

# ЧТО В ИМЕНИ ТЕБЕ МОЕМ...

**МНОГИЕ БИЗНЕСМЕНЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ ВЛИЯЕТ НА ЕЕ УСПЕШНОСТЬ. ЭКСПЕРТЫ ПОЛАГАЮТ, ЧТО И ФАМИЛИЯ МОЖЕТ ВЛИЯТЬ НА КАРЬЕРУ ЧЕЛОВЕКА. В ПОГОНЕ ЗА ДЕЛОВЫМИ УСПЕХАМИ НЕКОТОРЫЕ ДАЖЕ ГОТОВЫ СМЕНИТЬ НАРЕЧЕНИЕ ПРИ РОЖДЕНИИ НА ЧТО-ТО БОЛЕЕ ЭФФЕКТНОЕ.** ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Серьезных исследований, изучающих влияние фамилии человека на выбор профессии, никто из опрошенных ВГ экспертов припомнить не смог. Однако, говорит Андрей Давыдов, управляющий партнер «Альфа-персонал», определенные закономерности отмечались многими учеными. «Интересно исследование, проведенное американским психологом Бреттом Пелхемом, которое показало, что человек подсознательно тянется к предметам, которые ассоциируются с его именем. Так, среди стоматологов (англ. dentist) люди с именем Деннис встречались на 82% чаще других. Логично предположить, что и фамилия оказывает схожее воздействие на выбор профессии».

Дмитрий Сперанский, руководитель Бюро аналитики по рынку недвижимости, отчасти подтверждает теорию влияния фамилии на выбор профессии: «Нам известен господин по фамилии Строй, который основал компанию „Азбука строительства“ (занимаются строительством коттеджей), а также господин по фамилии Дубок, который создал в Калининграде мебельную фабрику. И обе эти компании вполне успешны».

**ПРИВЛЕЧЬ ЗВУЧНОСТЬЮ** Светлана Широкова, начальник отдела кадров ЗАО «Гринвуд», отмечает, что ученые, проводившие исследования на эту тему, заявляют, что звучность фамилии может привлечь внимание потребителя, особенно если она хорошо сочетается со сферой деятельности человека. «Исследователи влияния фамилии на профессию и поступки человека даже изобрели специальный термин, обозначающий эту связь, — аптоним. Впрочем, наличие этой связи точно не установлено, — говорит она. — Однако точно известно, что люди с необычной фамилией могут изначально заслужить большее внимание. Например, кардиолог из Нью-Йорка Дуглас Харт (англ. heart „сердце“) полагает, что некоторые пациенты выбирают его именно благодаря звучному имени. Или в случае семьи Грейтхаус (англ. great house „прекрасный дом“), которая торгует недвижимостью в Западной Вирджинии, фамилия становится настоящим кладом для разного рода маркетологов и рекламщиков».

Люди с необычными фамилиями довольно часто занимают ключевые позиции или являются учредителями компании, замечает Иван Иванов, основатель сервиса по поиску репетиторов Upstudy.ru. Вроде бы простое, но все же необычное сочетание имени и фамилии самого господина Иванова, по его словам, всегда вызывало удивление и даже умиление у партнеров. «Это помогает более непринужденно общаться и с легкостью находить контакт, — говорит он. — А вот у исполнительного директора Upstudy.ru фамилия Рерих, он потомок того самого художника Рериха. Кстати, практикующий психолог. Как видите, и с известной фамилией, и с самой простой можно



ИМЯ МОЖНО ЗАСТАВИТЬ РАБОТАТЬ. СМЕШНАЯ ДЛЯ ОДНОГО ФАМИЛИЯ — НЕОБЫЧНА И ЗАПОМИНАЕМА ДЛЯ ДРУГОГО

руководить бизнесом и добиваться отличных результатов».

Зинаида Гаврик директор по развитию Adular Group, подтверждает слова коллеги о запоминаемости необычных фамилий. «Я свою фамилию хотела сменить, конечно, но только до тех пор, пока не начала заниматься журналистикой. Фамилия очень хорошо запоминалась, что для меня было плюсом. Потом начала заниматься продажей семинаров, и однажды клиент очень долго переписывался со мной, выясняя, не псевдоним ли это. Теперь я занимаюсь бизнесом и иногда встречаю людей, которые помнят мою фамилию еще с семинарских времен, когда я обзванивала их и делала рассылки. Это очень облегчает общение: у них создается иллюзия, что они меня знают, и больше доверяя при этом. А еще я написала книгу, и меня легко запоминают, как автора по фамилии и имени», — рассказала госпожа Гаврик.

Но наличие известной фамилии далеко не гарант успешности карьеры. Дмитрий Сперанский рассказывает: «Лично мне не удалось никуда устроиться благодаря звучной фамилии. На нее обращают внимание в первые две минуты, а потом разговор идет о профессиональных умениях. Психологи выявили зависимость между физической привлекательностью и уровнем получаемого дохода, насчет фамилий, насколько мне известно, исследований не было. Не удивлюсь, если при большой выборке удастся обнаружить какую-то связь. Но этот фактор будет на двадцатом месте по сравнению с другими качествами претендентов».

Инна Алексеева, генеральный директор PR Partner, заметила, что люди с фамилией на А часто добиваются успеха. «Наверное, они привыкли учиться в школе, затем в вузе, ведь их часто спрашивают (фамилия в нача-

ле списка в журнале), значит, тихо отсидеться и отмолчаться не получится. Повышенный спрос извне приводит к повышенному спросу и требованиям к себе у самого человека, к определенному перфекционизму», — ищет объяснение она.

**УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ** Фамилия влияет на карьеру не извне, а изнутри, считает Владимир Княжицкий, генеральный директор ГК «Фаст Лейн» в России и СНГ. Важно, как сам человек относится к своей фамилии. «Если он считает, что она умаляет его достоинства, то будет комплексовать, что приведет к неудачам. Если же, наоборот, человек гордится своей фамилией, то это добавит ему уверенности в делах. То есть дело не в фамилии, а в отношении человека к разным факторам, в том числе — к ней», — полагает господин Княжицкий.

Действительно, многие опрошенные ВГ эксперты замечали, что нередко неблагозвучная фамилия порождает у людей неуверенность в себе. Исправить ситуацию может ее смена.

«У нас был один сотрудник по фамилии Хайло, — рассказывает Максим Логвинов, генеральный директор АН «Красная горка». — Звучит смешно и отчасти непристойно. Но, открыв „Википедию“, я выяснил, что это старинное название одной из частей русской печи. Как бы то ни было, его фамилию произносили только в отсутствие данного сотрудника и известным образом ее коверкая. При этом человек проявлял достаточное рвение на работе, и особых претензий к нему не было, за исключением одной: все сделки, за которые он брался, по каким-то неведомым причинам заканчивались полным фиаско. Доходило до смешного, я уже стал бояться за клиентов, которые один за другим заболели, попадали в аварии и так

далее. Через несколько месяцев мне пришлось развести руками: человек все делал правильно, но у него ничего не клеилось, и на предыдущем месте работы, как я потом уже выяснил, было то же самое. Дошло до того, что я посоветовал ему поставить свечку в церкви. Но и это не помогло. Он ушел из нашей компании и через некоторое время устроился работать в службу такси: там „живые“ деньги и „накосячить“ на ровном месте достаточно сложно. Было это около года назад. На днях я совершенно случайно встретил его в одном из торговых центров. Оказалось, теперь он преуспевающий бизнесмен. Я не поверил и даже заехал к нему в офис (он открыл собственную службу такси). С его слов, секрет резко выросшего уровня везения заключался в фамилии. После смены фамилии Хайло на Скоробогатов дела резко пошли в гору. Он шутиливо объясняет это тем, что последовал совету знакомой, которая увлекается фэншуй. На мой взгляд, все дело в уверенности в себе: он даже визитки не заказывал на старую фамилию, ограничиваясь корпоративными, в которые дописывал добавочный номер».

Александр Вартанян, ведущий специалист по маркетингу и рекламе ЗАО «Зембра Телеком», поделился своим опытом по смене неудачной фамилии: «Раньше у меня была фамилия Крысанов, но осенью я женился и взял фамилию жены. Прежняя фамилия портила мне жизнь в школе и институте, кличка у меня в любой компании появлялась очень быстро. По работе тоже сталкивался с не слишком адекватным отношением к ней и созданием различных забавных производных. Моя новая фамилия, думаю, будет вызывать соответствующие вопросы, но за собственный имидж я уже буду чуть спокойнее».

**ИГРА СЛОВ** Нередко имя или фамилию специалистам приходится менять при переезде в другую страну. «У меня был случай смены имени из-за определенных репутационных рисков, — рассказывает Кермен Манджиева, PR-директор филиала «Северо-Запад» компании «Мегафон». — Когда я работала PR-руководителем дочерней компании „Мегафон“ в Таджикистане, мне пришлось изменить имя Кермен на Кармен, так как слово „кер“ в таджикском языке — ругательное». По этой же причине, кстати, бренд «Керама Марацци» вообще ушел с рынка Таджикистана, никто не хотел покупать продукцию с таким именем, и разместить рекламу бренда было большой проблемой. «Дабы избежать рисков, формально мое имя изменили (электронная почта, визитки, бейдж). После возвращения в Россию мое имя публично стало прежним. Сейчас работаю PR-директором „Мегафона“ в СЗФО, где экзотичное сочетание имени и фамилии играют только на руку. Стопроцентное запоминание и отстройка от конкурентов, что в публичной сфере важно. Самое интересное, что в Калмыкии Кермен