

Ольга Степановна Корнеева

преподаватель кафедры английской филологии

Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина

Olga Korneeva

Lecturer of the Department of English Philology

of Brest State A. S. Pushkin University

e-mail: grabar_o_s@mail.ru

СЕМИОТИЧЕСКИ ОСЛОЖНЕННЫЕ ЭРГОУРБОНИМЫ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ МОСКВЫ И ЛОНДОНА

Статья посвящена актуальной проблеме исследования лингвистического ландшафта в контексте двойственного влияния процессов глобализации и сохранения лингвокультурной идентичности. Введен термин «урботрапезоним», который применяется к эргоурбонимам объектов общественного питания, представленным в городском ландшафте. Урботрапезонимы, представляя собой вербальную составляющую вывески локализованного коммерческого предприятия, как правило, осложняются невербальными знаками. На основании изученных подходов к семиотически осложненным текстам выделены три степени креолизации, которые используются в качестве критериев для анализа урботрапезонимов городов Москвы и Лондона в рамках исследования. В результате анализа выявлена структурная специфика семиотически осложненных урботрапезонимов в русскоязычной и англоязычной лингвокультурах.

Ключевые слова: семиотически осложненный текст, эргоурбоним, трапезоним, урботрапезоним, креолизованный текст, креолизация.

Semiotically Complicated Ergourbonyms in the Foodservice Industry in Moscow and London

The article addresses the issue of linguistic landscape in the context of the dual influences of globalisation and the preservation of linguocultural identity. The author introduces the term 'urbotrapezonym', which refers to the ergourbonyms of eating establishments found within urban landscapes. Urbotrapezonyms, as verbal components of the signage of localised commercial enterprises, are often accompanied by non-verbal signs. Based on the studied approaches to semiotically complicated texts, the author identifies three degrees of creolisation, which serve as criteria for analysing urbotrapezonyms of Moscow and London within the framework of the study. The analysis reveals the structural characteristics of semiotically complex urbotrapezonyms in Russian- and English-speaking linguocultures.

Key words: semiotically complicated text, ergourbonym, trapezonym, urbotrapezonym, creolised text, creolisation.

Введение

Исследование эргоурбонимов в сфере общественного питания (далее именуемых урботрапезонимами) как части лингвистического ландшафта является актуальным научным направлением за счет возникновения междисциплинарных связей между лингвистикой, а в частности лингвокультурологией и ономастикой, географией, социологией и урбанонологией с целью изучения городского ономастикона на предмет уникальных и универсальных характеристик нейминга в населенном пункте, а также для совершенствования сити-менеджмента. Разработка темы эргоурбонимов в сфере общественного питания с разных точек зрения представлена в трудах М. Ю. Криницкой и П. М. Тюрина (креолизация),

Г. Н. Стариковой и Чанг Хоанг Тхи Хонг (характеристики номинации типов заведений питания), Е. В. Тихоненко (специфика мотивационной базы), Т. Г. Федотовских (содержательно-прагматический аспект).

Целью нашего исследования является выявление специфики семиотически осложненных урботрапезонимов в русскоязычной и англоязычной лингвокультурах на материале вывесок объектов общественного питания городов Москвы и Лондона. Для достижения поставленной цели были обобщены данные исследований по тематикам лингвистического ландшафта, эргонимии, эргоурбонимии и креолизованного текста, а также разработаны критерии для последующего анализа урботрапезонимов, представленные в виде трех степеней креолизации.

Основная часть

Текстовая информация, окружающая горожанина в общественных местах, превращает город в своего рода коммуниканта. В этой связи релевантным является понятие лингвистического ландшафта, который представляет собой языковую картину публичного урбанизированного пространства коммуникации. В узком смысле, согласно подходу Г. И. Купцовой, лингвистический ландшафт – это способ «описания повседневного существования языка, состоящий в исследовании письменных знаков в пространстве городской среды» [1, с. 43].

Значимым элементом лингвистического ландшафта являются эргонимы как имена собственные предприятий различного функционального профиля. Поскольку лингвистический ландшафт представляет собой репрезентацию и соотношение различных языков в общественных пространствах многоязычных городов, понятие *эргоним* не представляется достаточным для отражения факта «опредмеченности» имен собственных в вывесках конкретных топографических объектов города. Р. И. Козлов выделяет понятие *локализованного коммерческого предприятия*, для которого он применяет термин *эргоурбоним*, «фиксирующий комплексный характер объекта номинации, который представляет, с одной стороны, деловое предприятие (для названия которого используется эргоним), а с другой – объект городского пространства (номинаруемый урбонимом/урбанонимом)» [2, с. 14].

Объектом нашего исследования является ономастикон локализованных коммерческих предприятий общественного питания, именуемых, согласно Т. В. Шмелевой, трапезонимами [3, с. 10]. Г. Н. Старикова и Тхи Хонг Чанг Хоанг для обозначения и названия заведений питания также предлагают термины *трофоним* либо *рестороним*, что, по нашему мнению, может быть интерпретировано в более узком смысле, чем подразумевают сами авторы [4, с. 73]. Разделяя взгляды Р. И. Козлова и Т. В. Шмелевой, мы предлагаем использовать понятие *урботрапезонима* как имени собственного объекта общественного питания, локализованного в вывесках и надписях в городском пространстве. Как элементы лингвистического ландшафта, урботрапезонимы вносят вклад в имидж города и региона,

а также в формирование целостного образа страны в общественном сознании не только ее граждан, но и на международной арене. Создатели локализованных коммерческих предприятий в сфере общественного питания учитывают как локальные традиции, так и актуальные тренды нейминга с целью повышения конкурентоспособности на рынке оказания услуг и привлечения новых посетителей.

Выбор сферы общественного питания с целью выявления семиотических особенностей урботрапезонимов обусловлен двумя причинами. Во-первых, трапезонимы являются результатом осмысленного, целенаправленного выбора в процессе нейминга и выполняют аттрактивную функцию [5], направленную на привлечение внимания реципиента, а в последующем и мотивирование его к посещению объекта общественного питания. Во-вторых, для создания запоминающегося образа топографического объекта городского ландшафта возникает необходимость применения широкого спектра невербальных иконических и метаграфемных знаковых средств, что ведет к семиотическому осложнению текстового сообщения в коммуникативном пространстве города.

Урботрапезонимы как вербальные компоненты гетерогенных знаков в лингвистическом ландшафте города характеризуются наличием креолизирующих их элементов. Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов определяют креолизованные тексты как «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [6, с. 180].

Базовой классификацией креолизованного текста принято считать типологию Е. Е. Анисимовой [7, с. 15], в которой автор исходит из наличия изображения и характера его связи с вербальной частью и выделяет три основные группы текстов с нулевой, частичной и полной креолизацией. Данная классификация базируется на роли иконического элемента, не уточняя статуса метаграфемных средств, которые автор рассматривает в качестве важных элементов креолизации в своих научных трудах.

Как справедливо отмечают исследователи метаграфемных средств креолизации

текста А. Н. Баранов и П. Б. Паршин [8], восприятие и интерпретация письменного текста зависят от маркированности его верстки, наличия «нестандартных» графических решений. Таким образом, метаграфемные средства в зависимости от роли в тексте могут быть пассивными и не оказывать значимого влияния на план содержания, т. е. не являться средством креолизации. В то же время мы соглашаемся с А. А. Бернацкой, которая вводит понятие «слабой креолизации» [9], поскольку даже минималистичное в цветовом и шрифтовом отношении решение может рассматриваться как метаграфемное средство креолизации текста. Таким образом, в рамках настоящего исследования мы выделяем три степени креолизации: 1) нулевая или низкая – отсутствие изображений, «декоративных» изобразительных элементов при наличии метаграфемных трансформаций; 2) средняя – наличие факультативных иллюстративных дублирующих изображений либо «декоративных» изобразительных элементов; 3) высокая – обличительность изображения, отсутствие которого меняет семантическую составляющую эргонима.

К несловесным знакам следует отнести не только иконические и метаграфемные, но и пазиграфические знаки: цифры, знаки математических операций, химические формулы либо знаки элементов, знаки юридической охраны прав, знаки Интернета, пиктограммы. Графическое варьирование также может быть связано с использованием средств нестандартной орфографии, которая может быть фонетически мотиви-

рованной либо представлять собой усеченную до одной буквы лексему.

Классификация креолизованных текстов на основании соотношения объема информации, передаваемой вербальными и невербальными знаками креолизованного текста, более совершенна. Тем не менее существует ряд трудностей, выявленных в результате исследований в данном ключе. В коллективной монографии «Креолизованный текст: смысловое восприятие» И. В. Вапунина, М. О. Матвеев, А. А. Нистратов и Е. Ф. Тарасов анализируют креолизованные тексты с точки зрения реципиента с вычислением коэффициента креолизации на основе психосемантической методики и метода семантического дифференциала и приходят к выводу, что простые и однозначные закономерности не присущи процессу креолизации, а спрогнозировать восприятие креолизованного текста адресатом не представляется возможным даже при установлении всех параметров текста [10, с. 191–192].

С целью сопоставления специфики семиотически осложненных текстов в отношении степени креолизации и интерсемиотической контаминации в разных лингвокультурах нами были выбраны города Лондон и Москва. Источниками материала для исследования являются отобранные методом сплошной выборки по 100 урботрапезонимов указанных городов, собранные на сайте *Tripadvisor* [11], а также зафиксированные на фото вывески с их названиями на сторонних Интернет-ресурсах. Результаты исследования представлены в таблице.

Таблица – Семиотически осложненные урботрапезонимы

Город	Степень креолизации, %		
	Нулевая или низкая	Средняя	Высокая
Москва	71	27	2
Лондон	66	33	1

Изучив урботрапезонимы Москвы и Лондона, мы пришли к выводу, что степень креолизации не коррелирует с лингвокультурными особенностями стран, а низкая степень креолизации характерна для урботрапезонимов как эргоурбонимов в целом. Также отметим, что низкая степень креолизации включает супраграфемное варьирование, которое заслуживает отдельного внимания в междисциплинарных исследова-

ниях семантики и восприятия хромографемных и супраграфемных средств. Супраграфемные средства, представляющие нулевую либо низкую степень креолизации вне комбинаций с иконическими знаками зачастую представлены немаркированными средствами, т. е. «стандартным» шрифтовым оформлением, что указывает на тренд минималистичности в оформлении и ориентацию на удобочитаемость. В ходе исследо-

вания нами была выявлена взаимосвязь между урботрапезонимами, создающими отсылки к иностранной кухне, и маркированностью их шрифтового оформления. Приведем примеры таких случаев:

1) готический шрифт: немецкие пивные рестораны («*The Bermondsey Bierkeller*» в Лондоне, «*Брюгге*» в Москве), а также ирландские бары и пабы («*The Dubliner Irish Pub*», «*Йоркшир*», «*Sean O'Neill Pub*» в Москве);

2) курсив: объекты общественного питания Лондона, названия которых заимствованы из итальянского языка (рестораны «*Bella Vita*», «*Mio*», «*Da Mario*», «*Sergio's*», «*Gallio*»; трагтория «*Verdi*»);

3) шрифт с засечками для создания «традиционно британского» имиджа пабов и баров как в Лондоне, так и в Москве (пабы «*Connolly Station*», «*Ulysses Pub*», «*Tweed & Stout*» в Москве; пабы «*The Duchess Belle*», «*The Starting Gate*», бар «*Grays & Feather*» и др. в Лондоне).

Средняя степень креолизации встречается в Лондоне и Москве реже, чем низкая, и реализуется за счет опциональных иконических знаков, которые выполняют разные функции:

1) дублирующую (изображение Джозефа Пакстона под эргонимом «*Paxton's Head*»);

2) декоративно-дублирующую (пиктограмма огня над буквой «*L*» в названии «*Candlemaker*»);

3) декоративную (пиктограммы звезд возле названия бара-ресторана «*Liberty*»);

4) маскот-функцию (изображение жирафа на вывеске кафе «*Lumi*»);

5) экстенсивную, которая заключается в дополнении вербального знака невербальным, расширении его семантического поля (флаг Италии рядом с названием «*Вилла Паста*», ресторан «*Роял*» с пиктограммой короны над последней графемой);

6) идентифицирующую либо квалифицирующую, которая заключается иллюстрировании типа кухни либо заведения, но не трапезонима непосредственно (изображение чашки кофе на вывеске кафе «*Lumi*»).

Для Лондона и Москвы не характерна высокая степень креолизации урботрапезонимов, поскольку она бы усложнила декодирование сообщения. Высокая степень

креолизации во всех случаях была представлена изображениями, значимыми для корректной интерпретации вербального сообщения, но не функционирующими без текста. В качестве примеров приведем название бара «*На кранах*», где изображение пивных кранов позволяет распознать одно из значений слова.

Среди затрудняющих объективный анализ урботрапезонимов факторов нами было отмечено отсутствие в открытом доступе фотографий входных групп и вывесок некоторых объектов общественного питания. В отдельных случаях это обусловлено появлением новых форматов функционирования, где создатели отдают приоритет онлайн-маркетингу и не уделяют внимания наличию вывески в городском пространстве. К таким случаям относятся «*rooftop*» объекты общественного питания, располагающиеся на крышах, а также «секретные» заведения, как, например, «*Кот Шрёдингера*» в Москве, где скрытность обусловлена еще и самой сущностью мысленного эксперимента Э. Шрёдингера.

Заключение

В результате сопоставительного анализа семиотически осложненных урботрапезонимов двух лингвокультур мы пришли к выводу, что сбалансированное соотношение степеней креолизованности в разных лингвокультурах обусловлено спецификой сферы функционирования эргоурбонимов, а лингвокультурные различия как таковые не оказывают влияния на соотношение вербальных и невербальных знаковых средств в вывесках объектов общественного питания Лондона и Москвы. В ходе проведенного нами анализа урботрапезонимов были выявлены перспективные направления исследований:

1) детальное рассмотрение семантики хромо- и супраграфемных средств письменного текста и непротиворечивое разграничение низкой и нулевой степеней креолизации;

2) сопоставление степеней креолизации урботрапезонимов с учетом типа объекта общественного питания;

3) сопоставление степеней креолизации в лингвокультурах с разными системами письменности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Купцова, Г. И. Некоторые особенности семиотики коммерческих знаков в лингвистическом ландшафте Москвы (на материале надписей на детских игрушках) / Г. И. Купцова // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – 2015. – № 31. – С. 42–49.
2. Козлов, Р. И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики : автореф. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Козлов Роман Игоревич. – Екатеринбург, 2000. – 23 с.
3. Шмелева, Т. В. Ономастикон российского города / Т. В. Шмелева. – Саарбрюккен : Lap Lambert Academic Publishing, 2014. – 137 с.
4. Старикова, Г. Н. Трофонимы (ресторонимы) как особый тип эргонимов (на материале имен заведений общественного питания Москвы) / Г. Н. Старикова, Т. Х. Хоанг // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2017. – № 47. – С. 72–87.
5. Ратникова, И. Э. Эргонимы в ономастическом пространстве языка (на материале названий предприятий Минска и Ханоя) / И. Э. Ратникова, Бен Тхи Хоанг // Карповские научные чтения : сб. науч. ст. / редкол.: А. И. Головня (отв. ред.) [и др.]. – Минск : РИВШ, 2015. – Вып. 9 : в 2 ч. – Ч. 1. – С. 224–228.
6. Сорокин, Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Высш. шк., 1990. – С. 180–186.
7. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студентов фак. иностр. яз. вузов / Е. Е. Анисимова. – М. : Academia, 2003. – 122 с.
8. Баранов, А. Н. О метаязыке описания визуализаций текста / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 3. – С. 6–15.
9. Бернацкая, А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение. Специализированный вестник Красноярского государственного университета ; под ред. А. П. Сковородникова. – 2000. – № 3 (11). – С. 104–110.
10. Креолизованный текст: смысловое восприятие / И. В. Вашунина, М. О. Матвеев, А. А. Нистратов, Е. Ф. Тарасов. – М. : Ин-т языкознания РАН, 2020. – 206 с.
11. Tripadvisor [сайт]. – URL: <https://www.tripadvisor.ru> (дата обращения: 24.02.2025).

REFERENCES

1. Kupcova, G. I. Niekotoryje osobiennosti siemiotiki kommierchieskikh znakov v lingvisticheskom landshaftie Moskvyy (na materialie nadpisiej na dietskikh igrushkakh) / G. I. Kupcova // Viestnik Nizhegorodskogo gosudarstviennogo lingvistichieskogo univiersitieta im. N. A. Dobroliubova. – 2015. – № 31. – S. 42–49.
2. Kozlov, R. I. Ergourbonimy kak novyj razriad gorodskoj onomastiki : avtorief. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01 / Kozlov Roman Igorievich. – Jekatierinburg, 2000. – 23 s.
3. Shmielieva, T. V. Onomastikon rossijskogo goroda / T. V. Shmielieva. – Saarbrücken : Lap Lambert Academic Publishing, 2014. – 137 s.
4. Starikova, G. N. Trofonimy (riestorony) kak osobyj tip ergonimov (na materialie imion zaviedienij obshchiestviennogo pitaniya Moskvyy) / G. N. Starikova, T. Kh. Khoang // Viestnik Tomskogo gosudarstviennogo univiersitieta. Filologija. – 2017. – № 47. – S. 72–87.
5. Ratnikova, I. E. Ergonimy v onomastichieskom prostranstvie jazyka (na materialie nazvanij priedpriyatij Minska i Khanoja) / I. E. Ratnikova, Ben Tkhi Khoang // Karpovskije nauchnyje chtienija : sb. st. / A. I. Golovnia (otv. ried.) [i dr.]. – Minsk : RIVSh, 2015. – Vyp. 9 : v 2 ch. – Ch. 1 – S. 224–228.
6. Sorokin, Ju. A. Krieolizovannyje tieksty i ikh kommunikativnaja funkciya / Ju. A. Sorokin, Je. F. Tarasov // Optimizacija riechievogo vozdiejstviya. – M. : Vyssh. shk., 1990. – S. 180–186.
7. Anisimova, Je. Je. Lingvistika tieksta i miezhkul'turnaja kommunikacija (na materialie krieolizovannykh tiekstov) : uchieb. posobiye dlja studentov fak. inostr. jaz. vuzov / Je. Je. Anisimova. – M. : Academia, 2003. – 122 s.

8. Baranov, A. N. O mietajazykie opisaniya vizualizacij teksta / A. N. Baranov, P. B. Parshin // *Viestnik Volgogradskogo gosudarstviennogo univiersiteta. Sierija 2, Jazykoviedienije.* – 2018. – T. 17, № 3. – S. 6–15.
9. Biernatskaja, A. A. K probileime «krieolizacii» teksta: istorija i sovriemiennoje sostojanije / A. A. Biernatskaja // *Riechievoje obshchijenije. Spiecializirovannyj viestnik Krasnojarskogo gosudarstviennogo univiersiteta / pod ried. A. P. Skovorodnikova.* – 2000. – № 3 (11). – S. 104–110.
10. Krieolizovannyj tekst: smyslovoje vosprijatije / I. V. Vashunina, M. O. Matviejev, A. A. Nistratov, Je. F. Tarasov. – M. : In-t jazykoznanija RAN, 2020. – 206 s.
11. Tripadvisor [sajt]. – URL: <https://www.tripadvisor.ru> (data obrashchijenija: 24.02.2025).

Рукапіс наступіў у рэдакцыю 15.04.2025