

RU

Невербальные компоненты представленной
на вывесках эргониими города Уфы

Матвеева А. А.

Аннотация. Цель исследования – выявление характерных особенностей смыслового и формального представления невербальных знаков в эргонимах, присутствующих на вывесках города Уфы. В статье дается комплексная параметризация невербальной составляющей полисемiotичного эргонима, представленного на вывеске: раскрывается природа невербальных знаков, их положение по отношению к графемам эргонима и функциональная специфика. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые выявлены и систематизированы способы представления невербальных знаков внутри эргонимов г. Уфы в зависимости от их формы, пространственной организации, степени и характера семантической. В результате исследования выявлены четыре способа реализации невербальной составляющей полисемiotичного эргонима, представленного на вывеске, – в форме подвергнутого трансформации алфавитного знака, не входящего в состав алфавита графического знака, предметного изображения и цветовой комбинации. Определено, что невербальный элемент в полисемiotичном эргониме на вывеске может характеризоваться внутренним, а также слитно прилегающим к тексту эргонима внешним положением. Установлено, что невербальный знак способен посредством своей визуальной формы отображать семантику эргонима или его родовую отнесенность, а также комбинировать обе функции или порождать ассоциации, косвенно связанные с семантикой эргонима.

EN

Non-verbal components of the ergonymy presented
on signboards in the city of Ufa

A. A. Matveyeva

Abstract. The study aims to identify the characteristic features of the semantic and formal representation of non-verbal signs in ergonyms found on the signboards of the city of Ufa. The article provides a comprehensive parameterization of the non-verbal component of a polysemiotic ergonym presented on a signboard: the nature of non-verbal signs, their position relative to the graphemes of the ergonym, and their functional specificity are revealed. The research is novel in that it is the first one to identify and systematize the ways of representing non-verbal signs within the ergonyms of Ufa, depending on their form, spatial organization, degree, and nature of semanticity. As a result of the study, four ways of realizing the non-verbal component of a polysemiotic ergonym presented on a signboard were identified – in the form of a transformed alphabetic sign, a graphic sign not included in the alphabet, an object image, and a color combination. It was determined that a non-verbal element in a polysemiotic ergonym on a signboard can be characterized by an internal position, as well as an external position contiguously adjacent to the text of the ergonym. It was established that a non-verbal sign is able, through its visual form, to display the semantics of the ergonym or its generic affiliation, as well as to combine both functions or generate associations indirectly related to the semantics of the ergonym.

Введение

Актуальность данного исследования определяется непрерывно нарастающим темпом развития городского пространства, что ставит перед лингвистикой задачи постоянного обновления подвергающегося исследованию корпуса текстов городского пространства и шлифовки инструментария его анализа. В настоящее время происходит активизация изучения микротекстов городской среды, среди которых значимое положение занимают эргонимические микротексты. Эргонимы, представленные на вывесках городов, преимущественно полисемiotичны. Научные изыскания, проливающие свет на глубинные механизмы взаимодействия

вербального и невербального компонентов внутри эргонимических микротекстов, не только способствуют лучшему пониманию устройства и функционирования городского ономастического пространства, но и позволяют установить не открытые ранее закономерности концептуализации окружающей действительности.

Для достижения вышеуказанной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать отраженный на вывесках эргонимический материал города Уфы и отобрать эргонимы с невербальным компонентом;
- выявить сущностные характеристики невербальной составляющей эргонимов;
- определить место невербальных знаков внутри представленных на вывесках эргонимов и их соотношение с вербальными знаками эргонима;
- раскрыть степень смысловой наполненности невербальных компонентов эргонимов и их функциональное предназначение.

Материалом исследования послужила картотека эргонимов с невербальными включениями (102 единицы), собранная методом сплошной выборки из вывесок города Уфы в период с марта по май 2025 года.

Теоретическую базу исследования составляют труды Н. Н. Абуевой, З. Б. Темиргалиевой, А. Ш. Арчилаевой (2019), Ю. В. Дмитриевой (2013), Г. Е. Крейдлина (2000; 2002), Н. Л. Шубиной (2009), в которых раскрывается сущность невербальной семиотики, определяются векторы исследований в области невербальной семиотики, выявляются проблемы соотношения невербальных языковых кодов с естественным языком и разрабатываются пути решения данных проблем. В настоящей работе нашли отражение результаты исследований эргонимического пространства современных городов Г. М. Боваевой, Т. В. Бураевой и Э. О. Дальдиновой (2019), Л. А. Киселевой и Д. Р. Хисамутдиновой (2024), А. В. Кривицкой (2019), в которых исследуется эргонимический ландшафт полиэтнических городов и выявляется этнокультурная специфика эргонимов. Базой исследования также послужили работы, посвященные изучению поликодовых урбанонимов, – Т. П. Соколовой (2023), в которой разрабатывается типология приемов, задействованных в городской номинации как поликодовом пространстве, Т. В. Шмелевой (2023), в которой ставится и решается проблема комического в современном городском ономастическом пространстве при совмещении исследования названий городских заведений и визуального компонента вывесок, И. Л. Ильичевой (2024а; 2024б), в которых урбанонимические единицы исследуются как поликодовые комплексы, образованные симбиотическим соединением знаков разной модальности. М. Ю. Криницкая и П. М. Тюрин (2021) в своем исследовании уделяют особое внимание анализу невербальных средств в коммерческих креолизованных текстах, выявляя роль недублирующих образов в названиях коммерческих предприятий, предназначенных для порождения определенных ассоциаций у адресата. Т. В. Марченко и С. Н. Бредихин (2024) в своей работе изучают и описывают поликодовое метафорическое переосмысление социокультурного городского ландшафта. М. В. Голомидова и А. В. Дмитриева (2024), исследуя урбанонимический дискурс, выявляют феномен урбанонимического «эхо» как частного случая полисемиотических микротекстов.

Отбор эргонимов, запечатленных на вывесках города Уфы, осуществляется в данной работе с использованием метода сплошной выборки. Вычленение эргонимов с невербальной составляющей производится с помощью таких общенаучных методов, как анализ и синтез, примененных к языковому и неязыковому материалу. Характер невербальной составляющей эргонимов и способы представления невербалики на вывесках внутри эргонимов выявляются в данной работе посредством использования метода наблюдения над языковым материалом и описательного метода. Метод систематизации исследуемого материала позволяет распределить эргонимы по группам в зависимости от способов представления их невербального содержания и его соотношения с вербальной составляющей эргонима. Метод количественного анализа позволяет выявить количественное соотношение полученных данных.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его материалов при разработке и чтении теоретических и практических курсов по ономастике и невербальной семиотике. Результаты исследования могут быть использованы представителями бизнес-сообщества при анализе эргонимической ситуации мегаполиса с целью успешного выбора наименования своего предприятия и применения более эффективной стратегии продвижения продукта.

Обсуждение и результаты

В данной статье исследованию подвергаются эргонимы, сочетающие вербальную и невербальную составляющую, которые были зафиксированы на вывесках города Уфы в период с марта по май 2025 года (102 единицы). Объектом исследования является эргонимическое содержание вывесок, не включая другие компоненты их пространства. На основании трактовки понятия «эргоним», предложенных в работах Г. М. Боваевой, Т. В. Бураевой и Э. О. Дальдиновой (2019, с. 84), А. В. Кривицкой (2019, с. 59), Л. А. Киселевой и Д. Р. Хисамутдиновой (2024, с. 2526) в данной статье формулируется определение **эргонима** как единицы городского пространства, представляющей собой наименование коммерческого предприятия и имеющей глубокое прагматическое, социальное и культурное наполнение.

Одной из задач данного исследования является определение сущности невербальной составляющей эргонима на вывеске. Анализ эмпирического материала позволил выявить 4 способа бытования невербальной части полисемиотического эргонима, представленного на вывеске: 1) графема алфавитной системы естественного языка, подвергшаяся формальной трансформации, которая выводит данную графему за пределы

языковой графической нормы и тем самым позволяет отнести ее к невербальным знакам; 2) графический знак за пределами знаков алфавитных систем естественных языков (геометрические графические знаки и фигуры, специальные символы); 3) предметное изображение или орнамент; 4) цвет.

Первый способ представления невербальной части полисемиотичного эргонима – с помощью видоизмененной графемы, представляющей собой формальную трансформацию вербального компонента, – реализуется через посредство перевернутых букв; букв, измененных в размере по отношению к остальным буквам слова (уменьшенные или увеличенные буквы); букв, вытянутых по горизонтали или вертикали; букв в формате зеркального отражения; букв с изменением формы их линий (например, волнистые линии вместо прямых, пунктирные перемены в начертании букв); диакритических знаков в позициях, в которых их не должно быть по правилам языка.

Примером эргонима, содержащего перевернутую букву (здесь и далее мы будем говорить о дизайнерском воплощении эргонимов), может послужить наименование салона красоты «*Maija*» / *Майя*. Последняя буква лексической единицы представлена на вывеске в перевернутом виде (Иллюстрация 1). Перевернутый характер буквы служит аттракции и создает общую атмосферу стильности и элегантности, что значимо для отражения типа заведения – салон красоты.



Иллюстрация 1. Эргоним, содержащий графему в перевернутом виде

Примером эргонима, содержащего букву, измененную в размере по отношению к остальным буквам слова, является представленное на вывеске название банкетного зала «*Gribovsky*» / *Грибовский*. Буква «о» изображена в уменьшенном и подчеркнутом виде (Иллюстрация 2). Эргоним является отсылкой к фамилии ресторатора Константина Грибовского, и выделение находящейся в центре слова буквы «о» посредством изменения ее размера и подчеркивания позволяет сделать дополнительный акцент на фамилии создателя ресторана. Кроме того, уменьшенная и подчеркнутая буква «о» имеет визуальное сходство с блюдом. Ассоциация с блюдом значима в отношении характера заведения, так как это ресторан.

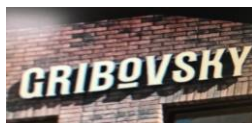


Иллюстрация 2. Эргоним, содержащий графему измененного размера

В качестве примера эргонима, содержащего вытянутую по горизонтали или вертикали букву, можно привести представленное на вывеске название клиники «*NovoLASER*» / *Новолазер*. Буква «L» продлена по горизонтали на три последующие буквы, что в совокупности с цветовым оформлением создает ассоциацию с лазерным лучом (Иллюстрация 3).



Иллюстрация 3. Эргоним, содержащий графему, вытянутую по горизонтали

Примером эргонима, включающего в себя букву в зеркальном отражении, служит наименование ИТ-компании «*level group*» / *группа учащихся со знаниями и умениями одного уровня*. Вторая буква «е» дана на вывеске в зеркальном отражении (Иллюстрация 4). Двойное сочетание буквы «е» (в традиционной форме и в зеркальном отражении) иконически отображает смысл названия ИТ-компании «level group» как группы учащихся со знаниями и умениями одного уровня.



Иллюстрация 4. Эргоним, содержащий графему в зеркальном отражении

В качестве примера эргонима, содержащего букву с изменением формы линий, можно привести название рыболовного магазина «*Рыбак*» на вывеске. Две линии из трех в букве «к» имеют волнообразную форму, что порождает ассоциации с водой, тогда как все остальные линии других букв имеют традиционную прямую форму (Иллюстрация 5).



Иллюстрация 5. Эргоним, содержащий графему с нестандартной формой линий

Примером эргонима, в котором наличествуют диакритические знаки вне предполагающей их присутствие позиции, может служить репрезентированное на вывеске название салона красоты «Laseretty» / Лазеретти. Диакритический знак в виде точки стоит над буквой «а» (Иллюстрация 6), что придает эргониму на вывеске дополнительную элегантность и создает ассоциацию с точечным воздействием, что отражает специализацию салона «Laseretty» (лазерная эпиляция).



Иллюстрация 6. Эргоним с диакритическим знаком в неположенном месте

Второй способ представления невербальной части полисемиотичного эргонима – с помощью внеалфавитного графического знака – реализуется посредством таких графических элементов, как точки и линии, при помощи геометрических фигур – кругов и треугольников, а также с использованием специальных символов: хэш, апостроф.

Примером эргонима, в котором невербальная часть представлена двумя комбинациями из трех точек, организованными в виде гор, является название зоосалона «КотоПёс» на вывеске (Иллюстрация 7). Комбинации из трех точек создают ассоциации с отпечатками кошачьих и собачьих лапок.



Иллюстрация 7. Эргоним, включающий комбинации точек

Примером эргонима, в котором невербальная часть представлена комбинацией из трех горизонтальных линий, является название магазина мебели «Реформа» на вывеске (Иллюстрация 8). Три горизонтальные линии могут вызвать ассоциации мебельных полочек, что соответствует профилю магазина.



Иллюстрация 8. Эргоним, включающий комбинации линий

Интересный пример представляет собой дизайнерское оформление названия ресторана «Eva» / Ева: все буквы на вывеске составлены из геометрических фигур, заполненных линиями (Иллюстрация 9).



Иллюстрация 9. Эргоним, полностью состоящий из геометрических линий

В качестве примера эргонима, невербальный компонент которого представлен таким специальным символом, как хэш, можно привести вывеску ногтевой студии «#Colorstar» / звезда цвета (Иллюстрация 10). Поскольку основные функции хэштегов в интернет-пространстве – это структурирование контента и организация его поиска, использование хэш-символа в эргониме на вывеске усиливает ее аттрактивную функцию, создает ассоциацию того, что сотрудники ногтевой студии двигаются в ногу со временем и, соответственно, применяют новейшие технологии работы с ногтями, а также «подсказывает» потенциальному клиенту, что нужное место найдено.

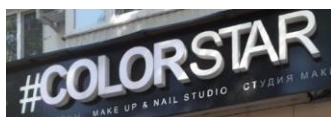


Иллюстрация 10. Эргоним, содержащий хэш-символ

Третий способ представления невербальной части полисемиотичного эргонима, который был выявлен в ходе эмпирического исследования, – это использование предметного изображения или орнамента. Например, отраженное на вывеске название магазина одежды «Home» / дом включает карту Башкортостана, что порождает ассоциацию дом → Башкортостан (Иллюстрация 11).



Иллюстрация 11. Эргоним, содержащий изображение

Четвертый способ представления невербальной составляющей полисемиотичного эргонима, выявленный в процессе эмпирического анализа, – это использование различных цветовых сочетаний при оформлении эргонима. Например, на вывеске магазина электроники «Kingstore» / королевский магазин желтый и белый цвета маркируют части данного сложного слова (Иллюстрация 12). Комбинация двух цветов способствует реализации аттрактивной функции эргонима на вывеске. К тому же золотой цвет первых четырех букв – это королевский цвет, что иконически отображает значение первой части сложного слова (*king* – король), а в контексте специфики магазина (магазин электроники) позволяет потенциальному покупателю сделать вывод о «королевском» качестве обслуживания в данном магазине.



Иллюстрация 12. Эргоним, реализующий цветовое представление

Количественный анализ эмпирического материала дает следующие цифры по каждому из выявленных в ходе исследования четырех способов представления невербальной составляющей полисемиотичного эргонима: 26 случаев представления эргонимической невербалики в форме видоизмененного алфавитного знака; в 16 случаях невербальная часть эргонима передается внеалфавитным графическим знаком; а в 47 примерах – предметным изображением или орнаментом; в 32 случаях – посредством цветовых комбинаций (суммарное число зафиксированных невербальных элементов превышает общее число проанализированных эргонимов (102), так как в одном эргониме встречаются более одного невербального элемента). Эти количественные показатели отражает Диаграмма 1.

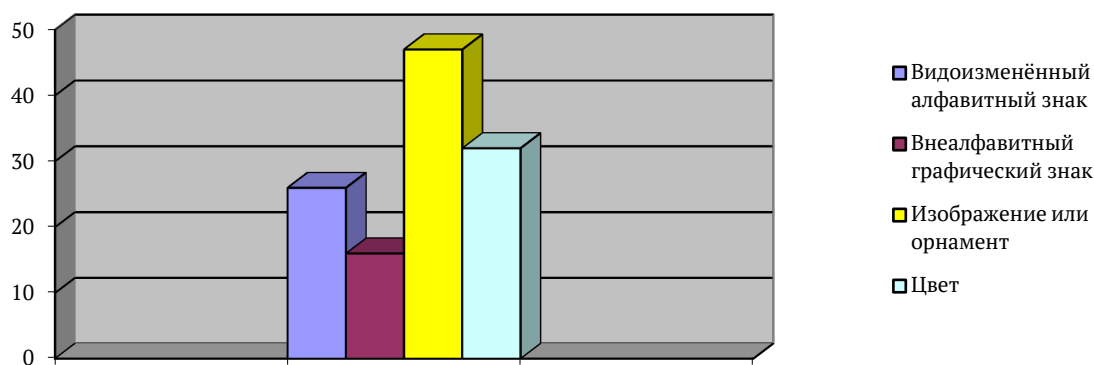


Диаграмма 1. Формы бытования невербальной составляющей эргонима (количество примеров)

В рамках решения задачи определения места невербальных знаков на вывеске внутри эргонима было выявлено 5 способов расположения невербальных элементов: 1) перед началом графемного состава эргонима, слитно с первой буквой; 2) внутри эргонима в рамках его графемного состава; 3) внутри эргонима вне его графемного состава; 4) вместо пробела в эргониме-словосочетании; 5) под эргонимом, слитно с ним.

Примером расположения невербального знака перед началом графемного состава эргонима, слитно с первой буквой, может служить название барбершопа «Revolution» / революция (Иллюстрация 13). Изображение ножниц, инструмента парикмахера, примыкает к букве «R», захватывая часть буквы.



Иллюстрация 13. Эргоним с передним расположением невербального элемента

В качестве примера расположения невербального знака внутри эргонима в рамках его графемного состава может быть приведено отображенное на вывеске название магазина цветов «Цветкоff» / Цветков, где на месте буквы «о» размещено изображение розы, по очертаниям напоминающее данную графему (Иллюстрация 14).



Иллюстрация 14. Эргоним с внутренним расположением невербального элемента (в рамках графемного состава)

Примером расположения невербального элемента внутри эргонима вне его графемного состава может послужить репрезентированное на вывеске название магазина подарков и сувениров «Этностиль». Этнический орнамент расположен между основной *этно* и словом *стиль* и не занимает позицию ни одной графемы эргонима (Иллюстрация 15).



Иллюстрация 15. Эргоним с внутренним расположением невербального элемента (вне графемного состава)

В качестве примера расположения невербального знака вместо пробела в эргониме-словосочетании можно назвать репрезентированный на вывеске эргоним, именующий турагентство «Время путешествовать». Невербальный элемент внутри эргонима представляет собой изображение самолета, размещенное на месте пробела (Иллюстрация 16).



Иллюстрация 16. Эргоним с внутренним расположением невербального элемента (вместо пробела)

Примером расположения невербального элемента под эргонимом, слитно с ним, является название парикмахерской «Барберхана» на вывеске. Изображение ножниц располагается под эргонимом, затрагивая первую букву (Иллюстрация 17).



Иллюстрация 17. Эргоним с нижним расположением невербального элемента

Количественная параметризация выявленных в ходе исследования шести способов расположения невербальных элементов полисемiotичного эргонима дает такие результаты: 3 примера расположения невербального знака перед началом графемного состава эргонима, слитно с первой буквой; 106 примеров положения невербального элемента внутри эргонима в рамках его графемного состава; 3 примера размещения невербального элемента внутри эргонима вне его графемного состава; 8 примеров расположения невербального знака вместо пробела в эргониме-словосочетании; 1 пример расположения невербального компонента под эргонимом, слитно с ним (суммарное число зафиксированных невербальных элементов превышает общее число проанализированных эргонимов (102), так как в одном эргониме допустимы более одного невербального элемента и, соответственно, более одного способа организации невербальных элементов). Эти количественные данные отражены в Таблице 1.

Таблица 1. Варианты местоположения невербального элемента в эргониме на вывеске (количество примеров)

Внешнее переднее положение	Внутреннее положение в рамках графемного состава эргонима	Внутреннее положение вне графемного состава эргонима	Внутреннее положение вместо пробела	Нижнее положение
3	106	3	8	1

В рамках определения роли невербальных элементов в составе эргонимов на вывеске было выявлено три вида их функционально-структурного соотношения с вербальными знаками: 1) невербальный элемент встроен

в существующую вербальную единицу, раскрывает ее ассоциативный потенциал, 2) невербальный элемент заменяет вербальную единицу, выполняет функцию буквы, слова, 3) добавляется в состав эргонима в качестве нового символа, тем самым увеличивая число знаков и ассоциативных смыслов эргонима. Как показало исследование, невербальный компонент на вывеске может дополнять или заменять вербальную единицу, представленную буквой, небуквенным графическим символом, слогом, основой в сложном слове или целым словом.

Первый из перечисленных выше типов функционально-структурного соотношения невербального элемента с вербальной единицей, в свою очередь, разделяется на несколько подвидов. Невербальный элемент может быть встроен внутрь вербальной единицы или обрамляет ее рамочным типом, может продлевать вербальную единицу, тем самым выводя ее за стандартные границы, может находиться в пределах линии начертания вербальной единицы или менять линию начертания; может украшать вербальную единицу (дополнительными черточками, завитушками и т. п.).

Примером того, как вербальная единица дополняется встроенной невербальной составляющей, является представленное на вывеске название кафе «Pavlin» / павлин, где невербальный элемент представлен на уровне буквы. В таких случаях он представляет собой пиктограмму, которая трактуется как «изображение, соединяющее в себе черты графемы и пиктограммы» (Лохов, 2020, с. 113). В составе эргонима «Pavlin» орнамент, напоминающий рисунок хвоста павлина (Иллюстрация 18), встроен в букву «v», что в совокупности создает ассоциацию с павлином, распускающим хвост.



Иллюстрация 18. Эргоним с дополняющей вербальную часть невербаликой, встроенной в графему

Примером того, как вербальная единица дополняется невербальной составляющей, обрамляющей данную единицу, может служить представленное на вывеске наименование магазина электро- и бензоинструментов «Все инструменты. ру». Невербальный элемент здесь репрезентируется на уровне слова – круг обрамляет вербальную единицу «ру» (Иллюстрация 19).



Иллюстрация 19. Эргоним с дополняющей вербальную часть невербаликой (невербальный элемент обрамляет слово)

В качестве примера того, как невербальный элемент дополняет вербальную единицу через ее продление, выводя языковую единицу за стандартные пределы, можно привести отображение на вывеске названия парикмахерской «Hobbi» (эргоним содержит именно букву «i») / хобби. Буква «i» продлена вверх изображением бабочки (Иллюстрация 20), что создает косвенную ассоциацию с понятием хобби (бабочки – отдых на природе – хорошее настроение).



Иллюстрация 20. Эргоним с дополняющей вербальную часть невербаликой (невербальный элемент продлевает букву)

Примером того, как вербальная единица дополняется невербальной составляющей, находящейся в пределах линии начертания, может служить переданное на вывеске наименование медицинского центра «Медлайф», в котором разные цвета начертания графических знаков разделяют две структурные части сложного слова – мед и лайф (Иллюстрация 21). Помимо привлечения внимания к каждой из них, символика сочетания белого и синего важна для медицины – белый цвет олицетворяет чистоту (например, белый халат медицинского работника), синий цвет снижает кровяное давление, позволяет успокоиться и сосредоточиться (например, синий костюм хирурга).



Иллюстрация 21. Эргоним с дополняющей вербальную часть невербаликой (невербальная составляющая интегрирована в начертание графических знаков основ сложного слова)

Примером того, как вербальная единица дополняется невербальной составляющей, снабжающей вербальную единицу дополнительными декоративными элементами, является отраженное на вывеске наименование ресторана паназийской кухни «RISO» / рисо (имеет в основе слово «рис»). В этом примере графемы «R», «I», «S» и «O» сопровождаются черточками, завитками и другими декоративными элементами с целью визуальной имитации китайской иероглифики (Иллюстрация 22).



Иллюстрация 22. Эргоним с дополняющей вербальную часть невербаликой
(невербальные элементы используются для декорации букв)

Второй вид соотношения невербального элемента с вербальной единицей – замена последней невербальным знаком – может быть проиллюстрирован представленным на вывеске эргонимом «Hello sunshine» / привет, солнечный свет. Символическое изображение сердца со спускающейся вниз волнистой линией создает впечатление воздушного шарика на веревочке. Волнистая линия (условная веревочка от шарика) заменяет букву «i» (Иллюстрация 23). Невербальный знак отражает специфику заведения – продажа воздушных шаров и других товаров для праздничного декора.



Иллюстрация 23. Эргоним с заменяющей вербальную часть невербаликой

Третий вид соотношения невербального элемента с вербальной единицей – добавление нового графического символа в структуру эргонима – может быть проиллюстрирован эргонимом на вывеске «vape ПарКур shop» / магазин электронных сигарет и курительных принадлежностей ПарКур. В структуру эргонима добавлено изображение языков пламени (Иллюстрация 24), что создает ассоциацию с курением в соответствии со спецификой магазина. Изображение пламени превращает изначально простое слово (паркур – вид спорта) в сложное, тем самым создается игра слов: ПарКур (пар, курение). Кроме того, факт разделения изображением языков пламени слова на две части (пар и кур) иконически отображает назначение товаров, реализуемых в данном магазине (электронных сигарет и курительных принадлежностей): электронная сигарета генерирует пар, который вдыхает пользователь электронной сигареты, а курение связано с процессом горения табака.



Иллюстрация 24. Эргоним с добавленным невербальным знаком

Представим количественные данные, касающиеся способов соотношения невербальных знаков с вербальными знаками эргонима на вывеске: 1) 75 примеров, в которых невербальный элемент встраивается в вербальную единицу; 2) 31 пример, где невербальный знак заменяет вербальную единицу; 3) 15 примеров того, как невербальный элемент добавляется в состав эргонима на вывеске как новый знак. Число указанных здесь примеров превышает общее число проанализированных эргонимов (102), так как один эргоним может включать несколько видов комбинации вербальных и невербальных знаков. Расширенная количественная презентация соотношения вербальной и невербальной части эргонима отражена в Таблице 2.

Таблица 2. Функционально-структурное соотношение невербальных знаков с вербальными при репрезентации эргонимов на вывеске (количество примеров)

	Невербальный элемент встраивается в вербальный, раскрывает ассоциативный потенциал эргонима	Невербальный элемент заменяет вербальный, выполняет его функцию	Невербальный элемент добавляется в качестве нового знака эргонима, увеличивает число знаков и ассоциативных смыслов эргонима
На уровне буквы или одного небуквенного графического символа	47	30	13
На уровне слога	6		
На уровне основы в сложном слове	8		
На уровне слова (в словосочетании или отдельно)	14	1	2

В рамках решения такой задачи исследования, как определение степени смысловой наполненности невербальных компонентов эргонимов на вывесках, было введено понятие «степень семантичности невербального знака», что подразумевает способность невербального знака, входящего в состав эргонима, передавать смысл самого эргонима или специфику деятельности коммерческого предприятия, именуемого данным эргонимом. Анализ эмпирического материала показал, что степень семантичности невербальных знаков, отраженных на вывесках города Уфы, может быть полной, частичной, нулевой и потенциальной. При полной семантичности невербальный знак одновременно передает и смысл названия предприятия, и характер его деятельности. При частичной семантичности невербальный знак раскрывает только одну сторону мотивировки эргонима и его дизайнерской репрезентации: либо визуально отражает значение лексической единицы, выступающей в роли эргонима на вывеске, либо передает характер деятельности предприятия, называемого данным эргонимом. Нулевая степень семантичности невербального знака означает, что он лишен семантической связи как с эргонимом, так и со спецификой обозначаемого предприятия. Потенциальная степень семантичности невербального знака указывает на то, что он способен порождать ассоциации, сопряженные со смыслом эргонимов или деятельностью объектов номинации, без наличия прямой семантической связи с данными языковыми и внеязыковыми фактами.

Примером полной семантичности невербального знака в эргониме может служить представленное на вывеске название барбершопа «Франт» (Иллюстрация 25). Буква «а» данного наименования дана на вывеске с включением невербальных элементов – изображений инструментов стрижки и бритья, что отображает характер заведения – мужская парикмахерская. При этом буква «а» выглядит как элегантная и стильная запонка, что отображает семантику наименования заведения – «Франт».



Иллюстрация 25. Эргоним с полной семантичностью невербального элемента

Примером частичной семантичности невербального знака может стать название магазина товаров для кондитера «Стрекоза» (Иллюстрация 26). На вывеске буква «т» заменена изображением стрекозы. Визуальный знак иконически отражает значение эргонима, но напрямую не указывает на характер деятельности заведения, являющегося магазином товаров для кондитера, творчества, праздника, декора, интерьера для дома.



Иллюстрация 26. Эргоним с частичной семантичностью невербального знака
(невербальный знак отражает значение вербального знака)

Примером частичной семантичности невербального знака, когда невербальный знак отображает характер деятельности коммерческого предприятия, является название кофейни «mile stone» / *каменный путевой дорожный знак с указанием в милях*. Буква «о» заменена изображением кофейного зерна, но напрямую не отражает семантику наименования заведения – мильный камень (Иллюстрация 27). При этом можно наблюдать косвенные отсылки к сходным или сопряженным с «mile stone» понятиям, например, к созданному в 1981 году в США и ныне прекратившему свое существование кофейному бренду «Millstone Coffee» (она актуальна и для другого кофейного заведения города Уфы с названием «Millstones Coffee»). Также можно сделать косвенную отсылку к апеллативу «millstone» (мельничный жёрнов). Семантика «mile stone» как путевого дорожного знака также может косвенно породить ассоциацию отдыха для путника, который может выпить чашку кофе в данном заведении.



Иллюстрация 27. Эргоним с частичной семантичностью невербального знака
(невербальный знак связан с деятельностью предприятия)

Примером нулевой семантичности невербального знака, когда он не отражает ни семантику наименования, ни специфику деятельности именуемого предприятия, служит рассмотренный выше отображенный на вывеске эргоним «Ева» (Иллюстрация 9).

В качестве примера потенциальной семантичности невербального знака можно привести название студии рисования «Микеланджело». Буква «м», представлена на вывеске в укрупненном по отношению к другим буквам размере. Все линии данной графемы выходят за пределы нижних границ эргонима. Красный цвет отличает

букву «м» от остальных букв наименования, представленных в белом цвете. Вместе с тем все вышеперечисленные невербальные характеристики графемы не передают ни образ великого художника и скульптора, ни идею рисования. Однако игра с цветом и уходящие вниз линии графемы могут породить ассоциации с мазками краски, свободно стекающими вниз на полотне художника. Видится, что ассоциации с художественным творчеством потенциально заложены в семантику невербальных аспектов данного эргонима. Потенциальная семантичность невербального знака содержит риски того, что цепь ассоциаций не будет запущена в мозгу реципиента, но при этом способна при возникновении ассоциаций стимулировать работу фантазии и интеллектуальную деятельность адресата, тем самым надолго оставшись в памяти реципиента. Пример отражен на Иллюстрации 28.



Иллюстрация 28. Эргоним с потенциальной семантичностью

Таким образом, семантичность невербальной составляющей эргонимов, представленных на вывесках Уфы, варьируется от аттрактивного предназначения при нулевой семантичности невербального знака, когда он служит только для привлечения внимания потенциальных клиентов заведения, до четкого иконического и символического отражения смысла наименования и характера деятельности предприятия при полной семантичности невербального знака, что способствует запоминанию названия и рода деятельности предприятия.

Количественная параметризация степени семантичности невербальных знаков в эргонимах, содержащихся на вывесках Уфы, может быть представлена такими цифрами, как: 1) 41 пример полной семантичности невербальных знаков; 2) 11 примеров частичной семантичности невербальных знаков, когда невербальный элемент семантически связан с наименованием; 3) 10 примеров частичной семантичности невербальных знаков, когда невербальный элемент семантически связан со спецификой деятельности коммерческого предприятия; 4) 41 пример отсутствия семантической связи невербального знака с наименованием и характером деятельности организации; 5) 18 примеров потенциальной семантичности невербальных знаков эргонима (напомним, что в одном эргониме допустимы несколько невербальных элементов, что дает превышающую общее количество проанализированных эргонимов сумму примеров). Вышеуказанные количественные данные представлены в Таблице 3.

Таблица 3. Степень семантичности невербальных знаков в эргонимах на вывесках (количество примеров)

Полная семантичность	Частичная семантичность		Отсутствие семантичности	Потенциальная семантичность
	Невербальный знак отображает само наименование	Невербальный знак отображает характер деятельности коммерческого предприятия		
41	11	10	41	18

В качестве итога можно отметить, что проведенное исследование позволило выявить такие функции невербальных знаков в эргонимах, представленных на вывесках города Уфы, как иконическое и символическое отражение специфики деятельности заведения, отсылки к уровню качества сервиса, стилю и общей атмосфере заведения, к параметрам деятельности потенциального клиента. Помимо этих экстралингвистических аспектов номинации невербалика иконически и символически отражает значение и внутреннюю форму эргонима, обладая при этом разной степенью семантичности.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Невербальная составляющая полисемиотичных эргонимов, зафиксированных на вывесках города Уфы, может быть представлена такими способами, как: 1) видеоизмененная графема алфавитной системы естественного языка за пределами стандартных вариаций по начертанию и насыщенности шрифта (укрупненные или уменьшенные буквы, перевернутые буквы и т. д.); 2) графический знак за пределами знаков алфавитных систем естественных языков (геометрические графические знаки и фигуры, специальные символы); 3) предметное изображение или орнамент; 4) цвет.

Наибольшей частотностью, как показал проведенный количественный анализ, обладают невербальные компоненты полисемиотичных эргонимов, имеющие природу изображения (39%), а наименьшей частотностью обладают невербальные компоненты полисемиотичного эргонима, представляющие собой внеалфавитный графический знак (13%).

2. Проведенное исследование позволило выявить следующие способы расположения невербальных знаков относительно вербальных знаков полисемиотичного эргонима: 1) перед началом графемного состава эргонима с примыканием к первой графеме; 2) внутри эргонима в рамках его графемного состава; 3) внутри

эргонима вне его графемного состава; 4) вместо пробела в эргониме-словосочетании; 5) под эргонимом с примыканием к нему. В подавляющем большинстве случаев невербальный знак располагается внутри эргонима в рамках его графемного состава (88%), тогда как потенциальные возможности внешнего финального и верхнего по отношению к тексту эргонима на вывеске расположения невербального элемента не были обнаружены в процессе исследования.

3. Выявление роли невербальных элементов по отношению к вербальным в полисемиотичном эргониме дает три варианта их функционально-структурного соотношения: 1) невербальный элемент включен в структуру вербальной единицы; 2) вербальный знак заменен невербальным; 3) невербальный знак добавлен к составу эргонима в качестве нового символа. Как показало исследование, замена вербальной единицы невербальным знаком или трансформация вербальной единицы под влиянием невербального компонента может быть осуществлена на уровне графемы, слога, основы сложного слова или отдельного слова. Наибольшим количеством материала (62%) представлен первый тип функционально-структурного соотношения невербального и вербального компонентов эргонима, при котором не только происходит формальная трансформация вербальной единицы, но и раскрывается ее ассоциативный потенциал. Реже всего невербальный знак оказывается добавленным к эргониму в качестве нового символа (12%).

Установлено, что особенно часто невербальный элемент полисемиотичного эргонима взаимодействует с его вербальными элементами на уровне букв (74%). Реже всего взаимодействие вербальной и невербальной составляющей полисемиотичного эргонима осуществляется на уровне слогов (5%).

4. Исследование семантической связи невербального знака с наименованием и характером деятельности коммерческого предприятия, обозначенного эргонимом, позволило выявить такие формы этой связи, как полная, частичная и потенциальная, которые представлены в большинстве (59%) проанализированных примеров. Нулевая семантичность невербальных знаков в репрезентации эргонимов на вывесках зафиксирована в 41% рассмотренных случаев. Результаты анализа невербальных знаков на вывесках города Уфы свидетельствуют о том, что их основной задачей является усиление аттрактивной функции эргонима. Кроме этого, выявлены такие функции невербальных знаков эргонимикона вывесок, как иконическое и символическое отражение профильной специфики именуемого заведения и параметров деятельности потенциального клиента, а также иконическое и символическое отражение семантики эргонима.

В качестве перспектив дальнейшего исследования можно указать более глубокое изучение семантики и прагматики полисемиотичных эргонимов, заключающееся не только в исчерпывающем анализе всех аспектов соотношения «вербальный знак – невербальный знак» в полисемиотичном эргониме, но и соотношения «полисемиотичный эргоним – реципиент, т. е. потенциальный клиент коммерческого предприятия».

Источники | References

1. Абуева Н. Н., Темирганова З. Б., Арчилаева А. Ш. Невербальная семиотика: роль и понимание языка жестов в коммуникативном пространстве // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2019. № 3 (106). <https://doi.org/10.23683/1997-2377-2019-106-3-77-81>
2. Боваева Г. М., Бураева Т. В., Дальдинова Э. О. Исследование эргонимов городского ономастикона // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. Вып. 1. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.1.18>
3. Голомидова М. В., Дмитриева А. В. Образ Екатеринбурга через призму урбанонимического дискурса // Вопросы ономастики. 2024. № 3 (21). https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2024.21.3.039
4. Дмитриева Ю. В. Невербальная семиотика и ее отражение лексико-фразеологическими средствами языка (на материале английского, немецкого и русского языков): дисс. ... к. филол. н. М., 2013.
5. Ильичева И. Л. Поликодовые эргонимы-реплики в коммуникативном пространстве Брестского региона // Диалог культур – культура диалога в многонациональном городском пространстве: материалы Четвертой Международной научно-практической конференции (г. Москва, 27 февраля – 01 марта 2024 г.). М.: Языки народов мира, 2024а.
6. Ильичева И. Л. Репрезентация темпорального кода культуры в ономастическом пространстве Брестчины // Трансфер понятий и культурный трансфер: практики перевода в межкультурной коммуникации: коллективная монография. Н. Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, 2024б.
7. Киселева Л. А., Хисамутдинова Д. Р. Эргонимикон как важнейший компонент языкового ландшафта современного полиэтнического города (на примере Уфы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17. Вып. 7. <https://doi.org/10.30853/phil20240359>
8. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика в ее соотношении с вербальной: дисс. ... д. филол. н. М., 2000.
9. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. М.: Новое литературное обозрение, 2002.
10. Кривичкая А. В. Эргонимы питейных заведений как показатель социально-экономического развития городов Республики Башкортостан // Город в контексте микро- и макроисторических процессов: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции (г. Стерлитамак, 14 ноября 2019 г.). Стерлитамак: Башкирский государственный университет, Стерлитамакский филиал, 2019.
11. Криничкая М. Ю., Тюрин П. М. Коммерческие креолизованные тексты в языковом пространстве современного города (на материале наименований предприятий сферы услуг г. Владивостока) // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2021. № 4. <https://doi.org/10.20339/PhS.4-21.003>

12. Лохов С. Н. Пиктограммы в эргонимах г. Иркутска: основные и частные функции // Научный диалог. 2020. № 3. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2020-3-113-126>
13. Марченко Т. В., Бредихин С. Н. Когнитивная метафора и прецедентные феномены в поликодовой репрезентации городского пространства // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2024. № 4. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-4-152-165>
14. Соколова Т. П. Языковая игра в городском онимическом пространстве // Ономастика Поволжья: материалы XXI Международной научной конференции (г. Рязань, 3-5 октября 2023 г.). Рязань: Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина, 2023.
15. Шмелева Т. В. Прикольные вывески в современном российском городе // Коммуникативные исследования. 2023. № 3. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(3\).542-557](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(3).542-557)
16. Шубина Н. Л. Невербальная семиотика печатного текста как область лингвистического знания // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 97.

Информация об авторах | Author information



Матвеева Анна Анатольевна¹, к. филол. н., доц.

¹ Уфимский университет науки и технологий



Anna Anatolyevna Matveyeva¹, PhD

¹ Ufa University of Science and Technology

¹ annaufa@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 29.07.2025; опубликовано online (published online): 19.09.2025.

Ключевые слова (keywords): текст городского пространства; микротекст городской среды; эргоним; невербальный знак; семантичность; text of the urban space; microtext of the urban environment; ergonym; non-verbal sign; semanticity.