Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение –

средняя общеобразовательная школа № 8 г. Клинцы Брянской области

243140 Брянская область, г. Клинцы, ул. Калинина, 139

Телефон: 8(48336) 5-52-27

e-mail: klsch8@yandex.ru

**Конкурс проектных и исследовательских работ «Герценовские чтения».**

**Исследовательская работа**

**Тема: «**Правильное произношение англоязычных брендов»

 **Автор работы:**

Гриднева Дарья

 **Руководитель:**

 учитель английского языка

 МБОУ-СОШ №8

 Крысь В. А.

 Клинцы-2022

2

**Краткая аннотация**

 **Название работы:** «Правильное произношение англоязычных брендов».

 **Имя и фамилия автора:** Дарья Гриднева.

 **Фамилия и инициалы консультанта:** Крысь В.А.

 **Предметная** **область, к которой относится доклад:** английский язык.

 **Цель исследования:** Изучить правильное произношение англоязычных брендов.

 **Гипотеза:** Изучение истории происхождения и правильного произношения англоязычных брендов помогает нам обогатить знания.

 **Проблема:** Недостаточно глубокие знания об истории происхождения и правильного произношения англоязычных брендов.

 **Задачи:**

 1. Определить источники информации по теме исследования.

 2. Узнать историю появления брендов в англоязычных странах.

 3. Познакомиться с правильным произношением англоязычных брендов.

 4. Создать фотопрезентацию по теме исследовательской работы.

 5. Взять интервью у торговых представителей по данной теме.

 В качестве **объекта** исследования мы взяли бренд.

 **Предметом** исследования является англоязычные бренды и компании.

 В нашей работе мы использовали следующие **методы исследования:**

 1. Определение источников информации.

 2. Поиск материала.

 3. Систематизация собранного материала.

 4. Обобщение исследовательской информации.

 5. Интервьюирование.

 **Актуальность темы исследования:** Каждый человек интересуется тем, что его окружает вокруг. Изучая и анализируя данную тему, человек

3

расширяет свой кругозор, мировоззрение, узнает много нового о происхождении всемирно известных англоязычных брендов, а также

повышает свои произносительные навыки. Все это помогает ему обогащать знания и быть разносторонней личностью.

 **Практическая значимость исследования** заключается в том, что интерес к правильному произношению известных англоязычных брендов повысит интерес к изучению английского языка.

 **Выводы:** Выдвинутая перед работой гипотеза подтвердилась.

 **Предложения:** материал исследовательской работы и фотопрезентацию можно использовать на уроках английского языка, а также в кружковой работе для развития познавательной активности учащихся при изучении фонетического материала, а также при изучении страноведения на английском языке.

4

**Оглавление**

Краткая аннотация….…………………………………………………………...2

Введение……………………………………………………………………….....5

Глава 1. Основная часть………………………………………………………....7

1.1. Что такое бренд?.............................................................................................7

1.2. История происхождения англоязычных брендов………………………....7

Глава 2. Правильное произношение англоязычных брендов…..…………......8

Заключение……..………………………………………………………………...10

Список используемой литературы……...………………………………………11

 Приложение……………………………………………………………………...12

5

**Введение**

 В нашем современном мире, где все так быстро меняется и совершенствуется, невозможно представить себе жизнь без английского языка. Практически все названия магазинов, ресторанов, кафе, различных товаров потребления, компаний-производителей не обходится без английского языка. Для нас уже настолько привычно видеть английские надписи, что мы не придаем значения происхождению названий, а что касается их правильного произношения - об этом мы никогда не задумывались. Поэтому наша работа направлена на поиск решения данных проблем.

 **Тема исследования:** «Правильное произношение англоязычных брендов».

 **Цель исследования:** Изучить правильное произношение англоязычных брендов.

 **Гипотеза:** Изучение истории происхождения и правильного произношения англоязычных брендов помогает нам обогатить знания.

 **Проблема:** Недостаточно глубокие знания об истории происхождения и правильного произношения англоязычных брендов.

 **Задачи:**

 1. Определить источники информации по теме исследования.

 2. Узнать историю появления брендов в англоязычных странах.

 3. Познакомиться с правильным произношением англоязычных брендов.

 4. Создать фотопрезентацию по теме исследовательской работы.

 5. Взять интервью у торговых представителей по данной теме.

 В качестве **объекта** исследования мы взяли бренд.

 **Предметом** исследования является англоязычные бренды и компании.

 В нашей работе мы использовали следующие **методы исследования:**

 1. Определение источников информации.

 2. Поиск материала.

6

 3. Систематизация собранного материала.

 4. Обобщение исследовательской информации.

 5. Интервьюирование.

 **Актуальность темы исследования:** Каждый человек интересуется тем, что его окружает вокруг. Изучая и анализируя данную тему, человек расширяет свой кругозор, мировоззрение, узнает много нового о происхождении всемирно известных англоязычных брендов, а также повышает свои произносительные навыки. Все это помогает ему обогащать знания и быть разносторонней личностью.

 **Практическая значимость исследования** заключается в том, что интерес к правильному произношению известных англоязычных брендов повысит интерес к изучению английского языка.

 **Выводы:** Выдвинутая перед работой гипотеза подтвердилась.

 **Предложения:** материал исследовательской работы и фотопрезентацию можно использовать на уроках английского языка, а также в кружковой работе для развития познавательной активности учащихся при изучении фонетического материала, а также при изучении страноведения на английском языке.

7

**Глава 1. Основная часть**

 **1.1. Что такое бренд?**

 Бренд (от англ. brand – клеймо, фабричная марка) – комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя.

 Простыми словами, бренд – это «имя продукта», которое хорошо известно потребителю. Физическими составляющими бренда являются название бренда, логотип, палитра фирменных цветов, оригинальная графика, набор фраз, торговая марка и прочее.

 **1.2. История происхождения англоязычных брендов**

 Корни бренда уходят во времена викингов, эпоху грабежей и войн. Английское слово brand, означающее «ставить или выжигать клеймо на чем-либо», имеет скандинавское (branna – жечь, выжигать) и шведское (brand – огонь) происхождение.

 В 1266 году английский король Генрих III обязал хлебопеков ставить клеймо на свою продукцию, а в 1300 году Эдуард I издал закон, обязывающий проверять и маркировать в ювелирной палате Goldsmith Hall Лондона все производимые ювелирные изделия, в результате чего появилась английская марка Hallmark. Изделия, не имевшие этого клейма, ломались, а тех, кто занимался их подделкой, ждала смертная казнь.

 Известный английский краснодеревщик XVIII века Томас Чиппендейл прославился своей качественной и инновационной мебелью, что сделало его имя не только брендом, но и дало название для целого стиля, заложив традицию современных брендов, чьи имена используются для обозначения целых товарных категорий: Xerox – в копировальной технике, Polaroid – в мгновенной фотографии, Pampers – для подгузников и многих других.

8

**Глава 2. Правильное произношение англоязычных брендов**

 Мы хорошо знаем эти бренды, неоднократно слышали их названия в фильмах, рекламе, видео и песнях, но до сих пор делаем ошибки, когда произносим их названия. Поэтому, нашей задачей было выяснить, какие названия всемирно известных брендов чаще всего произносятся неправильно и узнать, как правильно звучит ваш любимый бренд.

 Мы совершили прогулку по торговым центрам нашего города, пообщались с представителями известных брендов.

 Вашему вниманию предлагается небольшой ролик-интервью.

 Пообщавшись с торговыми представителями известных брендов, мы выяснили, что большинство из них (статистика видна на схеме) не знают, как правильно произносится то или иное название бренда.

 А как же правильно произносятся названия англоязычных брендов? Вот некоторые из них:

1. Burger King («Бегекин») - американская сеть ресторанов быстрого питания. Первый ресторан был открыт 4 декабря 1954 года в пригороде Майами Джеймсом Макламором и Дэвидом Эджертоном.
2. H&M («Эйч-эн-эм») – шведский бренд одежды и косметики, который выделяется своими доступными ценами, а еще и тем, что одежду оттуда можно увидеть не только на обычных модниках, но и на звездах Голливуда. Компания была основана в 1947 году Эрлингом Перссоном.
3. Tommy Hilfiger («Томми Хилфигер») – американская корпорация, дом моды, производитель дорогой одежды, обуви, парфюмерии, аксессуаров и мебели с сетью бутиков по всему миру. А еще этот социально активный бренд разработал одежду для людей с ограниченными возможностями. Основатель бренда – Томми Хилфигер.

9

1. Nike («Найки́») – американская компания, специализирующая на спортивной одежде и обуви. Компания была основана в 1964 году Филом Найтом и Биллом Бауэрманом.
2. Xerox – удивительно, правильно произносить «зирокс» - американская корпорация, лидер массового выпуска копировальных аппаратов. Основатель – Джозеф Чемберлен Уилсон.
3. Acer («Эйсер») – тайваньская компания по производству компьютерной техники и электроники, основанная в 1939 году выпускниками Стэндфордского университета Уильямом Хьюлеттом и Дэйвом Паккардом.
4. Levi’s («Левис») – американская компания по производству джинсовой одежды. Основана в 1953 году Леви Страуссом.
5. Burberry Prorsum («Берберри Прорсум») – английская компания по производству одежды, узнаваемая по фирменному знаку «клетке». Основана в 1856 году Томасом Берберри.
6. McDonalds («Мкдональдс») – американская корпорация, работающая в сфере быстрого питания, крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого питания, работающая по системе франчайзинга. Основана в 1940 году Диком и Маком Макдональдами и Рэйом Крэком.
7. Swiss Millitary Hanowa («Свисс Милитари Ханова») – швейцарская компания по производству спортивных, функциональных и повседневных часов. Основана в 1963 году Хансом Ноллом.

10

**III. Заключение**

 Подводя итог всей проделанной работы, я поняла, как важно в нашей жизни изучать английский язык. Он окружает нас везде. Немаловажно также знать, как правильно произносить те или иные английские названия. Ведь правильно произнося названия, ты чувствуешь себя грамотной и образованной личностью. В процессе исследовательской работы я поняла, что смогла применить знания и опыт, приобретенные в процессе активной творческой деятельности, как в школе, так и вне школы. В нашей школе есть все возможности заниматься учебно-исследовательской работой. В ней есть компьютерный кабинет для создания фотопрезентации и выхода в интернет. Компьютеры оснащены всеми программами, необходимыми для моей работы. Знания и умения, приобретенные на уроках английского языка, помогли без особых затруднений справиться с поставленными перед мною задачами. К тому же я всегда могу обратиться за помощью к своему учителю английского языка, а также к родителям, которые охотно мне помогают.

 **По результатам моей работы можно сделать следующие выводы:**

1. Проделанная мною работа дает возможность использовать ее в качестве дополнительного материала на уроках английского языка; а также в кружковой деятельности.
2. Фотопрезентацию я могу предложить учителю английского языка для использования на уроках.
3. Я предполагаю продолжить исследовательскую работу.

11

**Список используемой литературы:**

1. Интернет-ресурсы: <http://youtube.com>

 <http://college36.ru>

 <http://oplib.ru>

 <http://getspeak.ru/uchebniki-i-u/sportlight/>

1. Е.Б.Карневская, Л.Д.Раковская и др. Практическая фонетика английского языка «Вводно-коррективный и основной курсы» - Минск, Высшая школа, 2020. – 279 с.
2. Ю.Б.Голицынский – Английский язык: Грамматика – 8-е издание, - СПб., Каро, 2017. – 288 с.
3. Словарь школьника: Русско-английский и англо-русский: 15000 слов, - М., Терра, 2019. – 352 с.

12

 **Приложение**

## Как правильно произносить названия брендов?



 Название бренда происходит от имени богини победы Ники и в оригинале звучит **«Найки́».** Именно так его произносят в Соединенных Штатах. Однако незнание данного факта с одной стороны, и правила чтения английского слова «nike» с другой стороны, привели к широкому распространению в Европе в целом и в России в частности неправильной транскрипции «Найк». Неправильное в сущности название не только прижилось и закрепилось, но и используется в названии официального представителя компании в России.



 Итальянский производитель дорогих спортивных автомобилей называется **«Ламборгини».** Согласно правилам чтения в итальянском языке, если после «g» стоит «h», то оно читается как «Г».



 Раньше марка Garnier озвучивала себя по-русски как Гарнье (знак зарегистрирован в России с 1991 года) — в традиции французских марок типа Перье (Perrier) или Курвуазье (Courvoisier). Позднее марка отказалась от верного произношения и заменила транскрипцию на транслитерацию — полагая, что покупателям так легче прочесть ее название **«Гарньер».** История марки Гарньер началась в 1904 году, когда Альфред Амур Гарнье — парикмахер, парфюмер и галантерейщик города Блуа — выпустил свой первый продукт, лосьон для волос Garnier.

13



 В переводе с корейского «Hyundai» означает «современность». Правильная русская транслитерация этого слова — «хёндэ» с ударением на последний слог. В российской рекламе название деликатно стараются не произносить, ограничиваясь лишь англоязычным написанием, хотя на официальном сайте компании используется написание **«Хендэ́».** В народе же корейского автопроизводителя именуют и «Хёндай», и «Хюндай», и даже «Хундай». Подобные сложности с прочтением Hyundai встречаются и в других странах. Поэтому для рекламы автомобилей в США агентством Goodby, Silverstein & Partners [был придуман слоган](http://www.adme.ru/hyundai/bmw-i-lexus-v-yarosti-ot-hiondaya-biscuit-filmworks-28102/), призванный помочь американцам запомнить правильное произношение марки на английском: «Hyundai. Как Sunday». Обратите внимание, что под американцев бренднейм слегка адаптировали. Аналогичная путаница возникает и при произношении названий некоторых моделей автомобилей Hyundai. Так, внедорожник Hyundai Tucson чаще всего называют Тусан, Туксан, Туксон, Таксон. А на самом деле Hyundai Tucson назван в честь североамериканского города в штате Аризона и правильно произносится как Туссан.



 Произносится **«По́рше»** с ударением на первый слог по имени основателя компании Фердинанда Порше.

14



 Интересная ситуация с произношением названия бренда **ASUS (Aсус)** в Соединенных Штатах. Из уст американцев ASUS становится похож на «ases». Компания вынуждена проводить [рекламно-просветительскую работу](http://www.youtube.com/watch?v=IjhbCYQketY) по поводу правильного произношения названия торговой марки, произошедшей от слова Pegasus (Пегас).



 Некоторые борцы за правильное произношение уверяют, что нужно говорить «Би-Эм-Дабл-Ю». Не нужно — потому что **«Бэ-Эм-Вэ»** — это абсолютно адекватное произношение для BMW, немецкого автомобилестроителя, чье название, как известно, произошло, сократившись от Bayerische Motoren Werke. В немецком языке буквы, вошедшие в бренднейм, называются именно так, и W — это «Вэ».

 

 Часовое производство **Heuer («Хойер»)** было основано в Швейцарии в 1860 году швейцарцем Эдуардом Хойером. Приставка TAG появилась у фамилии только в 1985 году, она означает Techniques d’Avant Garde, «техника авангарда». Сама же аббревиатура — имя компании, которая владела часовым брендом на протяжении 14 лет, пока его не перекупил концерн LVMH.

15



 Тщательные исследования выявили, что оба варианта уже давно и прочно вошли в общее употребление, и даже в США бытуют оба варианта. Люди продолжают интересоваться, спорить, доказывать, но вся доказательная база в этом случае сводится к двум моментам: носители английского языка чаще всего говорят Ливайз, потому что по правилам английского языка имя Levi читается как «Ливай»; но создателя первых джинс звали Леви. Леви Штраусс был немецким евреем, при рождении получившим имя Loeb. В 18 лет он переехал из родной Баварии в Сан-Франциско, и его имя для удобства произнесения в Штатах превратилось в Леви. И если следовать грамматике английского языка, то правильней будет говорить **«Левис».**



 Название люксового французского бренда произошло не столько от имени древнегреческого бога Гермеса, сколько от фамилии основателя. Модный дом по изготовлению экипировки для экипажей и верховой езды был создан Тьерри Эрмэсом в 1837 году. Продолжая специализироваться на изготовлении кожаных изделий, *Hermès* постепенно изменил ассортимент, начав выпускать парфюмерию, [одежду](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%82-%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B5) и различные аксессуары. И поэтому правильней говорить не «гермес» и не «эрмэ», а **«эрмэ́с»** с ударением на последний слог. Или «эрмэз», если ближе к английскому произношению. Кроме того, акцент над E во втором слоге предполагает прочтение буквы S на конце слова.

16



 Российское представительство японского автомобилестроителя Mitsubishi в своей [последней кампании](http://www.adme.ru/rolf/mitsubishi-reklamiruet-svoyu-legendarnost-incognito-251855/) сделало акцент на варианте «Митсубиши». Предпоследний звук в японском языке в действительности читается как нечто среднее между «с» и «ш», но ближе к «с», чем к «ш», поэтому подавляющее большинство японистов и переводчиков с японского языка продолжают настаивать на **«Мицубиси».**



 Удивительно, но на самом деле **«зирокс»,** а не «ксерокс». В Соединенных Штатах начальную букву «X» всегда читают как «З». «Зена — королева воинов» тоже, кстати, пишется «Xena». Но в России с самого первого копировального аппарата Xerox называли именно ксероксом, и сейчас никто уже не поймет, о чем идет речь, если услышит «зирокс».



 С этим словом проблем практически нет, но есть два «но» — ударение и странная V вместо гласной. Бренд итальянский, поэтому произносится **«БулгАри»,** а не как многие произносят «БУлгари» или «БулгарИ».

17

А необычное начертание буквы «u» в логотипе всемирно известной ювелирной марки объясняется происхождением. Итальянскую компанию основал грек, Сотириос Вулгарис, а на новогреческом его фамилия писалась именно так — Bvlgaris. От последней буквы отказались сразу же, чтобы придать названию более итальянское звучание.



 Samsung в России произносят, как «Самсунг», но более правильно **«САмсон»,** с ударением на первом слоге, что в переводе означает «три звезды».

* Burberry (Бёрбери)
* Tissot (Тиссо)
* Moschino (Москино)
* Montblanc (Мон блан)
* Dior Homme (ДиОр Ом)
* Lamborghini (Ламборгини)
* Viber (Вайбер)
* Daewoo (Дэйву)
* Htc (Эйч-ти-си)
* Aser (Эйсер)
* Geely (Жили)
* Chanel (ШанЭль)
* Christian Dior (КристиАн ДиОр)
* Clarins (КларАнс)
* Chloe (КлоЭ)
* Garnier (ГарньЕ)

18

* Givenchy (ЖиваншИ)
* Guerlain (ГерлЕн)
* Vichy (ВишИ)
* Yves Saint Laurent (Ив Сэн-ЛорАн)