Подводя итог, можно сказать, что неправильное произношение брендов в английском языке, в основном объясняется их инородным происхождением. Несоответствие написания и произношения слова подтверждается уникальными именами собственными такими как: географические места, бренды, имена и фамилии знаменитых дизайнеров и ученых [12]. Именно в этих словах и совершается большая часть фонетических ошибок.

## Список литературы:

1. Венгер Ю.С. Нейминг в системе формирования и продвижения бренд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:  
<https://cyberleninka.ru/article/v/neyming-v-sisteme-formirovaniya->

## i-prodvizheniya-brenda (Дата обращения: 22.03.2019)

2. Воронина Екатерина Борисовна. Способы словообразования имен международных брендов // Вестник ВятГУ. – 2009. – №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-slovoobrazovaniya-imen-mezhdunarodnyh-brendov> (Дата обращения: 25.03.2019).

3. Ефремова Т.Ф. Толковый словарь Ефремовой. 2000. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:

<https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/273155/>

## %D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4 (Дата обращения: 12.03.2019).

4. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом, 2-3 изд: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.

5. Кузнецов С.А. Толковый словарь Кузнецова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://slovariki.org/tolkoviy-slovar-kuznecova/4077> (Дата обращения: 12.03.2019).

6. Экономика Древнего Египта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://topknowledge.ru/istoriya-ekonomicheskikh-uchenij/1619-ekonomika-drevnego-egipta.html> (Дата обращения: 04.04.2019).

7. Alice M. Tybout, Gregory S. Carpenter. Creating and Managing Brands. — 78 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.kellogg.northwestern.edu/>

## faculty/carpente/htm/creatingmanagbrands.pdf (Дата обращения: 28.03.2019).

8. Daniel Oppenheimer. Better Living through Science [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://blogs.anderson.ucla.edu/anderson/2015/11/daniel-oppenheimer-better-living-through-science.html> (Дата обращения: 28.03.2019).

9. Hannah Moran 10 popular brand names we've been mispronouncing all this time [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:

## <https://evoke.ie/2017/06/17/extra/popular-brand-names-mispronounced> (Дата обращения: 05.04.2019).

10. James R. Gr., Wiechmann J. Leveraging The Corporate Brand. Publisher: McGraw-Hill, 1997. – 256 p.

11. Jami Oetting. 30 Famous Brand Names You're Probably Pronouncing Wrong – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:

## <https://blog.hubspot.com/agency/pronounce-brand-name-wrong-infographic> (Дата обращения: 22.03.2019).

12. Jan Volín, Radek Skarnitl. The Pronunciation of English by Speakers of Other Languages. – 303 p. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://books.google.ru/books?id=q59fDwAAQBAJ&pg=PA303&lpg=PA303&dq=conclusion+about+pronunciation+of+brands&source=bl&ots=vq\\_YVV6byP&sig=ACfU3U1u97mt5k\\_rNODJACZS96QF-BBD4w&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjS\\_qrttabhAhWBtYsKHWd6Dno4ChDoATACegQICRAB#v=onepage&q=conclusion%20about%20pronunciation%20of%20english%20by%20speakers%20of%20other%20languages](https://books.google.ru/books?id=q59fDwAAQBAJ&pg=PA303&lpg=PA303&dq=conclusion+about+pronunciation+of+brands&source=bl&ots=vq_YVV6byP&sig=ACfU3U1u97mt5k_rNODJACZS96QF-BBD4w&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjS_qrttabhAhWBtYsKHWd6Dno4ChDoATACegQICRAB#v=onepage&q=conclusion%20about%20pronunciation%20of%20english%20by%20speakers%20of%20other%20languages)

20of%20brands &f=false (Дата обращения: 22.03.2019).

13. Mic Florendo HARD-TO-PRONOUNCE CAR BRAND NAMES [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:

<https://blog.vroomvroomvroom.com/2018/05/hardest-car-brands-pronounce.html> (Дата обращения: 05.04.2019).

14. Prakhar Pramod. 27 Popular Brand Names You've Been Mispronouncing All This Time [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.scoopwhoop.com/inothernews/how-to-pronounce-brand-names/#.eb6p79dta> (Дата обращения: 22.03.2019).

15. The American Heritage Dictionary of the English language (4-th edition). Houghton Mifflin Company, 2000. – P. 224.

16. The chambers dictionary. Edinburgh: Harrap Publishers Ltd, 2000. P. 193.

17. Wells J.C, University College London, Our changing pronunciation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.phon.ucl.ac.uk/home/wells/cardiff.html> (Дата обращения: 04.04.2019).