

(ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ФРАГМЕНТ)

НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК БЕЛАРУСИ
ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ БЕЛОРУССКОЙ КУЛЬТУРЫ,
ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

УДК 811.161.1'373.2+811.161.3'373.2

ВАГНЕР

Светлана Андреевна

**ФИРМОНИМЫ БЕЛАРУСИ В СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКОМ,
СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОМ
И ФУНКЦИОНАЛЬНОМ АСПЕКТАХ**

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

по специальности 10.02.02 – русский язык

Минск, 2019

Работа выполнена в ГНУ «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси»

**Научный
руководитель:**

Копылов Игорь Леонович,
кандидат филологических наук, доцент, директор
филиала «Институт языкознания имени Якуба Коласа»
ГНУ «Центр исследований белорусской культуры, языка
и литературы Национальной академии наук Беларуси»

**Официальные
оппоненты:**

Ратникова Ирина Энгелевна,
доктор филологических наук, профессор, профессор
кафедры русского языка Белорусского государственного
университета

Дервяго Анна Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры
общего и русского языкознания УО «Витебский
государственный университет имени П. М. Машерова»

**Оппонирующая
организация:**

УО «Белорусский государственный педагогический
университет имени Максима Танка»

Защита состоится «21» июня 2019 г. в 12.00 на заседании совета по защите диссертаций Д 01.42.03 при ГНУ «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси» (220072, г. Минск, ул. Сурганова, д. 1, корп. 2; тел. 284-27-20, e-mail: inlinasbel@tut.by).

С диссертацией можно ознакомиться в Центральной научной библиотеке имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси.

Автореферат разослан «21» мая 2019 г.

Ученый секретарь
совета по защите диссертаций
кандидат филологических наук, доцент



Н. В. Полещук

Социально-экономическая и политическая ситуация в Беларуси в конце XX – начале XXI века способствовала появлению и развитию в стране частного бизнеса в форме таких коммерческих структур, как унитарные предприятия и различные виды хозяйственных обществ. В связи с этим возникла необходимость в централизованной государственной регистрации данных организаций (юридических лиц) с обязательным присвоением им фирменных наименований на двух государственных языках (русском и белорусском¹). Это обусловило активный рост числа новых единиц онимной лексики, входящих в эргонимное поле, – названий коммерческих предприятий (фирм). В отношении данного класса онимов украинский исследователь О. Е. Белей ввел понятие *фирмонимы*.

На современном этапе внимание восточнославянских лингвистов уделяется многоаспектным проблемам эргонимии в целом как системы наименований деловых объединений людей. Теоретические проблемы, касающиеся изучения процесса формирования современной модели номинации белорусских фирмонимов, а также вопросы их функционирования (в том числе стандартизации) до настоящего времени не являлись предметом отдельного исследования.

Особую **актуальность** приобретают вопросы установления лингвистического статуса фирмонимов, их места в системе имен собственных, а также выявление особенностей фирмонимного словообразования и семантики. Введение в научный оборот новых онимных единиц позволяет осуществлять в дальнейшем их лексикографическое описание. Разработка практических рекомендаций по унификации фирменных наименований способствует включению фирмонимов в письменную коммуникацию в соответствии с грамматическими и орфографическими нормами белорусского и русского языков, помогает исключить случаи юридических осложнений и сократить количество поводов для гражданских исков, упростить систему документооборота и привести ее к единой форме.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами, темами. Настоящая работа выполнена в рамках государственной программы фундаментальных исследований на 2006–2010 гг. «Белорусский язык и белорусская литература в историческом развитии и современном обществе, их связь и взаимодействие с другими языками и всемирным литературно-художественным процессом», а также государственных программ научных исследований «История, культура,

¹ Согласно постановлению Министерства юстиции Республики Беларусь № 20 от 05.03.2009 «О согласовании наименований юридических лиц» (п. 1.7) «наименование юридического лица должно указываться на русском и белорусском языках».

общество, государство» на 2011–2015 гг. и «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» на 2016–2020 гг. Тема диссертации соответствует приоритетным направлениям фундаментальных и прикладных научных исследований, утвержденным постановлениями Совета Министров Республики Беларусь № 512 от 17 мая 2005 г. (п. 10) «Философско-мировоззренческие предпосылки и логико-методологические основания общественного прогресса и социальной устойчивости, развития личности, культуры и образования, формирования идеологии белорусского общества» (п. 10.4 – система современного белорусского языка, пути его исторического развития и связи с другими языками мира), № 585 от 19 апреля 2010 г. (п. 11) «Социально-экономическое и духовно-культурное развитие Республики Беларусь» (п. 11.9 – историческое развитие белорусского языка, его современное состояние, функционирование и связи с другими языками мира) и № 190 от 12 марта 2015 г. (п. 11) «Общество и экономика».

Цель и задачи исследования.

Цель диссертации – выявить структурно-семантические, словообразовательные и функциональные особенности названий современных коммерческих предприятий (фирмонимов) Беларуси и разработать практические рекомендации по их стандартизации. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих теоретических и прикладных **задач**:

1) установить лингвистический статус названий коммерческих предприятий, определить их место среди других разрядов имен собственных;

2) проанализировать влияние лингвистических и экстралингвистических факторов на характер наименований фирм;

3) выявить предпосылки возникновения современной модели фирмоименования, проследив процесс изменения отдельных моделей номинации предприятий на протяжении XX в. и установив их зависимость от социально-экономических преобразований в обществе;

4) выделить и охарактеризовать тематические и отраслевые группы фирмонимов, вычленив типовые компоненты в названиях коммерческих предприятий различных сфер деятельности, на основании чего определить основные тенденции в процессе номинации фирм;

5) установить способы словообразования, характерные для белорусской фирмонимии;

6) выявить случаи нарушения в системе письменного оформления функционирующих в настоящее время фирмонимов, классифицировать орфографические и грамматические ошибки, встречающиеся в названиях коммерческих организаций, на основании чего разработать рекомендации по унификации написания фирменных наименований.

В качестве **объекта** исследования выступают названия коммерческих организаций частной формы собственности, документально

зарегистрированные на территории Беларуси на двух государственных языках – русском и белорусском – в виде частных унитарных предприятий (ЧУП) и хозяйственных обществ (открытых и закрытых акционерных обществ – ОАО, ЗАО и обществ с ограниченной и дополнительной ответственностью – ООО, ОДО), оказывающих туристические, медицинские, транспортные, строительные услуги, а также занимающихся производственной деятельностью. **Предметом** диссертационного исследования являются структурно-семантические, словообразовательные и функциональные особенности фирмонимов. **Материалом** для исследования послужили 3440 фирмонимов, отобранных методом сплошной выборки из информационных каталогов и телефонных справочников Беларуси. Основным источником является база данных управления Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей Министерства юстиции Республики Беларусь за 2003–2007 гг., которая включает также названия фирм, появившихся на этапе перехода страны к рыночной экономике (начиная с 1991 г.) и не подвергавшихся ранее систематизации и регистрации. Преимущественное большинство названий исследуемого периода функционирует до настоящего времени.

Научная новизна. Впервые проведена классификация эргонимной лексики по типу номинируемого объекта. Уточнено определение фирмонима. Конкретизирован список объектов, наименования которых входят в фирмонимное поле. Проведен анализ белорусских фирмонимов в структурно-семантическом, словообразовательном и функциональном аспектах. Введены новые понятия (*капсирование, реверсивный, фирмонимный маркер*). Показана тесная взаимосвязь лингвистического и правового аспектов функционирования фирмонимии Беларуси, рассмотрены вопросы соответствия фирмонимов языковым и юридическим нормам. Предложены рекомендации по орфографической унификации названий белорусских фирм.

Положения, выносимые на защиту.

1. Фирмонимы, являясь частью эргонимной лексики, образуют автономную подсистему, занимающую периферийное место в ономастическом пространстве, и характеризуются комплексом отличительных особенностей: а) служат для обозначения особого рода объектов – коммерческих предприятий, или юридических лиц, ведущих торговую деятельность с целью извлечения выгоды, б) представляют собой результат творческой деятельности номинатора, в) обладают исключительной зависимостью от правовых норм, г) имеют усложненную трехчастную структуру (термин правового статуса, термин вида предприятия и ономастический маркер), д) выполняют номинативную, информативную, рекламную и мемориальную функции, свойственные другим разрядам эргонимов, а также специфическую –

юридическую – функцию соответствия законодательным требованиям и охраны права на имя.

2. Белорусский фирмонимикон представляет собой динамическую открытую подсистему ономастического пространства, количественные и качественные изменения в которой происходят под влиянием лингвистических и экстралингвистических факторов в русле как общеславянских номинативных тенденций (фирмонимы содержат в своем составе имена собственные, иноязычные компоненты, фирмонимные маркеры, зашифрованные имена владельцев компании и указание на коллектив основателей фирмы), так и национальных (в обязательном порядке имеют письменную фиксацию варианта на белорусском языке, в некоторых случаях включают в свой состав белорусские топонимы, а также компонент *бел*, указывающий на название государства *Беларусь* и производное от него прилагательное *белорусский*). Структура фирмонимов, их графическое оформление, некоторые особенности смыслового наполнения регулируются законодательством Республики Беларусь.

3. Названия коммерческих предприятий прошли эволюционный путь развития от конкретно-атрибутивной модели дореволюционного периода через косвенно-абстрактную номинацию советских времен (посредством указания на вид учреждения) до абстрактных символических именовании начала XXI в. Современная модель фирмоименования сохраняет традиции дореволюционной модели номинации (упоминание владельца компании), а также определенные черты советской эпохи (широкое использование аббревиатур), при этом отличается высокой частотностью употребления варваризмов, авторских новообразований, наличием фиксированной трехчастной структуры с обязательным указанием организационно-правовой формы предприятия.

4. В зависимости от степени выраженности в наименовании специфики деятельности фирмы выделяются три типа фирмонимов: информирующие (прямо указывающие на вид деятельности), косвенно информирующие (частично ассоциирующиеся с видом деятельности) и неинформирующие (не имеющие ассоциаций с видом деятельности) названия, которые распределяются по тематическим и отраслевым группам. Для каждой из отраслевых групп фирмонимов характерна своя специфика прагматического воздействия на потребителя, а также наличие типовых компонентов (маркеров вида деятельности: *тур, мед, дент, строй, транс* и др.).

5. Для современной белорусской фирмонимии характерны как традиционные способы онимического словообразования (лексико-семантический, морфологический и лексико-синтаксический), так и специфические способы онимной деривации, свойственные эргонимной лексике в целом: инициализация, нумерализация, сращение, графический каламбур, реверсивный и фонетический способы. Наиболее продуктивным на

данном этапе является морфологический способ образования фирмонимов, в рамках которого широко используются словосложение и аббревиация.

6. В настоящее время процесс создания фирмонимов носит стихийный характер, о чем свидетельствует появление названий с нарушениями эстетических и логических требований к данному классу собственных имен, а также грамматических и орфографических норм белорусского и русского языков. Наиболее частые ошибки связаны с недостаточным владением номинаторами белорусским языком, а также с отсутствием единого подхода к передаче фирмонимов с русского языка на белорусский. Для обеспечения устойчивости системы белорусской фирмонимии рекомендуется разработка государственного стандарта межъязыковой (белорусско-русской, русско-белорусской) передачи фирменных наименований. В процессе государственной регистрации фирменных наименований следует отдавать предпочтение национально маркированным онимам в целях сохранения уникальности и самобытности белорусской фирмонимии.

Основные положения и выводы диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи в рецензируемых периодических изданиях

1. Шацёр-Шалюта, С. А. Лінгвістычныя асаблівасці намінацыі турыстычных фірм г. Мінска / С. А. Шацёр-Шалюта // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2007. – № 3. – С. 73–77.

2. Шацёр-Шалюта, С. А. Спосабы ўтварэння беларускіх фірмонімаў (на прыкладзе назваў медыцынскіх, будаўнічых і транспартных прадпрыемстваў) / С. А. Шацёр-Шалюта // Беларуская лінгвістыка / НАН Беларусі, Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ., Ін-т мовы і літ. – Мінск, 2010. – Вып. 64. – С. 88–96.

3. Шацёр-Шалюта, С. А. Фірманімія Беларусі ў лінгвістычным і прававым аспектах / С. А. Шацёр-Шалюта // Молодежь в науке – 2009 : прил. к журн. «Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі» : в 5 ч. / НАН Беларусі, Совет молодых ученых НАН. – Минск, 2010. – Ч. 2 : Сер. гуманит. наук ; редкол.: А. А. Коваленя (гл. ред.) [и др.]. – С. 329–334.

4. Вагнер, С. А. Фірмонімная прастора Беларусі. Частотныя памылкі і недарэчнасці: шляхі іх выпраўлення / С. А. Вагнер // Беларуская лінгвістыка / НАН Беларусі, Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ., Ін-т мовы і літ. – Мінск, 2017. – Вып. 78. – С. 128–135.

Статьи в сборниках научных работ

5. Шацёр-Шалюта, С. А. Некаторыя аспекты сістэматызацыі беларускіх фірмонімаў ва ўмовах дзяржаўнага двухмоўя / С. А. Шацёр-Шалюта // Нацыянальная мова і нацыянальная культура: аспекты ўзаемадзеяння : зб. навук. арт. / Беларус. дзярж. пед. ун-т ; рэдкал.: Д. В. Дзятко (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2011. – С. 323–325.

6. Шатёр-Шелюто, С. А. Лексико-семантическая характеристика названий транспортных фирм Беларуси / С. А. Шатёр-Шелюто // Актуальныя праблемы мовазнаўства і лінгвадыдактыкі : зб. навук. арт. : у 2 ч. / Брэсц. дзярж. ун-т ; рэдкал.: М. І. Новік [і інш.]. – Брэст, 2012. – Ч. 2. – С. 164–169.

Статьи в сборниках материалов конференций

7. Шацёр-Шалюта, С. А. Да праблемы стандартызацыі назваў гандлёва-камерцыйных і прамыслова-вытворчых аб'ектаў / С. А. Шацёр-Шалюта // Сучасны стан і дынаміка норм беларускай літаратурнай мовы : матэрыялы Міжнар. навук. канф., Мінск, 24–25 кастр. 2006 г. / НАН Беларусі, Ін-т мовазнаўства ; навук. рэд. А. А. Лукашанец. – Мінск, 2006. – С. 132–134.

8. Шатёр-Шелюто, С. А. Социолінгвістычны аспект функцыянавання назваў фірм горада Мінска: білінгвальнае сосушествованне фірмонімаў / С. А. Шатёр-Шелюто // Язык и социум : материалы VII Междунар. науч. конф., Минск, 1–2 дек. 2006 г. : в 2 ч. / Беларус. гос. ун-т ; под общ. ред. Л. Н. Чумак. – Минск, 2007. – Ч. 1. – С. 139–142.

9. Шатёр-Шелюто, С. А. Эвалюцыя назваў прадпрыемстваў і прамысловых прадпрыемстваў Беларусі / С. А. Шатёр-Шелюто // Беларуская аанамастыка. Гісторыя і сучаснасць : матэрыялы Міжнар. навук. канф., Мінск, 20 крас. 2010 г. / НАН Беларусі, Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ., Ін-т мовы і літ. ; рэдкал.: І. Л. Капылоў [і інш.]. – Мінск, 2010. – С. 108–114.

10. Шацёр-Шалюта, С. А. Назвы камерцыйных прадпрыемстваў у сістэме эргонімай лексікі / С. А. Шацёр-Шалюта // Мова – літаратура – культура : матэрыялы VI Міжнар. навук. канф., Мінск, 28–29 кастр. 2010 г. : у 2 ч. / Беларус. дзярж. ун-т. – Мінск, 2011. – Ч. 1. – С. 278–283.

11. Шатёр-Шелюто, С. А. Современныя тэндэнцыі в области номинации производственных предприятий Беларуси / С. А. Шатёр-Шелюто // Язык и социум : материалы IX Междунар. науч. конф., Минск, 3–4 дек. 2010 г. : в 2 ч. / Беларус. гос. ун-т [и др.] ; под общ. ред. Л. Ф. Гербик. – Минск, 2011. – Ч. 2. – С. 178–181.

12. Шацёр-Шалюта, С. А. Ужыванне вялікай і малой літар у складаных беларускіх фірмонімах / С. А. Шацёр-Шалюта // Беларуская арфаграфія: здабыткі і перспектывы : матэрыялы рэсп. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю БДУ, Мінск, 20–21 кастр. 2011 г. / Беларус. дзярж. ун-т [і інш.]; пад агул. рэд. М. Р. Прыгодзіча. – Мінск, 2012. – С. 149–151.

13. Шацёр-Шалюта, С. А. Каларыстычнае светаўспрыманне беларусаў на падставе аналізу фірмонімаў і фразеалагічных адзінак / С. А. Шацёр-Шалюта // Беларуская мова ў XXI стагоддзі: асноўныя тэндэнцыі развіцця (да 80-годдзя акад. А. І. Падлужнага) : зб. матэрыялаў Міжнар. навук. канф., Мінск, 28–29 кастр. 2015 г. / НАН Беларусі, Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ. ; адк. рэд. В. П. Русак. – Мінск, 2015. – С. 334–339.

14. Шацёр-Шалюта, С. А. Спосабы перадачы назваў на блізкароднасных мовах (на прыкладзе фірмонімаў Беларусі) / С. А. Шацёр-Шалюта // Язык и социум : материалы X Междунар. науч. конф., Минск, 15–17 окт. 2015 г. / Беларус. гос. ун-т ; под общ. ред. Л. Ф. Гербик. – Минск, 2016. – С. 107–110.

15. Шатёр-Шелюто, С. А. Варианты написания повторяющихся компонентов в названиях фирм Беларуси / С. А. Шатёр-Шелюто // Роль культурного наследия в современных этнополитических, этнообразовательных, этноконфессиональных процессах : материалы Всерос. с междунар. участием науч.-практ. интернет-конф., Саранск, 21–26 нояб. 2016 г. / Мордов. гос. пед. ин-т ; редкол.: С. В. Першин (отв. ред.) [и др.]. – Саранск, 2017. – С. 250–254.

РЕЗЮМЕ

Вагнер Светлана Андреевна

Фирмонимы Беларуси в структурно-семантическом, словообразовательном и функциональном аспектах

Ключевые слова: оним, ономастика, фирмоним, фирмонимия, эргоним, эргонимия, орфография, стандартизация.

Цель исследования: выявить структурно-семантические, словообразовательные и функциональные особенности названий современных коммерческих предприятий (фирмонимов) Беларуси и разработать практические рекомендации по их стандартизации.

Методы исследования: лингвистическое описание (сбор, систематизация, обобщение и интерпретация языкового материала), ретроспективный, вербально-коммуникативный, прием количественного подсчета.

Полученные результаты и их новизна. Впервые проведен анализ структурно-семантических, словообразовательных и функциональных особенностей фирмонимов Беларуси. Конкретизирован список объектов, наименования которых входят в фирмонимное поле. Рассмотрены вопросы соответствия фирмонимов правовым и лингвистическим нормам, предложены критерии орфографической унификации названий белорусских фирм.

Рекомендации по использованию полученных результатов. Теоретические выводы и фактический материал диссертации могут быть использованы для дальнейшего изучения проблем функционирования фирмонимной лексики; в работах по лексикологии, словообразованию, стилистике, при сравнительном исследовании белорусской и русской языковых систем на разных уровнях; при разработке лекционных курсов вузов, написании учебных программ, посвященных проблемам ономастики; в лексикографической практике при составлении ономастических словарей; в переводческой и правоведаческой деятельности для выбора верного варианта передачи названия на разных языках.

Практические рекомендации, разработанные в результате исследования, адресованы предпринимателям и иным лицам, участвующим в именовании организаций, уполномоченным представителям, занимающимся вопросами регистрации городских объектов, а также творческим коллективам, участвующим в разработке удачного названия фирмы.

Область применения: языкознание, теория перевода, психолингвистика, правоведавание, маркетингология.

РЭЗІЮМЭ

Вагнер Святлана Андрэеўна

Фірмонімы Беларусі ў структурна-семантычным, словаўтваральным і функцыянальным аспектах

Ключавыя словы: онім, анамастыка, фірмонім, фірманімія, эргонім, эрганімія, арфаграфія, стандартызацыя.

Мэта даследавання: выявіць структурна-семантычныя, словаўтваральныя і функцыянальныя асаблівасці назваў сучасных камерцыйных прадпрыемстваў (фірмонімаў) Беларусі і распрацаваць практычныя рэкамендацыі па іх стандартызацыі.

Метады даследавання: лінгвістычнае апісанне (збор, сістэматызацыя, абагульненне і інтэрпрэтацыя моўнага матэрыялу), рэтраспектыўны, вербальна-камунікатыўны, прыём колькаснага падліку.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Упершыню праведзены аналіз структурна-семантычных, словаўтваральных і функцыянальных асаблівасцей фірмонімаў Беларусі. Канкрэтызаваны спіс аб'ектаў, найменні якіх уваходзяць у фірмонімнае поле. Разгледжаны пытанні адпаведнасці фірмонімаў прававым і лінгвістычным нормам, прапанаваны крытэрыі арфаграфічнай уніфікацыі назваў беларускіх фірм.

Рэкамендацыі па выкарыстанні атрыманых вынікаў. Тэарэтычныя вынікі і фактычны матэрыял дысертацыі могуць быць выкарыстаны для далейшага вывучэння праблем функцыянавання фірмонімнай лексікі; у працах па лексікалогіі, словаўтварэнні, стылістыцы, пры параўнальным даследаванні беларускай і рускай моўных сістэм на розных узроўнях; пры распрацоўцы лекцыйных курсаў ВНУ, напісанні вучэбных праграм, прысвечаных праблемам анамастыкі; у лексікаграфічнай практыцы пры ўкладанні анамастычных слоўнікаў; у перакладчыцкай і правазнаўчай дзейнасці для правільнага выбару варыянта перадачы назвы на розных мовах.

Практычныя рэкамендацыі, распрацаваныя ў выніку даследавання, адрасаваны прадпрымальнікам і іншым асобам, якія ўдзельнічаюць у найменні арганізацый, ўпаўнаважаным прадстаўнікам, што займаюцца рэгістрацыяй гарадскіх аб'ектаў, а таксама творчым калектывам, якія ўдзельнічаюць у распрацоўцы ўдалых назваў фірм.

Галіны выкарыстання: мовазнаўства, тэорыя перакладу, псіхалінгвістыка, правазнаўства, маркеталогія.

SUMMARY

Svetlana Wagner

The firmonyms of Belarus in the structural-semantic, derivational and functional aspects

Key words: onym, onomastics, firmonym, firmonymics, ergonym, ergonymics, spelling, standardization.

The purpose of the research is to provide a comprehensive analysis of structural-semantic, derivational and functional features of modern commercial enterprises names (firmonyms) in Belarus and to develop practical recommendations on their standardization.

Research methods: methods of linguistic description (collection, systematization, generalization and interpretation of language material), retrospective, verbal and communicative, practice of quantitative calculation.

The results obtained and their novelty. For the first time, an analysis of the structural-semantic, derivational and functional features of Belarusian firmonies is carried out. The list of the objects whose names are included in the company name field is specified. The questions of the conformity of the firmonyms to legal and linguistic norms are considered, the criteria for orthographic unification of the names of Belarusian companies are proposed.

Recommendations on the use of the results obtained. Theoretical conclusions and factual material of the thesis can be used to further study of firmonyms functioning problems; in works on lexicology, word formation, stylistics, as well as in comparative studies of the Belarusian and Russian languages systems at different levels; when developing lecture courses and writing educational programs on onomastics; in lexicographical practice when compiling onomastic dictionaries; in translation and jurisprudential practice, to choose the right variant of transliteration into other languages. Practical recommendations, developed as a result of the commercial enterprises names study, are intended for entrepreneurs and other persons involved in the process of organizations naming, for authorized representatives dealing with registration of new establishments, as well as for creative teams involved in successful companies names development.

Scope: linguistics, translation theory, psycholinguistics, jurisprudence, marketing.