**СПОСАБЫ ПЕРАДАЧЫ НАЗВАЎ**

**НА БЛІЗКАРОДНАСНЫХ МОВАХ**

**(на прыкладзе фірмонімаў Беларусі)**

С.А. Шацёр-Шалюта

(Цэнтр даследаванняў беларускай культуры,

мовы і літаратуры НАН Беларусі)

Існуюць два асноўныя спосабы перадачы ўласных імёнаў: гэта графічны перанос (*трансплантацыя*) – дакладны перанос графічнай абалонкі слова з захаваннем усіх асаблівасцей мовы-донара і *запазычанне* (разнавіднасці: транскрыпцыя – узнаўленне гукавай абалонкі слова; транслітарацыя – узнаўленне літарнай формы пры дапамозе графікі мовы-акцэптара).

У навуковай літаратуры згадваюцца яшчэ транспазіцыя (субстытуцыя) – эквівалентная сэнсавая перадача імя ў нацыянальным варыянце; замена, мадыфікацыя і адаптацыя імя ў перакладных тэкстах [3]. В.Ц. Галенка настойвае на адназначнай перадачы ўласных імёнаў шляхам аўтаматычнай канверсіі [1;2].

Пры аналізе фірмонімаў Беларусі намі былі зафіксаваны наступныя варыянты падачы назваў на беларускай мове, якія карэлююцца са спосабамі перадачы назваў на іншую мову:

1. Трансплантацыя: *«Прод Аккорд»* – *«Прод Аккорд», «Печурка»* – *«Печурка», «Стройсам»* – *«Стройсам», «Лоск-торг» – «Лоск-торг», «НеоОктан»* – *«НеоОктан».* Засведчаныя намі прыклады ў большасці выпадкаў трансплантуюцца з рускай мовы на беларускую.

Адзначым, што трансплантуецца толькі анамастычным маркёр фірмоніма (частка, заключаная ў двукоссе), тэрмін прававога статусу заўсёды перакладаецца: *частное производственно-строительное УП «Макстроймонтаж»* – *прыватнае вытворча-будаўнічае ўнітарнае прадпрыемства «Макстроймонтаж», частное строительное УП «Шлях-К»* – *прыватнае будаўнічае ўнітарнае прадпрыемства «Шлях-К»*. У фірмоніме *«Шлях-К»* капіруецца беларускамоўны варыянт прапрыяльнай часткі, але выпадкі прыярытэту беларускай мовы адзінкавыя (*«Пралеска» – «Пралеска», «Зорны верасень» – «Зорны верасень»*).

2. Транслітарацыя: *«Медиа шторм»* – *«Медіа шторм»* (бел. «Медыя шторм»), *«Владини»* – *«Владіні»* (бел. «Уладзiнi»), *«Стилист»* – *«Стіліст»* (бел. «Стылiст»), *«ПрадоРест компани»* – *«ПрадоРест компані», «Арбузик»* – *«Арбузік»*. У гэтым выпадку за асноўны прыняты таксама рускамоўны варыянт.

3. Транскрыпцыя: *«Творец»* – *«Тварэц»* (бел. «Творца»), *«Чистый источник»* – *«Чысты істочнік»* («Чыстая крынiца»), *«Улыбка Фортуны»* – *«Улыбка Фартуны»* (бел. «Усмешка Фартуны»), *«Белая ромашка» – «Белая рамашка»* (бел. «Белы рамонак»), *«Стройплощадка»* – *«Стройплашчадка», «Стройпоставка»* – *«Стройпастаўка», «ИДЕА ЛЮКС»* – *«ІДЗЕА ЛЮКС», «Перекрёсток Консалтинг» – «Перакростак Кансалтынг».*

Мовай-донарам у прыведзеных прыкладах выступае руская (беларускамоўны прыклад адзінкавы: “Цікава” – «Тикава»).

4. Пераклад: *«Стройкраска»* – *«Будфарба», «Тысячелетие»* – *«Тысячагоддзе»,* *«Октябрь-Павлово»* – *«Кастрычнік-Паўлава», «Дорога в жизнь»* – *«Шлях у жыццё», «Славянский Дом»* – *«Славянская Хата», «Стекольная компания»* – *«Шкляная кампанія», «ТоргБумИзделие»* – *«ГандальПапВыраб», «Уютная квартира»* – *«Утульная кватэра».*

У выпадку перакладных варыянтаў складана вызначыць, якая з моў пры найменні была першапачатковай (донарам), а на якую ажыццяўляўся пераклад. Дапускаюцца выпадкі, калі назва сапраўды давалася на дзвюх мовах адразу.

Звернем увагу на назву *кансалтынгавага прыватнага ўнітарнага прадпрыемства «Правастатут»*, якая на рускай мове падаецца як *консалтинговое частное УП «Правостатус»*: словы ***статут*** і ***статус*** не з’яўляюцца эквівалентнымі, бо яны абазначаюць розныя паняцці (дакумент і становішча). У гэтым прыкладзе мы назіраем ці тэхнічную памылку спецыяліста-рэгістратара назвы, якая набыла статус афіцыйнай, ці змешванне намінатарам слоў-паронімаў. Паранімія тлумачыцца няцвёрдым веданнем значэння слова, некампетэнтнасцю намінатара ў той сферы дзейнасці, да якой адносіцца слова, а таксама дрэнным валоданнем адной з моў.

5. Змешаны спосаб: *«ДвинСтройТорг»* – *«****Д****вінБудГандаль», «Дипстрой»* – *«****Д****іпбуд», «Строительная компания Титан»* – *«Будаўнічая кампанія* ***Т****ітан»* (транслітарацыя+пераклад); *«Октябрь-торг»* – *«****Акцябр****-гандаль»* (бел. «Кастрычнік») (транскрыпцыя+пераклад).

У некаторых прыкладах кшталту *«Мир уюта» – «Мір уюта»* спосаб перадачы назвы кваліфікуецца як запазычанне, але немагчыма адназначна выявіць яго разнавіднасць (транскрыпцыя ці транслітарацыя)

Закон аб мовах прадпісвае мову назваў дзяржаўных органаў i iншых арганiзацый, мову тапонімаў і картаграфічных выданняў, а таксама мову асабовых імёнаў і прозвішчаў, якія павінны падавацца на беларускай і (або) рускай мовах. Адносна назваў прадпрыемстваў рэкамендацый няма. Таму фірмонімы афіцыйна рэгіструюцца адначасова на рускай і беларускай мовах. Прыярытэтная мова не вычляняецца, як, напрыклад, у выпадку з назвамі вуліц, якія павінны транслітаравацца з беларускай. У выніку адсутнасці заканадаўча зацверджанай прыярытэтнай мовы актуалізіруецца некалькі палажэнняў: з аднаго боку, раўнапраўе моў, валоданне носьбітам абедзвюма мовамі; з другога – на практыцы прыярытэтнай мовай становіцца любая па выбары намінатара. Беларускай мовай валодае абмежаваная колькасць асоб, у асноўным пасіўна. Таму бачым, што наспела патрэба ў стварэнні інструкцыі па перадачы назваў кірылічных фірмонімаў (і больш шырока – эргонімаў).

Улічваючы моўныя і заканадаўчыя нормы, псіхалінгвістычныя асаблівасці ўспрымання блізкароднасных моў, транслітарацыя, транскрыпцыя фірмонімаў з рускай мовы на беларускую, а таксама змешаны спосаб перадачы з’яўляюцца непрымальнымі. Для аднастайнасці функцыянавання розных разрадаў онімнай лексікі лагічна было б пры называнні фірмы зыходнай мовай лічыць беларускую, як гэта адбываецца ў тапаніміі і антрапаніміі. Але на міжнародным рынку сітуацыя складваецца так, што назвы камерцыйным прадпрыемствам прысвойваюцца на розных мовах, не арыентуючыся на нацыянальную мову, бо рыначныя адносіны не замыкаюцца ў рамках адной краіны. Таму прыярытэтнай можа стаць любая мова. Пры гэтым беларускамоўныя варыянты пажадана транслітараваць на мовы, якія карыстаюцца лацінскай графікай, выкарыстоўваючы беларускую лацінку (ААТ “Бялынічывадгас” – ААТ “Bialyničyvadgas”). На кірылічныя мовы (на рускую ў прыватнасці) перадаваць, захоўваючы арыгінальную графічную абалонку слова (транспазіцыяніраваць, ці, інакш кажучы – капіраваць): ААТ “Пралеска-Слонім” – ООО “Пралеска-Слонім”, ПУП “Агееў і К” – ЧУП “Агееў і К” (а не “Агеев и К”), ТДА “Цікава” – ОДО «Цікава» (а не “Тикава”). У выпадку наяўнасці асаблівых графем ці гукаў беларускай мовы (*і, апостраф, ў*) капіраванне дазволіць зняць эфект памылковасці пры адрозненнях правапісу ў мовах, а таксама пазбегнуць цяжкасцей у выбары замены гука, які адсутнічае ў рускай мове.

У выпадку сугучнасці назвы на абедзвюх мовах трэба выкарыстоўваць правапіс мовы-акцэптара (*«Дабро»* з бел. – *«Добро»* рус.; *“Травник”* з рус. *– “Траўнік”* бел., а не *“Травнік”*), рускамоўныя ж часткі фірмонімаў неабходна перакладаць на беларускую мову, як перакладаецца тэрмін прававога статусу: *общество с дополнительной ответственностью "Торговый Дом Новэль" - таварыства з дадатковай адказнасцю "Гандлёвы Дом Навэль"*.

1. Галенко, В.Т. Конверсия графических систем письма – <http://zhurnal.lib.ru/g/galenko_w_t/galenko.shtml> – Галенко В.Т. Многоязычная коммуникация кириллических языков // Библиотековедение. – 2007. – № 2. – С. 60-63.

2. Галенко, В.Т. Культура многоязычной коммуникации в информационном пространстве // НТИ Серия 1. – 2006. – № 11.

3. Козылева, М.В. К вопросу о передаче антропонимов при переводе. – [http://libr.msu.mogilev.by/bitstream/123456789/1448/1/](http://libr.msu.mogilev.by/bitstream/123456789/1448/1/%EF%BF%BD.pdf) – Раманаўскія чытанні, Магілёў, 2011 г. – С. 31–37.