

# Svetimžodžio *brendas* reikšmės, vediniai, atitikmenys

**RASUOLĖ VLADARSKIENĖ**

*Vilniaus Gedimino technikos universitetas*

**ESMINIAI ŽODŽIAI:** svetimžodžiai, žodžių reikšmės, prekių ženklas, rinkoženklis

**V**ieni svetimų kalbų žodžiai, atėję į lietuvių kalbą, pripažįstami tarptautiniais žodžiais, įrašomi į tarptautinių žodžių žodynus ir paplinta vartosenoje. Kiti žodžiai keičiami lietuviškais atitikmenimis arba jau lietuvių kalboje įsitvirtinusiems tarptautiniais žodžiais. Šis nuolat lietuvių kalboje vykstantis reiškinys reguliuojamas teisiškai: Lietuvos Respublikos Vyriausybė 2000 m. lapkričio 6 d. nutarimu Nr. 1340 patvirtino Svetimžodžių keitimo lietuviškais atitikmenimis tvarką, o Valstybinė lietuvių kalbos komisija (toliau – VLKK) protokoliniu nutarimu 2010 m. gegužės 27 d. Nr. PN-4 nustatė Rekomendacijų dėl svetimžodžių vartojimo teikimo principus. Šiais dokumentais siekiama skatinti lietuvių kalbos vartotojus kurti savus žodžius naujiems gyvenimo reiškiniams įvardyti, kuo plačiau ir sparčiau skleisti informaciją apie turimus svetimžodžių atitikmenis arba kalbos vartotojų sukurtus jų pakaitus, parodyti, kaip taisyklingai rašytini ir kirčiuotini tie žodžiai, kurie pagal dabartinius vartosenos polinkius laikytini naujaisiais skoliniais. Pažvelgus į VLKK svetainėje skelbiamą naujųjų svetimžodžių atitikmenų sąrašą matyti, kad beveik visus į jį patekusius žodžius ar jų junginius galima laikyti tam tikrų sričių terminais, pvz.: kompiuterijos (*tinklaraštis, tinklalaidė, tinklinukas*), muzikos (*regtimas, repas, reivas*), meno (*beformė dailė, nekomercinis kinas, hepeningas*), kulinarijos (*čabata, kruopainiai, perlenktoji pica*). Terminams keliami reikalavimai (Gaivenis 2002: 33–50) iš esmės sutampa su kriterijais, kurie lemia svetimžodžių atitikmenų įsitvirtinimą kalboje: reikšmės atitikimas, trumpumas, darybos patogumas.

Pastaruoju metu rinkodarininkai ir kūrybinių sričių darbuotojai savo profesinėje kalboje neretai vartoja svetimžodį *brendas* (taip pat nemažai jo

darinių ir giminiškų žodžių bei jų darinių), tačiau šio žodžio nei tarptautinių žodžių žodynuose, nei DLKŽ nėra. Todėl kyla klausimas dėl jo tinkamumo lietuvių kalbai, būtent tai ir siekiama išsiaiškinti šiame straipsnyje.

Straipsnio tikslas – išnagrinėjus svetimžodžio<sup>1</sup> *brendas* vartoseną lietuvių kalboje, išsiaiškinti jo reikšmes, vedinius ir galimus lietuviškus atitikmenis.

#### ANGLŲ K. ŽODŽIO *BRAND* IR SVETIMŽODŽIO *BRENDAS* REIKŠMĖS

Žodis *brendas* (rašybos variantas *brandas*) į lietuvių kalbą atėjo iš anglų kalbos. ALKŽ 2000 pateikiami tokie šio žodžio atitikmenys lietuvių kalba: *1 fabriko ženklas / etiketė. 2 (prekių, gaminių) kategorija, rūšis. 3 savitumas, savotiškumas, skirtingumas. 4 įdeginta žymė, įdagas, įspaudas (atpažinti). 5 nuodėgulis. 6 poet. deglas, fakelas. 7 poet. kardas.*

Kaip minėta, į lietuviškus žodynus šis žodis nepateko, tačiau *brendas* yra plačiai vartojamas profesinėje kalboje:

„Valstybės *brendo* esminė išraiška yra vėliava – valstybės spalvos – ir herbas“ (Lašienė 2006); „Tai, kaip Didžiosios Britanijos finansinių paslaugų institucija „Abbey“ neseniai bandė atnaujinti savo *brendą*, yra puikus pavyzdys, kaip to nedaryti“ (Seo-marketing.lt); „*Brendai* neša pinigus – tai apčiuopiamas turtas, turintis realią rinkos vertę“ (Froggo); „Paskelbtame pasaulio *brendų* šimtuکه lyderiauja JAV kompanijos“ (Buhalterinės apskaitos paslaugos); „Vartodami tam tikrus *brendus* žmonės kuria savo asmeninį įvaizdį“ (Efektyvus dizainas).

Beje, šio svetimžodžio nėra ir didesnėse Europos, ir Lietuvos kaimyninėse kalbose, plg. IATE pateikiamus *brand* kitų kalbų atitikmenis rinkodaros ir intelektinės nuosavybės srityse: vok. *Schutzmarke, Handelsmarke, Markenzeichen, Handelsbezeichnung*; pranc. *marque, marque commerciale*, isp. *marca, marca comercial*; it. *marchi, marchio di fabbrica, denominazione commerciale*; lat. *zīmols*; lenk. *znak towarowy*; *branding* atitikmenis: vok. *Markenentwicklung*; pranc. *stratégie de marque, valorisation de la marque*; isp. *desarrollo de marca*; it. *corporate branding*. Matyti, kad vyrauja tarptautinis vokiškos kilmės žodis *markė* ir jo junginiai ar vediniai. TTŽ 2013 teikiamos keturios šio žodžio reikšmės: *1 gamintojo ženklas ant prekės ar jos pakuotės; 2 vieno gamintojo tam tikra gaminio rūšis; 3 standarto nusta-*

<sup>1</sup> Straipsnis parengtas vykdant pagal Lietuvių bendrinės kalbos, tarmių ir kitų kalbos atmainų funkcionavimo ir kaitos tyrimų 2011–2020 m. programą Valstybinės lietuvių kalbos komisijos finansuojamą mokslinių tyrimų projektą „Svetimžodžių funkcionavimo profesinėje kalboje tyrimas“.

*tytas kai kurių gaminių sudėties, savybių, technologijos, paskirties ar pan. rodiklis, poz., plieno markė; 4 perkeltinė reikšmė (gera) rūšis, kokybė.* Latvių ir lenkų kalbose vartojami savų kalbų žodžiai, reiškiantys ženklą, ir tik italų kalboje vartojamas svetimžodis *branding*.

Jau buvo minėta, kad nei aiškinamuosiuose lietuvių kalbos, nei tarptautinių žodžių žodynuose žodžio *brendas* nėra, tai leidžia daryti prielaidą, kad dabartinei bendrinei lietuvių kalbai šis svetimžodis neteiktinas. Tačiau šio svetimžodžio apibrėžtį galima rasti interneto šaltiniuose: LKND jis apibūdinamas kaip prekės ar paslaugos skiriamasis ženklas (pavadinimas, dizainas, simbolis ir pan.) ir jo atspindys vartotojo sąmonėje, taip pat nurodoma, kad šis žodis vartojamas verslo ir kitose srityse. NSDB pateikta siauresnė apibrėžtis: „prekės ar kompanijos ženklas ar logotipas ir su juo susijusios asociacijos“. JŽ skiriamos dvi svetimžodžio reikšmės: „1 gaminio rūšis, prekės ženklas; 2 madingo prekės ženklo ar kokio populiaraus dalyko etiketė, emblema, žymė“.

VLKK Žodyno pakomisėje 2004 m. birželio mėn. svarstant „Kalbos patarimų“ dalį „Leksikos skoliniai“ pasiūlyta įtraukti naujų skolinių, tarp kitų pateikti ir *brendas* svet. ntk. = *prekių ženklas, prekių ženklo vaizdinys; brandingas* svet. ntk. = *prekių ženklo sklaida*. Tačiau į 2005 m. minėtos knygos leidimą pateko tik *brandingas*, o 2013 m. leidime ir jo neliko, matyt, dėl to, kad nebuvo rasta tinkamų lietuviškų atitikmenų.

Remiantis VLKK rekomendacijomis LKND pastabų vartotojams skiltyje nurodoma, kad vietoj skolinio *brendas* kartais siūloma vartoti žodžių junginį *prekių ženklas* arba naujadarą *prekyženklis*, tačiau tai neapima visos *brendo* reikšmės. Manoma, kad atitikmuo *rinkoženklis* būtų tinkamesnis, bet kol kas nepaplitęs.

#### KALBOS VARTOTOJŲ NUOMONĖS APIE *BRENDO* SAMPRATĄ

VLKK neigiamas svetimžodžio vertinimas sukėlė rinkodarininkų pasipiktinimą, jie ėmė aiškinti *brendo* reikšmę norėdami parodyti, kad siūlomas lietuviškas atitikmuo *prekių ženklas* nėra tinkamas. Kaip svarbiausias prekės ženklo ir *brendo* reikšmių skirtumas nurodoma tai, kad *prekės ženklas* – tai prekę ženklinantis užrašas, logotipas ar pan., o *brendas* – tai pirkėjų nuomonė apie produktą. Išskirtinumas ir žinomumas prekės ženkla, eilinį vardą, pavardę paverčia *brendu* (Šimonis 2013).

Neringos Lašienės (2006) nuomone, *brendas* – tai vartotojo nuomonė, jausmas ir įvairios asociacijos apie tam tikrą rinkos dalyvį, o juo būti gali

būti produktas, paslauga, organizacija, žmogus, šalis, idėja ir pan. Tam tikra prasme galima sakyti, kad brendas – tai įvaizdis. Panašiai *brendas* apibrėžiamas ir interneto svetainėje *Rebrand.lt*: organizacijos, paslaugos ar produkto „asmenybė“, kuri sukuriama žmonių pašamonėje (*Rebrand.lt*). Dar *brendas* apibūdinamas kaip iliuzija, kurią sukuria reklamos ir rinkodara, kaip pažadų suma ir auditorija, kuri tuos pažadus vartoja (Efektyvus dizainas).

Taigi iš įvairių samprotavimų ryškėja viena iš brendo reikšmių, tai vartotojų pašamonėje kilusios išskirtinumo asociacijos apie tam tikrą rinkos dalyvį (prekę, paslaugą, organizaciją, žmogų, šalį, idėją ir pan.). Labai dažnai tos asociacijos apie tam tikrą prekių ženklą yra kuriamos, bet nebūtinai. Šią *brendo* reikšmę tiktų vadinti LKND siūlomu atitikmeniu *rinkoženklis*. Paprastai tokia vartoseną būdinga publicistikai ir profesinei kalbai: „Pasak A. Zuoko, kultūrinis aktyvumas yra Lietuvos brendas, kuriuo pasižymi Lietuva tarp Europos šalių“ (DLKT); „<...> turi būti sukurti rinkos barjerai (pavyzdžiui, patentuotas produktas, stiprus „brendas“) (DLKT); „Anais laikais, kai dar nebuvo beprotiško reklamos bumo, brendų, logotipų ir panašiai, nieko reikšmingo, išskyrus Dievo vardą, žmonės negalėdavo pasakyti vienas kitam ir minėdavo jį visiškai be reikalo“ (DLKT).

Neretai svetimžodis *brendas* vartojamas ir siauresne reikšme, t. y. kaip tam tikras išskirtinumo ženklas, žymė:

„Brendo iškabos yra baltos (pagrindinės) ir juodos (pagalbinės), klasiškinės stačiakampės formos (PIIT)“; „Apie grafinį dizainą galima pradėti kalbėti, jei yra idėjos, grafinės išraiškos, funkcionalumo visuma. Juolab jei norime turėti valstybės „brendą“ (DLKT);

Yra toks nelietuviškas žodis „brendas“ (angl. „brand“). Suprasti jį reikėtų kaip madingo prekės ženklo ar kokio nors populiaraus dalyko etiketę, emblemą, žymę“ (Dykovienė 2016); „Pavyzdžiui, brendu pažymėtos rankinės ir piniginės kainuoja daugiau, lyginant su tos pačios kokybės rankinėmis ir pinigėmis kurie neturi brendo“ (MargoSala.lt).

## VEDINIAI IR GIMINIŠKI ŽODŽIAI

Svetimžodžio *brendas* įsigalėjimą lietuvių kalboje liudija ir nemaža grupelė jo vedinių (padarytų su lietuviškais darybos formantais), taip pat giminiškų žodžių (pasiskolintų iš kitų kalbų). Keletas *brendo* giminiškų žodžių nurodyta NSDB: *hiperbrendas* – kompanijos ženklas; *superbrendas* – labai geras brendas; *brendingas* – prekių ženklo (brendo) diegimas, sklai-

da; *kobrendingas* – prekių ženklų derinimas; bendro prekių ženklo taikymas. Šioje duomenų bazėje pateiktos apibrėžtys yra tikslintinos.

Iš išvardytų svetimžodžių dažniausias *brandingas* (*brandingas*), paprastai vartojamas publicistikoje ir profesinėje kalboje:

„Vilniuje – prasto brandingo pavyzdys: diletantiška kaligrafija, diletantiškas logotipas, prastas komponavimas, jokios emocijos, jokios fantazijos, jokios elementų dermės“ (Dizainologija.lt); „Brandingas iš produktų ar paslaugų identifikavimo įrankio perauga į patirčių kūrimą“, – pasakoja kelis pastaruosius metus su užsienio agentūromis pradirbęs T.Groozdas“ (15min.lt); „brandingas – tai mokslas ir menas sukurti vartotojui patrauklų prekinį ženklą“ (Sem.lt); „Vadinamąjį „asmeninį brandingą“ apibūdina darbuotojo viešinama informacija apie save – asmeniniai tinklaraščiai, dalyvavimas „LinkedIn“, bendravimas kituose socialiniuose tinkluose“ (Karpavičiūtė 2012).

Matyti, kad šis svetimžodis vartojamas kiek platesne reikšme, negu pateikta minėtoje duomenų bazėje, nagrinėjama sąvoka apima ne tik prekių ženklo ar tam tikro išskirtinumo diegimą, sklaidą, bet ir jo kūrimą, siekiant tam tikros (paprastai finansinės) naudos: „Brandingo esmė – tavo produkto ir tavo paties reikiamo įvaizdžio kūrimas“ (Kostrovickas 2013); „Brandingą architektūroje galima apibrėžti kaip savitos asmeninės meninės prieigos (Zaha Hadid, Frank O’Gehry, Daniel Libeskind) ar, siauriau, stiliaus kūrimą; jis neretai suprantamas kaip architektūros komodifikacija (suprekinimas)“ (0-x.eu).

Kartu su *brandingu* iš anglų kalbos atėjo ir priešdėliniai šio žodžio veidiniai *kobrendingas* „bendro prekių ženklo taikymas“ ir *rebrandingas* „prekių ženklo atnaujinimas“:

„Co-Branding“, arba bendro ženklo taikymas – terminas, neturintis atitikmens lietuvių kalboje“ (EventsMarketing.lt); „Keistas kobrendingo pavyzdys, kai „GeneralFinancing“ („Société Générale“ padalinys!) ne tik pats subjauroja savo komunikacinę žinutę, bet dar ir skandina partnerį „Lietuvos pašta“ (Dizainologija.lt 2011); „Rebranding’as – tai marketingo strategija, kurioje atsiranda naujas pavadinimas, logotipas, dizainas, simbolis su tikslu sukurti naują tapatybę vartotojų, investuotojų, konkurentų akyse ir galvose“ (Marketingo valdymas); „<..> pagrindinis galimai netrukus įmonės laukiančio rebrandingo tikslas – naujų investuotojų pritraukimas, tuo tarpu savo paslaugų paklausos išlaikymas įvardijamas kaip labiau antraeilis dalykas“ (Delfi.lt 2014).

Iš profesinėje kalboje ir publicistikoje aktyviai funkcionuojančio daiktavardžio *brendas* pradėti daryti hibridai, prie skolintos šaknies *brend-* pridamos lietuviškos priesagos ir taip sudaromi nauji žodžiai (termino darybinis produktyvumas yra vienas iš jo reikalavimų). Taip šis svetimžodis turi daugiau galimybių įsitvirtinti lietuvių kalboje.

Vienas iš vartojamų šio svetimžodžio vedinių yra padaromosios kategorijos veiksmožodis *brendinti*, kurio darybinė reikšmė „daryti tai, kas pasakyta pamatiniu žodžiu“ (DLKG 387), tiksliau reikšmę galima apibūdinti kaip „kurti brendą“ arba „teikti brendo ypatybių“ (Pakerys 2013):

„Nicholas Ind pristatyme teigė, jog miestą „brendinti“ galime tik atsižvelgdami į svarbiausią jo sudedamąją dalį: vietos gyventojus“ (Ignatavičius 2009); „Ar iš tiesų Estijai geriau sekasi brendinti savo šalį?“ (Jucaitis 2016); „Ribos tarp reklamos, rinkodaros, viešųjų ryšių ir toliau blunka, todėl atsiranda vis daugiau „brendinto“ įvairių formų turinio – nuo video ar ikonografijos iki memų“ (Forum one).

Vartojamas ir iš minėto veiksmožodžio su priesaga *-imas* padarytas abstraktas *brendinimas* reikšme „išskirtinumo kūrimas, pateikimas kaip geidžiamo prekių ženklo“ ir „prekių ženklo kūrimas“: „Dabar – vyksta „darbdavių brendinimas“; jų pateikimas kaip geidžiamo prekės ženklo“ (Verslo.guru.lt); „<...> apžvelgiami tyrimai, kuriuose koncentruojamas dėmesys ties miesto brendinimu (miesto prekės ženklo formavimu)“ (MBD); „Lietuviai iki galo nesupranta vieno dalyko – šiandien vyksta gigantiškas, didžiausias visų laikų Lietuvos brendinimas“ (Ekspertai.eu). Šis hibridas paprastai vartojamas panašia reikšme kaip svetimžodis *brendingas*.

Taip pat vartojamas ir būdvardinis vedinys **brendinis**, **-ė** „laikomas išskirtiniu, labai aukštos kokybės“: „Bet Rimas Burokas tapo Lietuvos klajūnų „brendiniu“ ženklu didžiuosiuose miestuose – Maskvoje, Peterburge“ (Delfi.lt 2015); „O šių privačių „brendinių“ (t.y. aukščiausio lygio) universitetų diplomai, juolab ~Cum Laude~ (atitinka „su pagyrimu“), atveria labai daug durų JAV ar Azijoje“ (Lėka, Sabaliauskaitė 2015); būdvardinis abstraktas **brendiškumas** „išskirtinumas, geidžiamumas, turintis ekonominę vertę“: „Atsižvelgiant į nagrinėjamų rašytojų produktus ir komunikacinius procesus, šiame darbe išanalizuojami visi pasirinkti autoriai, konstatuojant, kad jų vardai yra PŽ [prekių ženklai], nelyginant jų su pasauliniais PŽ, nenustatinėjant ekonominės vertės, ilgaamžiškumo, kitaip tariant „brendiškumo“ (MBD).

Plinta ir kitų *brendo* giminiškų žodžių vediniai: *rebrandinti* „atnaujinti prekių ženklą“, *rebrandinimas* „prekių ženklo, rinkoženklis atnaujinimas“: „Nors kiek vėlokai, bet “Utenos Trikotažas” ėmėsi rimto darbo rebrandinti savo mažmeninę pusę“ (DienosDuona.lt/); „Tylus „Lietuvos pašto“ rebrandinimas“ (Dizainologija.lt 2012); „Tai mes kalbame ne apie brendinimą, bet apie rebrandinimą. Mums reikia savo įvaizdį pakeisti“ (MDB).

Taigi šalia svetimžodžio *brendas* lietuvių kalboje vartojami ir jo vediniai: *brandinti*, *brandinimas*, *brandinis*, *brandiškumas*; taip pat kiti tos pačios šaknies svetimžodžiai: *brandingas*, *hiperbrendas*, *kobrendingas*, *rebrandingas*, *superbrendas*.

## SVETIMŽODŽIO *BRENDAS* IR JO GIMINIŠKŲ ŽODŽIŲ LIETUVIŠKI ATITIKMENYS

Prestižinėje lietuvių kalboje, paisant jau minėtų VLKK rekomendacijų, *brendo*, jo vedinių ir giminiškų žodžių vartojama nedaug. *Brendo* ir jo vedinių nėra nei Lietuvos, nei Europos Sąjungos (toliau – ES) teisės aktų duomenų bazėse. Vadinas, prestižinėje kalboje išsiverčiama be šio svetimžodžio, todėl pasiaiškinsime, kokiais atitikmenimis jis pakeičiamas.

Kartais autoriai savo tekstuose šalia lietuviško termino skliaustuose patys nurodo, koks yra to termino angliškas atitikmuo: „Tobulėjant technologijoms įmonėms nebeužtenka investuoti į įsimintiną, bendrovės vertybes atspindintį logotipą ar šūkį. Vis daugiau įmonių pasaulyje vis daugiau pinigų skiria garsiniam prekės ženklo kūrimui (angl. *sound branding*)“ (Karaliūnaitė 2012); „Prekės ženklo valdymas (angl. *branding*) tampa vis sudėtingesnis tarpkultūrinėje terpėje, todėl reikalauja nuolatinio įmonių dėmesio“ (Šalčiuvienė 2004); „Reikalingas ilgalaikis ir tikslingas prekės ženklo formavimo bei plėtros procesas (angl. *branding*)“ (MDB). Kaip matyti, paprastai lietuviškuose tekstuose *brendas* ir jo vediniai keičiami aiškinamaisiais junginiais.

LRTB kaip anglų kalbos termino *brand* atitikmuo nurodomas *įspaudas* „tam tikras ženklas (skaičius ar tekstas) iškaltas, išdegintas kietame paviršiuje ar į jį įspaustas“ ir „tokio ženklinimo įrankis“ AGTTŽ 2006, o *branding* atitikmuo *įspaudavimas* „įspaudo darymas“ AGTTŽ 2006, tai pirminė žodžio *brand* reikšmė, iš jos į nagrinėjamas reikšmes perkelta tam tikro ženklo, žymės sema. Taip pat LRTB galima rasti tokius sudėtinių terminų, turinčių dėmenį *brand*, lietuviškus atitikmenis: *cemento markė*

(angl. *cement brand*) „pagal standartą pagamintų ir išlaikytų bandinių stiprumo rodiklis“ ChTAŽ 2003, *firminis ženklas* (angl. *brand name*) „specialus, oficialiai patvirtintas gamintojo ar firmos ženklas ant aprangos gaminio ar prie jo tvirtinamos etiketės ar pakuotės, rodantis, kas šį gaminį pagamino, ppr. nesusijęs su prekės ženklu“ AATŽ 2014, *prekės ženklas* (angl. *brand name, brand mark*) – nurodomos dvi reikšmės „registruojamas gaminusios firmos ženklas, raidinis ar vaizdinis simbolis ant gaminio, prie jo pritvirtintos etiketės ar pakuotės su išskirtine informacija apie gamintoją“ ir „išskirtinis prekės arba paslaugos pavadinimas ir tapatybė, padedanti ją atskirti nuo kitų gaminių ir paslaugų“ EKŽ 2008, *registruotasis prekės ženklas* (angl. *registered brand name*) „prekės ženklas, užregistruotas nustatyta tvarka“ EKŽ 2008.

Atkreiptinas dėmesys ir į pastarojo atitikmens raiškos įvairavimą vartosenoje: *prekės ženklas* ir *prekių ženklas*. Pažymėtina, kad Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatyme teikiamas terminas *prekių ženklas*, nes ženklas suteikiamas ne vienai prekei, o prekių grupei. Turint tai omenyje, kai kurių žodynų duomenys buvo keičiami, pavyzdžiui, LRTB skelbiamame EKŽ 2008 yra *prekės ženklas, registruotasis prekės ženklas*, tačiau naujesniame žodyno leidime AKTŽ 2015 teikiami sudėtiniai terminai su kilmininko daugiskaita: *prekių ženklas, registruotasis prekių ženklas*.

Daugiakalbėje Europos Sąjungos terminų bazėje IATE angliško termino *brand* nėra, bet yra sudėtinių terminų, kurių dėmeniu eina žodis *brand*: *brand name* ir nurodomi jo lietuviški atitikmenys – *prekės ženklas, gaminio modelio pavadinimas; private brand – platintojo prekių ženklas, nuosavas prekių ženklas*; šioje bazėje pateikiami ir termino *branding* atitikmenys *prekės ženklo kūrimas, įdagavimas*, taip pat sudėtinis terminas *single branding – įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo*.

Atsižvelgiant į konteksto lemiamą reikšmę, ES institucijų dokumentuose vartojami termino *brand* atitikmenys: *ženklas, prekių ženklas, firminė rūšis*:

„Remiantis nacionaline patirtimi sukurti Europos „Kokybiško turizmo“ ženklą, siekiant didinti vartotojų pasitikėjimą turizmo produktais ir jų saugumą ir apdovanoti turizmo sektoriaus specialistus už kokybiškas, klientus tenkinančias turizmo paslaugas“ (L); „Be to, ši direktyva neturi poveikio tokiai priimtai reklamos ir prekybos praktikai kaip teisėtas produktų patalpinimas vitrinoje, prekių diferencijavimas pagal firminę rūšį arba vartotojų skatinimas“ (L); „Rengiant integruotą bendrą programą prasminga vengti pavadinimų gausos ir pasinaudoti prekės ženklo



„Erasmus“ populiarumu bei žinomumu“ (L); Todėl įvairius prekės ženklus [“brand”] ir kategorijas turėtų būti galima atpažinti elektroniniu būdu, o naujai išduotų kortele grindžiamų mokėjimo priemonių atveju vizualiai ant prietaiso“ (EUR-Lex, 32015R0751); „Visi prekių ženklai“ [“brand”] turi būti vienodai matomi, todėl prekių ženklo grafinis vaizdas pateikiamas mažesniu formatu, nei pagrindinė Sąjungos kampanijos informacija“ (EUR-Lex, 32014R1144).

ES dokumentuose vartojami keli sudėtinio termino *brand name* atitikmenys: *pavadinimas, prekės pavadinimas, prekės ženklo pavadinimas, komercinis prekės pavadinimas, registruotasis prekės pavadinimas*:

„Sektoriuose, kuriuose įgyvendinama Programa, veikiantys viešieji ir privatūs subjektai informacijos perdavimo ir sklaidos tikslu vartoja pavadinimą [“brand name”] „Erasmus+“ (EUR-Lex, 32013R1288); „ženklinimas – visi su maisto produktu susiję žodžiai, išsami informacija, prekių ženklai, komercinis prekės pavadinimas, paveikslėliai arba simbolis, nurodyti ant jų pakuotės, dokumente, informaciniame lapelyje, etiketėje, žiede ar lankelyje, pridedamuose prie tokio maisto produkto arba jį nurodančiuose“ (EUR-Lex, 32012R1151); „Nei prekės ženklas, nei registruotasis prekės pavadinimas, nei išgalvotas pavadinimas negali būti naudojami vietoje spiritinio gėrimo prekinio pavadinimo [“No trade mark, brand name or fancy name may be substituted for the sales denomination of a spirit drink”]“ (EUR-Lex, 32008R0110); „Rinkodaros turtui priskiriami prekių pavadinimai, leidinių informaciniai duomenys, prekių ženklai, logotipai ir domenų pavadinimai [“Marketing assets consist of items such as brand names, mastheads, trademarks, logos and domain names”]“ (EUR-Lex, 32013R0549); „Mokėjimo paslaugų teikėjai informacijos apie mokesčius dokumente ir mokesčių ataskaitoje gali naudoti prekės ženklo pavadinimus [“brand names”]“ (EUR-Lex, 32014L0092). Nors tiksliausi trižodžiai terminai, bet tekstuose, atsižvelgiant į kontekstą, terminai neretai trumpinami.

Dėl atitikmens tinkamumo problema kyla ir dėl to, kad terminų žodynuose ir duomenų bazėse *prekių ženklas* nurodomas kaip ir angl. termino *trade mark* atitikmuo (plg. AKTŽ 2015; EKŽ 2008; IATE).

Anglų kalbos termino *branding* atitikmenų ES dokumentų lietuviškuose vertimuose yra įvairių:

**ženklinimas:** „Todėl JT NRB užtikrins Sąjungos įnašo matomumą tinkamu ženklinimu ir viešumu, akcentuojant Sąjungos vaidmenį, už-

tikrinant jos veiksmų skaidrumą ir informuojant apie priežastis, dėl kurių priimtas šis sprendimas“ (EUR-Lex, 32016D0051);

**ženklodara:** „Produktų pakuotės patenkina ne vieną poreikį tokiose srityse kaip produkto apsauga (padeda išvengti dužimo, išsipylimo ir užteršimo), informavimas reklamos tikslais (produkto identifikavimas, ženklodara, paruošimas, naudojimas, informacija apie maistingumą ir saugą), prekių paruošimas (vežimas ir pateikimas prekybos vietoje) <...>“ (EUR-Lex, 52014IE0574);

**prekių ženklo (įvaizdžio) kūrimas:** „Kai kurie importuotojai, kurių dauguma priklauso prekinio ženklo avalynės gamintojų grupei, teigė, kad priemonės pakenktų jų kuriamai didelei gamybos pridėtinei vertei Bendrijoje per jų svarbią veiklą tokiose srityse kaip dizainas, plėtra, prekės ženklo kūrimas ir tiekimo šaltinių paieška“ (L); „Štai keletas pavyzdžių: šalių, regionų, miestų atnaujinimas ar įvaizdžio kūrimas, informacinių ir ryšių technologijų (IRT) įgūdžių (e. įgūdžių) ugdymas mokymosi visą gyvenimą kontekste“ (L); „Taip pat siekiama laikytis plataus požiūrio į inovacijas – nuo technologinių, ne technologinių, organizacinių, ekonominių ir socialinių inovacijų iki pvz., technologijų perdavimo būdų, naujoviškų verslo modelių, prekės ženklų kūrimo ir paslaugų“ (EUR-Lex, 32013R1291); „Šis asignavimas skirtas padengti <...> sąnaudoms, susijusioms su EIPP portalo kūrimu ir plėtojimu, valdymu, parama, priežiūra ir priegloba, taip pat prekės ženklo kūrimo ir informavimo išlaidoms“ (EUR-Lex, 32016B0150);

**prekių ženklo plėtojimas:** „<...> pasitelkus visas kitas ne teatro platformas skatinti audiovizualinių kūrinių tarpvalstybinę rinkodaros, prekių ženklų plėtojimo ir sklaidos veiklą“ (EUR-Lex, 32013R1295);

**prekinio pavadinimo naudojimas:** „Kiekvienos Šalies oro susisieki mo bendrovės turi teisę sudaryti frančizės ar prekinio pavadinimo naudojimo susitarimus su kitos Šalies arba trečiųjų šalių bendrovėmis, įskaitant oro susisieki mo bendroves“ (EUR-Lex, 22007A0525(01)).

## IŠVADOS

1. Iš anglų kalbos kilęs svetimžodis *brendas* neįtrauktas į dabartinės lietuvių kalbos ir tarptautinių žodžių žodynus, jo apibrėžtis pateikta tik internete skelbiamose duomenų bazėse ir internetiniame jaunimo žodyne. Aiškių rekomendacijų dėl svetimžodžio vartojimo irgi nėra, todėl atrodo, kad jo ir lietuviškų atitikmenų konkurencija lyg ir palikta saviėigai. Šio

svetimžodžio vertinimą sunkina tai, kad nelengvai atskiriamos jo reikšmės; taip pat problemų kelia jo sinonimija su anglų k. terminu *trade mark*.

2. Iš svetimžodžio vartosenos ryškėja, kad jis vartojamas keturiomis pagrindinėmis reikšmėmis. *Brendo* reikšmės galėtų būti skiriamos taip: 1. prekių rūšis; 2. prekių ženklas, raidinis ar vaizdinis simbolis ant gaminio, prie jo pritvirtintos etiketės ar pakuotės, padedantis jį atskirti nuo kitų; 3. išskirtinis prekės, paslaugos pavadinimas ir tapatybė, padedanti ją atskirti nuo kitų gaminių ir paslaugų; 4. vartotojų pašamonėje kylančios išskirtinumo asociacijos apie tam tikrą rinkos dalyvį (prekę, paslaugą, organizaciją, žmogų, šalį, idėją ir pan.), turinčios tam tikrą ekonominę vertę.

3. Svetimžodis, jo vediniai ir giminiški žodžiai plačiai vartojami publicistikoje, specialistų profesinėje ir šnekamojoje kalboje, taip pat studijų aplinkoje: paskaitose, studentų rašto darbuose. Prestižinėje kalboje (taip pat ir administracinėje kalboje) svetimžodžiai nevartojami, jie keičiami lietuviškais atitikmenimis.

4. Svetimžodį palaiko tai, kad nėra aiškiai perteikiančio esmę trumpo ir darybiškai patogaus atitikmens. Skirtingoms svetimžodžio *brendas* reikšmėms žymėti reikėtų vartoti skirtingus atitikmenis: pirmos reikšmės apibūdinimas „prekės ar gaminio rūšis“ kartu yra ir lietuviškas atitikmuo; raidinį ar vaizdinį simbolį ant gaminio, prie jo pritvirtintos etiketės ar pakuotės galima vadinti *prekių ženklu*, *prekės pavadinimu*; išskirtiniam prekės, paslaugos pavadinimui ir tapatybei pavadinti tiktų atitikmenys *prekių ženklo vaizdinys*, *prekės įvaizdis*; vartotojų pašamonėje kylančios išskirtinumo asociacijos apie tam tikrą rinkos dalyvį galėtų būti vadinamos tiesiog *ženklu* arba, tiksliau, *rinkoženkliau*. Svetimžodžio vedinius ir giminiškus žodžius tektų įvardyti aiškinamaisiais junginiais: *brendingas*, *brendinimas* – *prekių ženklo (įvaizdžio, rinkoženkliau, ženklo) kūrimas, diegimas, valdymas, plėtojimas, naudojimas, sklaida, ženklo dara; rebrendingas, rebrendinimas* – *prekių ženklo atnaujinimas; kobrendingas* – *bendro prekių ženklo naudojimas (taikymas)*.

## ŠALTINIAI

Buhalterinės apskaitos paslaugos. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.litas.info/apskaita.DienosDuona.lt>. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://dienosduona.blogas.lt/pasene-lietuviski-prekiu-zenklai-140.html>.

Delfi.lt 2014: „Malaysia Airlines“ žada keisti ne tik pavadinimą. Prieiga per internetą: <http://www.delfi.lt/perpasauli/naujienos/malaysia-airlines-zada-keisti-ne-tik-pavadinima.d?id=65426650>.

Delfi.lt 2015: Nepažinta sovietmečio visuomenė: kai supranti, kas yra tikra. Prieiga per internetą: <http://www.delfi.lt/archive/nepazinta-sovietmecio-visuomene-kai-supranti-kas-yra-tikra.d?id=69058032>.

Dykovienė A. 2016: Partinio brendo privalumai. Prieiga per internetą: <http://kauno.diena.lt/naujienos/nuomones/nuomones/partinio-brendo-privalumai-742643>.

- Dizainologija.lt 2011: Klounai be sienų. Prieiga per internetą: <http://www.dizainologija.lt/2011/09/klounai-be-sienu.html>.
- Dizainologija.lt 2012: Tylus Lietuvos pašto rebrandingas. Prieiga per internetą: <http://www.dizainologija.lt/2012/08/tylus-lietuvos-pasto-rebrandingas.html>.
- Dizainologija.lt 2014: Brandingas turizme – kaip nereikia elgtis. Prieiga per internetą: <http://www.dizainologija.lt/2014/10/brandingas-turizme-kaip-nereikia-elgtis.html>.
- DLKT – Dabartinės lietuvių kalbos tekstynas. Prieiga per internetą <http://tekstynas.vdu.lt/tekstynas/index.jsp>.
- EUR-Lex – Europos Sąjungos teisės aktų ir kitų viešųjų dokumentų bazė „EUR-Lex“. Prieiga per internetą: <http://eur-lex.europa.eu/lt/index.htm>.
- Efektvyvus dizainas. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: [www.efektvyvusdizainas.lt/brendas-prekes-zenklas-kurimas-brandingas-zenklodara-prekinis/](http://www.efektvyvusdizainas.lt/brendas-prekes-zenklas-kurimas-brandingas-zenklodara-prekinis/).
- Ekspertai.eu. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.ekspertai.eu/lietuviiai-iki-galo-nesu-pranta-vieno-dalyko-siandien-vyksta-gigantiskasdidziausias-visu-laiku-lietuvos-brendinimas84782/>.
- EventsMarketing.lt. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.eventsmarketing.lt/2015/05/27/co-branding-bendras-prekes-zenklo-taikymas/>.
- Forum one. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://blog.forumone.co/lt/2014/08/02/zvilgnis-i-socialiniu-tinklu-ateiti/>.
- Froggo. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.froggo.lt/paslaugos/strateginiu-brendu-kurimas/>.
- Ignatavičius J. 2009: UIB Kaunas ekspertai miestui ieško problemų sprendimo būdų. Prieiga per internetą: [http://kaunoziņas.lt/naujienos/uiib-kaunas-ekspertai-miestui-iesko-problemu-sprendimo-budu\\_6355.html](http://kaunoziņas.lt/naujienos/uiib-kaunas-ekspertai-miestui-iesko-problemu-sprendimo-budu_6355.html).
- Ji žino. Prieiga per internetą: [http://www.piiit.lt/images/pdf/ji-zino-Brend-Book\\_lt.pdf](http://www.piiit.lt/images/pdf/ji-zino-Brend-Book_lt.pdf).
- Jucaitis R. 2016: Ar iš tiesų Estijai geriau sekasi brendinti šalį? Prieiga per internetą: <http://dizainologija.tumblr.com/page/4>.
- Karaliūnaitė U. 2012: Garsinis prekės ženklas – į ateitį žiūrincios įmonės pasirinkimas. Prieiga per internetą: <http://www.delfi.lt/verslas/medija/garsinis-prekes-zenklas-i-ateiti-ziurincios-imones-pasirinkimas.d?id=60060575>.
- Karpavičiūtė K. 2012: Privalomi gebėjimai darbuotojams 2013 metais. Prieiga per internetą: <http://www.alfa.lt/straipsnis/15069474/privalomi-gebėjimai-darbuotojams-2013-metais>.
- Kostrovickas R. 2013: Būk žinomas, mylimas ir trokštamas – brandingas. Verslo pradžia Anglijoje. Prieiga per internetą: [http://www.anglija.lt/straipsniai/verslas\\_anglijoje\\_pristato\\_cepelinascouk/buk\\_zinomas\\_mylimas\\_ir\\_trokstamas\\_brandingas\\_verslo\\_pradzia\\_anglijoje\\_viii\\_dalis.html-2](http://www.anglija.lt/straipsniai/verslas_anglijoje_pristato_cepelinascouk/buk_zinomas_mylimas_ir_trokstamas_brandingas_verslo_pradzia_anglijoje_viii_dalis.html-2).
- L – Lietuvių–anglų kalbų žodynas ir vertimų paieškos sistema „Linguee“. Prieiga per internetą: <http://lt.linguee.com/lietuviu-anglu/about#about>.
- Lašienė N. 2006: Apie brendą, Lietuvos Re:Brandą ir virtualiąją vėliavą. Prieiga per internetą: <http://www.delfi.lt/news/ringas/lit/nlasiene-apie-brenda-lietuvos-rebranda-ir-virtualiaja-veliava.d?id=11275022>.
- Lėka A., Sabaliauskaitė G. 2015: Labai mokyti, bet menkai gebantys. Ar Lietuvai tai tinka? Prieiga per internetą: <http://www.veidas.lt/labai-mokyti-bet-menkai-gebantys-ar-lietuvai-tai-tinka>.
- MargoSala.lt. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.margosala.lt/blog/straipsniai/rankiniu-brendai-kokie-jie>.
- Marketingo valdymas. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://marketingovaldymas.lt/blogas/marketingas/rebrandingas/>.
- MBD – magistro baigiamasis darbas.
- PIIT. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.piiit.lt>.
- Rebrand.lt. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://rebrand.lt/skaitiniai/brendo-ang-brand-firminio-stiliaus-ir-logotipo-suvokimas/>.
- Sem.lt. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.sem.lt/blogas/1-geras-budas-kaip-uzbrandinti-jusu-produkta-internete/>.
- Seo-marketing.lt. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.seo-marketing.lt/kas-yra-marketingas/kas-gadina-branda.html>.
- Šalčiuvienė L. 2004: *Prekės ženklo įvaizdžio valdymas tarpkultūriname kontekste*. Daktaro disertacija, Kaunas: Kauno technologijos universitetas. Prieiga per internetą: [http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2004~D\\_20050728\\_165918-93776/DS.005.0.01.ETD](http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2004~D_20050728_165918-93776/DS.005.0.01.ETD).
- Šimonis L. 2013: Nuspręsta: brand atitinkmuo lietuvių kalboje – brendas. Prieiga per internetą: <http://www.pozicionavimas.lt/nuspresta-brand-atitinkmuo-lietuviu-kalboje-brendas/>.

- Verslo.guru. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.verslo.guru/2014/12/2015-ieji-jaunieji-talantai-saugokites/>.
- 15min.lt. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.15min.lt/kultura/naujiena/renginiai/what-s-next-pristato-viena-is-headlaineriu-ir-programa-reklamos-pasaulio-atstovams-29-704095>.
- 0-x.eu. Interneto svetainė. Prieiga per internetą: <http://www.0-x.eu/plagiatas/plagijavimo-atlasas/>.
- 22007A0525(01) – Susitarimas dėl oro susisiekimo.
- 32008R0110 – 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos bei panaikinantis Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89.
- 32012R1151 – 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų.
- 32013R0345 – Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 345/2013 2013 m. balandžio 17 d. dėl Europos rizikos kapitalo fondų.
- 32013R0549 – Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 549/2013 2013 m. gegužės 21 d. dėl Europos nacionalinių ir regioninių sąskaitų sistemos Europos Sąjungoje.
- 32013R1288 – Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1288/2013 2013 m. gruodžio 11 d. kuriuo sukuriama Sąjungos švietimo, mokymo, jaunimo ir sporto programa „Erasmus+“ ir kuriuo panaikinami sprendimai Nr. 1719/2006/EB, Nr. 1720/2006/EB ir Nr. 1298/2008/EB.
- 32013R1291 – 2013 m. gruodžio 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1291/2013, kuriuo sukuriama bendroji mokslinių tyrimų ir inovacijų programa „Horizontas 2020“ (2014–2020 m.) ir panaikinamas Sprendimas Nr. 1982/2006/EB.
- 32013R1295 – 2013 m. gruodžio 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1295/2013, kuriuo sukuriama programa „Kūrybiška Europa“ (2014–2020 m.) ir panaikinami sprendimai Nr. 1718/2006/EB, Nr. 1855/2006/EB ir Nr. 1041/2009/EB.
- 32014L0092 – 2014 m. liepos 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2014/92/ES dėl mokesčių, susijusių su mokėjimo sąskaitomis, palyginamumo, mokėjimo sąskaitų perkėlimo ir galimybės naudotis būtiniausias savybes turinčiomis mokėjimo sąskaitomis.
- 32014R1144 – Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1144/2014 2014 m. spalio 22 d. dėl informacijos apie žemės ūkio produktus teikimo ir jų pardavimo skatinimo priemonių, įgyvendinamų vidaus rinkoje ir trečiojoje šalyse, kuriuo panaikinamas Tarybos reglamentas (EB) Nr. 3/2008.
- 32015R0751 – Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2015/751 2015 m. balandžio 29 d. dėl tarpbankinių mokesčių už kortele grindžiamas mokėjimo operacijas.
- 32016B0150 – Europos Sąjungos 2016 finansinių metų bendrojo biudžeto galutinis priėmimas (ES, Euratomas) 2016/150.
- 32016D0051 – 2016 m. sausio 18 d. Tarybos sprendimas (BUSP) 2016/51 dėl paramos Biologinių ir toksinių ginklų konvencijos (BTGK) įgyvendinimui, atsižvelgiant į ES kovos su masinio naikinimo ginklų platinimu strategiją.
- 52014IE0574 – Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl „Pramonės permainų Europos pakavimo sektoriuje“.

## LITERATŪRA

- AATŽ 2014: Ratautas S. A., Strazdienė E., Gulbinienė A. *Aiškinamasis aprangos terminų žodynas*, Kaunas: Technologija.
- AGTTŽ 2006: Juškaitė N., Keinys S., Sakalauskas K. *Aiškinamasis geležinkelių transporto terminų žodynas: terminai lietuvių, anglų, vokiečių ir rusų kalbomis*, Vilnius: Lietuvos geležinkeliai.
- AKTŽ 2015: Dagienė V., Grigas G., Jevsikova T. *Aiškinamasis kompiuterijos terminų žodynas*, Vilnius. Prieiga per internetą: <https://www.raštija.lt>.
- ALKŽ 2000: Piesarskas B. *Anglų–lietuvių kalbų žodynas*, Vilnius: Alma littera.
- DLKG 2006: *Dabartinės lietuvių kalbos gramatika*. Red. Vytautas Ambrazas, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
- ChTAŽ 2003: Daukšas K., Barkauskas J., Daukšas V. *Chemijos terminų aiškinamasis žodynas*, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
- EKŽ 2008: Dagienė V., Grigas G., Jevsikova T. *Enciklopedinis kompiuterijos žodynas*, Vilnius: Matematikos ir informatikos institutas.

- EV – Eurovoc. Daugiakalbis Europos Sąjungos tezaurus. Prieiga per internetą: <http://eurovoc.europa.eu/drupal/?q=lt>.
- Gaivenis K. 2002: *Lietuvių terminologija: teorijos ir tvarkybos metmenys*, Vilnius: Lietuvių kalbos instituto leidykla.
- IATE – Daugiakalbė Europos Sąjungos terminų bazė IATE. Prieiga per internetą: <http://iate.europa.eu/iate-diff/switchLang.do?success=mainPage&lang=lt>.
- JŽ – Jaunimo žodynas. Prieiga per internetą: <http://www.zodynas.lt/jaunimo-zodynas/B/brendas>.
- LKND – Lietuvių kalbos naujažodžių duomenynas. Internetinė duomenų bazė. Sudarė R. Miliūnaitė, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas. Prieiga per internetą: <http://naujazodziai.lki.lt>.
- LRTB – Lietuvos Respublikos terminų bankas. Prieiga per internetą: <http://www.vlkk.lt/lit/terminai>.
- NSDB – Naujųjų mokinių duomenų bazė. Prieiga per internetą: <http://nsdb.sociolingvistika.lt/?lid=1>.
- Pakerys J. 2013: Naujųjų mokinių duomenų bazės veiksmažodžių morfologija. – *Taikomoji kalbotyra* 2013–2014 (3). Prieiga per internetą: [www.taikomojikalbotyra.lt](http://www.taikomojikalbotyra.lt).
- TŽŽ 2013: *Tarptautinių žodžių žodynas*. Red. taryba: A. Kaulakienė, S. Keinys, B. Kurkulis, V. Račiūnaitė, V. Žalkauskas, Vilnius: Alma littera.

### MEANINGS, DERIVATIVES AND EQUIVALENTS OF THE LOAN-WORD *BRENDAS*

The loan-word *brendas* (brand) originating from English is not included in dictionaries either of Modern Lithuanian or international words. It is possible to find its definitions only in databases on the internet or in internet vocabulary. There are no clear recommendations about the usage of this loan-word, so it seems that the competition between *brendas* and its Lithuanian equivalents is being allowed to take its natural course.

As its usage shows, the most precise explanation of the meanings of this word is given in the internet vocabulary *Jaunimo žodynas*.

The loan-word *brendas*, its derivatives and related words are widely used in the specific language and spoken language of specialists and in the environment of university studies. It can be found in descriptions of subjects of teaching and lectures as well as in written works of students, although in the edited language of science it is rare. In standardized language (as well as in the language of official documents) loan-words are not used, they are substituted with Lithuanian equivalents. The loan-word *brendas* is used because there is no equivalent which would express the essence clearly, be short and convenient in respect of word-formation. Two meanings or at least two nuances of the meaning of this loan-word ought to be separated and two different equivalents should be used.

Gauta 2016-11-09

Rasuolė Vladarskienė  
Vilniaus Gedimino technikos universitetas  
Saulėtekio al. 11, LT-03227 Vilnius  
E. paštas [rasuole.vladarskiene@vgtu.lt](mailto:rasuole.vladarskiene@vgtu.lt)