

УДК 81'373.2(045)

*В.В. Детинкина, Ю.В. Железнова, И.Ю. Русанова***ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ И ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТЫ КОНЦЕПТА «ЧИСЛО» В РАЗНОЯЗЫЧНЫХ ЭРГОНИМАХ**

Концепт “число”, представляющий собой фрагмент универсального макроконцепта “количество”, является постоянным аттрактором научного интереса наряду с другими ключевыми концептами языковой картины мира. Авторы статьи анализируют лингвокогнитивный и лингвокультурный аспекты концепта на материале эргонимической лексики с числовым компонентом, выраженным как в цифровом, так и буквенном форматах. В качестве основного метода исследования выступает метод научного описания, включающий приемы непосредственного наблюдения, систематизации, классификации и интерпретации. С точки зрения когнитивного аспекта, в статье описывается концептуальная характеристика “определенное количество предметов” и субхарактеристики, составляющие ее, а также рассматриваются отдельные когнитивные механизмы, участвующие в моделировании концепта. Изучение лингвокультурной составляющей концепта обращено к описанию специфики символического значения числового компонента, идиоматических выражений и идиоэтнического своеобразия имен собственных комплексных объектов. В заключении приводятся выводы об общности процессов категоризации когнитивного опыта различных лингвокультур и об особенностях способов языкового выражения миропонимания.

*Ключевые слова:* концепт, лингвокогнитивный аспект, лингвокультурный аспект, эргоним, когнитивные механизмы.

DOI: 10.35634/2412-9534-2024-34-2-287-297

Концепт “число” является универсальным культурным концептом и содержательно реализует одну из классифицирующих категорий – количество. Человечество проделало огромный путь от генезиса элементарных вычислительных операций, через развитие философских идей об упорядочивающей роли чисел в организации реально существующего мира в древности, понимания числа как инструмента мысли математического естествознания, позволяющего измерять мир природы в период Нового времени, до современного этапа глобального внедрения цифровых технологий в различные социальные и научные сферы жизни. Порядок освоения мира человеком посредством математических вычислений когнитивен, поскольку он направлен на рациональное познание. С точки зрения лингвокогнитологии концепт “число” объективирует категорию квантитативности, вербализуя в языке связь количественного с номинированием предметов окружающей действительности [17]. С точки зрения лингвокультурного подхода, понятия числа и количества репрезентируют подобно другим семиотическим знакам антропоцентрическую и аксиологическую картину мира.

В научной литературе последних десятилетий концепт “число” наряду с исследованиями категории количества вызывал постоянный интерес [1; 2; 4; 13; 14]. Исследование проблематики концептуализации количества на материале европейских языков представлено в работах Е.В. Федяевой, К.А. Бордюговой, С.Н. Степаненко и др. [7; 18; 20]. Изучение лингвокультурных особенностей числительных на материале национальных языков России отражено в работах Г.О. Ибрагимовой, М.С. Дзедаевой [10; 11]. Многочисленны семантические изыскания, задействующие паремиологический, фразеологический и художественный фонды лексических систем различных языков с компонентом “числительное”.

В настоящей статье предпринимается попытка исследовать лингвокогнитивные и лингвокультурные характеристики концепта “число” применительно к ономастическому материалу, а именно наименованиям деловых объединений. Интерес к данной теме продиктован лингвистическими свойствами эргонимов, которые, равно как и другие имена собственные, являются особыми единицами, аккумулирующими культурологическую, историческую, семасиологическую информацию, и потому отражают характер когниции окружающей реальности отдельно взятым лингвосообществом. Привлечение эргонимов в качестве практического материала отвечает реализации принципа антропоцентризма. Эргонимы обладают высоким прагматическим потенциалом, поскольку они – плод искусственной номинации, как целеполагающей именотворческой деятельности [8], т.е. в широком понимании создаются человеком (номинатором) для человека (реципиента). Прагматические функции эргонимов также сопряжены с актуализацией социально-оценочных компонентов.

Иллюстративным материалом стали эргонимы с компонентами, выраженными графически числами и лексически количественными и порядковыми числительными, извлеченными из онлайн-справочников “Желтые страницы”, “Игис” центральных городов России (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург, Ижевск и др.). Коммерческие наименования деловых объединений, попавшие в выборку, являются как русскоязычными, так и англоязычными, или записанными с помощью латиницы. Иноязычные эргонимы, фигурирующие в тексте статьи, призваны, с одной стороны, продемонстрировать универсальность когнитивных механизмов, с другой, – разноязычные коммерческие имена помогают выявить эксплицитно выраженное национально-культурное своеобразие, обуславливающее имплицитную мотивацию номинации. Для поиска фактологического материала широко применялись онлайн-приложения бесплатного картографического поиска, типа Google-maps, отдельные примеры заимствовались из опубликованных исследований по эргонимии российских и зарубежных авторов. В тексте статьи наименования деловых объединений приводятся в кавычках, специализация указывается в скобках.

Число – это один из способов репрезентации категории количества в языке, а также результат исчисления объектов. Число может выступать в качестве эквивалента понятия “цифра” и являться способом обозначения предмета в ряду ему подобных в процессе нумерации. Для эргонимов характерно преимущественно использование цифровой формы изображения чисел. Лексемы, передающие числительные, применяются реже. Подобная диспропорция обусловлена рядом преимуществ цифровых знаков для развития делового объединения: четкость позиционирования, простота восприятия и быстрая запоминаемость марки. На наш взгляд, эргонимы с компонентами-числами могут стать предметом рассмотрения наравне с эргонимами, имеющими в своем составе компонент числительное, поскольку в сознании языковой личности они реализуют инвариантное семантическое значение. Числительные – это слова, которые на письме могут быть выражены знаками иной системы, не языковой, а цифровой, то есть, имеют «единый для многих языков способ выражения – цифровой код» [3, с. 28].

Перейдем к рассмотрению лингвокогнитивного аспекта концепта “число”, опираясь на когнитивные механизмы. Под когнитивными механизмами понимаются способы мысленной модификации, моделирования и конфигурации различных концептуальных структур. К наиболее универсальным когнитивным механизмам можно отнести механизм аналогии. Большинство лингвистов-когнитивистов полагают, что с помощью данного процесса, по аналогии с существующими моделями, образуются новые номинативные единицы. Данный постулат основывается на аналогическом характере мышления человека. Относительно эргонимии, стоит отметить, что речь идет скорее об аналогии свойств, базирующейся на вероятностной причинно-следственной связи между признаками двух или нескольких объектов. Понятийное содержание концепта “число” в эргонимах формирует абстрактное представление о количестве в его наиболее общей характеристике – “определенное количество предметов”, внутри которой можно выделить субхарактеристики “большое число/много”, “малое число”, “точное число”. Преимущественным когнитивным механизмом посредством которого модифицируется и моделируется концептуальное содержание концепта “число” является механизм “фон-фигура”. Под фигурой понимается “концептуально” более выделенный объект, который располагается в фокусе внимания. Фон представляет собой основу, на которой происходит выделение фигуры [6]. Альтернативное название этого процесса, также распространенное в научной литературе – профилирование, предполагает оппозицию профиля (главного признака) и основания (второстепенного), в терминах, предложенных Р. Лэнгекером [21]. Вышеуказанный механизм “фон-фигура” может быть рассмотрен и на уровне концептуальных субхарактеристик.

**Концептуальная характеристика “определенное число”,** активизирующаяся в содержании концепта “число”, профилирует отдельные концептуальные смыслы, которые могут сочетаться друг с другом или выражаться изолированно. Первой концептуальной субхарактеристикой, подлежащей рассмотрению, является “**большое число/много**”. Примерами, иллюстрирующими ее, могут служить эргонимы “1001Ruchka.ru” (магазин канцелярских товаров), “1001 тур” (туристическая фирма), “100 монет” (ломбард), “100 шуб” (магазин одежды), “1000 обедов” (доставка еды), “100 очков” (сеть салонов оптики), “500 дверей” (Торговый Дом), “500 услуг” (оказание услуг по ремонту), “4 миллиона” (услуги такси), “Миллион свежих роз” (доставка цветов), “Миллион яблок” (стоматологический центр). В ономастическом пространстве зарубежных городов встречаются подобные имена деловых объединений: “Las Mil y Una Flor” (цветочная лавка) “A las Mil Maravillas” (магазин подарков), “Las Mil y Una Leches” (магазин выпечки), “Mil y Un Productos” (магазин), “Cafe 1001” (кафе), “100 Club” (кафе), “1000 Heads”

(салон-парикмахерская), “Thousand Smiles” (стоматологическая клиника), “Ten Thousand Coffees (10КС)” (компания по разработке программного обеспечения).

В данных примерах в качестве компонентов используются круглые числа, которые интерпретируются реципиентами как большое количество объективированных предметов. По мнению психологов, мозг человека обрабатывает такие числительные гораздо быстрее, чем дробные, или содержащие разные цифры в разрядах, особенно если речь идет о записи с помощью чисел. При этом вектор оценки таких эргонимов всегда положительный, так как с помощью круглых чисел реципиенту транслируется идея “множественности” – широкого ассортимента, большого выбора.

Также к концептуальной характеристике “определенное число” можно отнести эргонимы, выражающие субхарактеристику “**малое число**”. В выборке иллюстративного материала зафиксированы эргонимы с числительными один/первый, например: “1-я Петербургская макаронная фабрика”, “1-й Юридический консультационный центр”, “Барбекю № 1”, “Автомойка № 1”, “Первый Золотой Салон”, “Первая Тельферная Компания” и пр. В качестве примеров эргонимов зарубежных деловых предприятий можно привести “Kantine N°1” (ресторан), “N Eins Lounge” (кафе), “No. 1 Charlottenburg” (агентство недвижимости), “Osteria N. 1” (кафе), “N.1 Restaurant and Cafe Shisha”, “Aktiebolaget No. 1 Wine & Spirits” (бар-магазин), “Falafel N1” (кафе) и пр. В дополнении к основному количественному значению такие эргонимы реализуют созначения “первоначальный” и “лучший из всех в каком-л. отношении”, что по мысли номинаторов может выделять их компании среди конкурентов. В выборке зафиксированы эргонимы “Колобок - 2” (кафе), “Buffalo 1” и “Buffalo 2” (доставка пиццы). Числовой элемент, используемый в них, выражает значения “следующий за первым” и “подобный, близкий кому-л. в каком-л. отношении”, транслируя идею продолжения успешного бизнес-проекта, аналогичный механизм используется при создании фильмонимов, (сравним с “Аватар - 2”, “Терминатор - 2”) и т.п.

Следующая субхарактеристика “**точное число**” группирует эргонимы, содержащие числительные точных чисел. Числовой компонент целого ряда наименований коммерческих предприятий может быть рассмотрен как классификационный фрейм. Под классификационным фреймом понимается структура, не отраженная в языке, но созданная человеком, и функционирующая как частная система категоризации в какой-либо сфере [5]. Число как составной элемент эргонима маркирует определенную классификационную схему, например: “Залог 585” (ломбард) – число апеллирует к метрической системе драгоценных металлов, “36, 6” (аптека) – число является биомаркером температуры тела по шкале Цельсия, в названиях репетиторских центров “Автомат 5”, “5 баллов”, центра помощи студентам “Троек нет”, образовательного центра “5-of-5.ru” числа коррелируются с системой оценки знаний в отечественных учебных заведениях, “22 сантиметра” (бар, кафе) – название отсылает к размерному ряду диаметров пиццы. При этом фигурой становится число, профилирующее актуальный признак, релевантный для потенциального потребителя – проба золота, а не других драгоценных металлов, нормальная температура тела, свидетельствующая о здоровом состоянии организма, высшая оценка или нежелательная оценка на фоне всей оценочной шкалы.

В приведенных выше примерах эргонимов используются числительные-референсы к общеизвестным классификационным схемам, однако нередко наименования деловых объединений, в которых присутствуют числа, являющиеся информативными только для определенного круга потенциальных реципиентов, например “4810” (скалодром), “Высота 5642” (бар), в названиях которых “закодированы” высота Монблана и Эльбруса.

В названиях итальянского и французского ресторанов “1919 Club Restaurant” и “Restaurant 1975” соответственно в качестве числовых компонентов фигурируют даты их основания. Еще одним примером является эргоним китайского ресторана “1949 The Hidden City (Sanlitun)”. Таким образом, в этих коммерческих именах наблюдается комбинация субхарактеристик “большое число” и “точное число”.

Кроме этого, у ряда иноязычных коммерческих названий числовые компоненты могут указывать на доступную, а в отдельных случаях на минимальную стоимость товаров и услуг, как, например, в названиях следующих салонов-парикмахерских в Париже: “Coiffure 12” “Coiffure SK13” и т.п. Аббревиатура в последнем эргониме отсылает к франкоязычному выражению “ce n’est qu’à” (пер. с фр. “всего лишь”). Подобные наименования присутствуют и в эргонимии других языков, например, название китайского ресторана “6元大碗面” может быть переведено как “шесть юаней за тарелку лапши” или эргоним сети отелей США “Super 8 Motel”, суточное проживание в которых стоило восемь долларов. В данном случае, вышерассмотренные эргонимы комбинируют в себе две субхарактеристики “точное число” и “малое количество”, поскольку числительное в каждом коммерческом имени коррелирует с

местной системой ценообразования и определяется как минимальная или малая цена относительно региональной рыночной стоимости услуги. В российском ономастиконе значение финансовой доступности товара или услуги передается посредством лексем, в семантике которых присутствуют компонент “малое количество” – “Копейка” “Рублевка”, “Даром” (магазины продуктов).

Отдельного внимания заслуживают эргонимы, имеющие в своем составе числовой компонент, соотносимый с кодом территориальной единицы РФ. В данном случае можно говорить о метонимическом переносе, в результате которого числительное контекстуально замещает местонахождение фирмы. Простота, краткость, логичность подобных эргонимов способствовали популяризации подобной нейминговой стратегии, только в Ижевске городские информационные системы выдают по запросу более восьми-десяти эргонимов с компонентом 18. Отметим, что наблюдается две тенденции использования территориального кода в качестве числового компонента. Для первой тенденции характерна постпозиция кода региона к лексической единице, например деловые объединения с эргонимами “Теремок 77”, “Вмятиннет 77”, “Анархия 16”, “Потолок 18”, “Полигон 18” локализованы в городах Москва, Казань и Ижевск, которым присвоены соответствующие регистрационные номера. С развитием электронной коммерции заметно, как эргонимы претерпевают видоизменения, поскольку в наименованиях возможно встретить элементы, указывающие на электронные данные компании в интернете (сайт, домен и пр.), например: “Бассейны18.рф”, “Доставка цветов 18.ру”, “Климат 77.ру” и пр.

Альтернативно, код региона может стоять в препозиции к лексической единице, например: “78 Досок” (строительная фирма), “78 Подсобников” (ремонтные работы), “61 Киловатт” (магазин электротоваров), “66 тортов” (арт-кондитерская), “18 Кенгуру” (детская игровая студия), “18 стульев” (мебельная компания). В этом случае числительное образует словосочетание с последующим существительным, в результате чего семантические связи значений локализации компании и ее профиля усиливаются, а эргоним становится более образным.

Что касается зарубежных эргонимов, то подобное использование числового компонента в составе коммерческого имени также является весьма частотным. При этом числительное чаще всего соотносится с адресом делового объединения, например, парикмахерские в Париже “Le 58”, “Le 59” “Coiff Vingt Et Un” “Le Dix” (число означает номер дома) или “Look Lachambeaudie Paris 12”, “Look Dolto Paris 13” (помимо номера дома в состав эргонима включено название улицы и номер округа). По аналогии формируются коммерческие имена в других лингвокультурах, например, “Queen 76” (ресторан, Италия), “63 Ristorante Cinese 中餐馆” (ресторан, Китай), “136 Restaurant” (ресторан, Германия), “Токуо 42170” (ресторан, Япония). В последнем примере числительное является городским почтовым индексом.

Подобный процесс метонимического переноса можно наблюдать при номинировании населенных пунктов, когда ойконимы “порождаются” гидронимами или оронимами, что в целом демонстрирует универсальность когнитивных мыслительных процессов человеческого мышления и в частности его способности мыслить ассоциативно.

Продолжим рассмотрение субхарактеристики **“точное число”**. На отношениях между однородными и неоднородными категориями (в частности предметами и их признаками), лежащих в основе механизма метонимического переноса по когнитивной модели “часть вместо целого” строятся следующие эргонимы: “Два колеса” (сервисный центр), “4 колеса” (автосервис) – мото- и автотранспорт; “Четыре лапы” (магазин зоотоваров и ветклиника) – животное; “Шесть цилиндров” (автосервис) – двигатель; “Четыре угла” (багетная мастерская), “4 стены” (студия интерьера) – помещение; “4 сезона” (магазин аксессуаров), “Четыре сезона” (магазин женской одежды) – год, как временной промежуток. Обширная группа эргонимов имеет в качестве компонента числительные 24 и 7, которые, обозначая отрезки времени (сутки и неделя соответственно) в порядке переноса по смежности, информируют о режиме работы предприятия круглосуточно и/или без выходных дней, например: “Автодруг 24” (служба эвакуации), “Продукты 24” (мини-маркет), “ZebraSport 24/7” (фитнес-клуб), “Мистер клин 24” (клининговая компания). Продолжают ряд примеров зарубежные эргонимы “7 Days Food & Wine” (продуктовый магазин), “7 Days Fruit & Veg Asian Grocery” (магазин фруктов и овощей), “24/7 Care Group” (консультации по здоровью), “AirVan Mobile Tyres 24/7” (магазин шин).

Отдельные эргонимы, вошедшие в выборку, образованы посредством метафорического переноса, например, название магазина оптической техники “Четыре глаза” и курьерская доставки “4 sides” построены на слиянии метафоры и метонимии. Такие эргонимы отличаются особой яркостью и экспрессивностью.

Обратимся к **лингвокультурной составляющей** концепта “число”. В эргонимическом поле, концепт, являясь одним из важнейших компонентов универсальной языковой картины, приобретает идиоэтническую специфику, отражающую национальный менталитет лингвосообщества. Числа в культурной системе обладают дополнительными символическими значениями и поэтому являются семиотическими полифункциональными знаками. В языке любой культуры число наделяется неким смыслом, приобретает определенную коннотацию, становясь объектом оценки и символизации. При рассмотрении концептов “число”, “el número”, “the number” и пр. в поле научного интереса попадают национально-культурные, мифологические характеристики числительных в языках исследования.

Рассмотрим использование символического значения числительных в качестве структурного элемента эргонима. К наиболее популярным числам-символам, используемым в эргонимии, можем отнести три, пять, семь, которые считаются “счастливыми” в традиционной общероссийской культуре. Число три в русской лингвокультуре считается воплощением духовного начала, оно символизирует полноту и завершенность. Почитание христианского понятия Троицы, которая представляет собой триединство, делает тройку обозначением совершенства и духовности. Это одно из тех чисел, которые передают положительную коннотацию. Тройка означает также исполнение желания и часто воспринимается как знак удачи. С данным числительным зафиксированы следующие эргонимы: “Три кита” (торговый центр), “Три енота” (химчистка), “Три кухни” (производство и продажа кухонной мебели), “Три татарина” (гостевой дом), “Три самурая” (суши-бар) и др. Символическое значение числа пять также связано с христианской семантикой, однако в массовой культуре оно, наряду с числом семь, интерпретируются как приносящие удачу: “Пять звезд” (агентство недвижимости), “Пять планет” (многофункциональный торговый центр), “Пять литров” (магазин алкогольных напитков), “7 поварят” (ресторан), “7 прудов” (компания по продаже земельных участков), “7 поводов” (центр паровых коктейлей), “Семь ключей” (торговый центр), “7 специй” (индийское стритфуд-кафе), “Seven” (кафе авторской кухни), “Седьмой император” (школа единоборств) и пр. Особым знаком везения принято считать трехзначное число, состоящее из “счастливых”: “555” (кафе, автомойка и пр.), “777 мелочей” (хозяйственный магазин), “777” (парикмахерская, инжиниринговая компания и пр.).

Числа три и семь имеют положительную коннотацию в европейских лингвокультурах, именно поэтому в названиях пабов, баров, кафе, отелей и других городских объектов номинаторы их используют: “The Three Travellers Pub”, “The Three Lords Pub”, “Drei Köche” (кейтеринговая компания), “Drei Elefanten” (кафе); рестораны “Tres Torres Atiram Hotels”, “Tres Corazones”, “Tres Tapas”, “Tres Amigos”, “Tres Hermanos”, “Siete Tacos + Tequila”, “Siete Lagunas”, “Le Sept”, “Siete”, “Seven Springs Tavern”; “Occidental Murcia Siete Coronas” (отель), “Les Trois Soeurs” (пекарня).

Стоит отметить, что символические значения чисел разнятся в мировых культурах. Так, например, в китайской культуре особой аксиологической значимостью обладают числа 6 и 8. Они определяются в наивной китайской картине мира как “приносящие удачу” благодаря созвучию со словами “жалованье, благопожелание карьерного роста” и “богатство” соответственно. Поэтому использование данных числительных в качестве компонентов эргонима является частым нейминговым приемом: “6號花園” (Garden No. 6, ресторан), “6號花園烘焙坊” (пекарня), “六丁目” (Six-chome Coffee shop), “六星級養生會館” (Six-star health club, спа), “6星集足體養身會館” (6-star Foot fitness Club), “八色烤肉” (Eight-color barbecue), “八號眉睫藝術” (8 Eyelashes, салон ресниц), “八蠔吧” (Raw Bar No. 8), “八號創意手作餐酒館” (No. 8 creative hand-made restaurant), “Lunar 8” (ресторан). В прохристианских лингвокультурах число шесть атрибутируется с числом дьявола и передает отрицательные эмоциональные коннотации также, как и число тринадцать, иначе называемое чертова дюжина, считается особенно несчастливым. К негативной коннотации данного числа приводит нарушение параметра “двенадцать”, сакрального числа в христианском учении, а также числа-основы хозяйственных систем счета в европейских странах, связываемого с законченностью и полнотой. Напротив, в Китае числительное тринадцать считается счастливым числом, например, рестораны “十三香” (в пер. с кит. “тринадцать благовоний”), “13香牛肉麵” или “13 Xiang Beef Noodle”. Примечательно, что в итальянской лингвокультуре число тринадцать также мыслится как приносящее удачу, что находит отражение в эргонимии этой страны: “Tredici Libri” (книжный магазин), “Tredici Canapa” (магазин зелени), “Officine 13” (рекламное агентство), “Bottega Tredici Restaurant” (ресторан), “Pizza 13 Di Alessandro Abbate” (ресторан), “Livello 13” (ресторан).

Достаточно частотными компонентами в эргонимии различных языковых сообществ являются числительные четыре и два. Общее символическое значение числа четыре определяется выражением идей универсальности, целостности, всемогущества и власти. Символизм данного числа связан с квадратом и четырехконечным крестом, у многих народов почитаются четыре стихии – земля, вода, воздух, огонь. Перечисленные символические коннотации отражены в следующих примерах: “Четвертый квадрат” (строительная компания), “Четвертый кадр” (юридическая компания), “Четвертый кит” (компания программного обеспечения), “Четыре решения” (дизайн-бюро). В названии китайского отеля Si Xi Tang “xi” означает число четыре, а полное название “Si Xi” может быть переведено как “четыре вида счастья”.

Число два, используемое в эргонимах, может передавать такие символические коннотации, как двойственность, например: “Два начала” (служба знакомств), “Два мира” (цветы, растения искусственные – изготовление, продажа) и пр.; парность одинаковых предметов или явлений действительности, например: “Два дантиста” (стоматологическая клиника) “Две козы” (доставка продуктов), “Два батона” (булочная), “Два льва” (ветеринарная клиника), “Два шва” (ателье по пошиву и ремонту), “Два апельсина” (организация свадеб), “Два окна” (установка и ремонт окон), “2 Friends - Burger & Pizza” (ресторан), “胖哥俩饭店” (ресторан, пер. с кит. “два брата-толстяка”) и пр.

В эргономическом поле крупных городов нередко коммерческие имена, в которых числительные являются частью идиоматических выражений (в данном случае идиоматические выражения понимаются в широком смысле, включая фразеологизмы и поговорки). Внутренняя форма фразеологизмов имеет ассоциативно-образное основание, а их оценочные коннотации непременно сопряжены с национально-культурным своеобразием того или иного этноса. Е.В. Телегина полагает, что «в составе фразеологических единиц числительное часто порывает со своим конкретным значением, образует целостное фразеологическое значение и выступает как символ сакрального для данной культуры числа, утвержденного культурно-исторической и языковой практикой» [18, с. 7]. А.А. Осипова указывает на то, что «символический смысл отдельного числа не сводится к какому-то одному значению, а, скорее, представляет собой некую многослойную, многоплановую и многогранную семантическую структуру, содержание которой в каждом конкретном случае можно представить как более или менее однозначное» [16, с. 10].

В качестве иллюстрации вышеизложенного проанализируем эргонимы с числительным семь в разноязычных культурах. Название ресторана “Семь футов”, представляющее собой усеченную идиому “семь футов под килем”, транслирует пожелание удачи, которое традиционно адресовалось морякам. Эргонимы туристической фирмы “7 морей” и ресторана “Семь Морей” возможно соотнести с русским устойчивым выражением “плавание, плавать за семь морей” или средневековым латинским термином “septem maria”, который впоследствии вошел в лексиконы европейских языков. В любом случае, выражения обозначают множественность водных ресурсов, составляющих Мировой океан. Поскольку данное выражение является общеевропейским, обращение к нему можно встретить и в других лингвокультурах, например: “7 Mares” (винный магазин), “Seven Seas” (рыбный ресторан) “7 Seas Brewery and Taproom” (пивоварня). В каждом отдельном коммерческом имени квантитативный элемент в структуре фразеологического значения в совокупности с профилем делового объединения акцентирует определенный компонент общего значения – разнообразие блюд из морепродуктов, в случае ресторанов; вариативность ассортимента, предлагаемых товаров, в случае магазина вин и пивоварни.

В эргонимах “За 7 печатями” (печатный салон) и “За семью замками” (магазин отделочных материалов) актуализируется идея чего-то особо ценного, особо охраняемого, недоступного непосвященному, восходящая к библеизму “книга за семью печатями”. В первом названии акцент смещен на слово “печать”, поддерживаемое в профиле делового объединения, во втором коммерческом имени прагматически значимым компонентом будет слово “замок”. В названиях магазина развивающих игрушек “Семь пядей” и торгового центра “Семь пятниц” использованы усеченные поговорки. Во втором эргониме происходит переосмысление значения поговорки, которая изначально применяется к человеку, “на которого нельзя положиться, которому нельзя доверять, так как он часто меняет решения, не выполняет обещаний”. В краткой форме смысловый акцент эргонима смещается на слово “пятница”, день недели, который исторически в русской культуре считался базарным днем, при этом ироническая коннотация поговорки сохраняется.

Весьма популярен эргоним “Седьмое небо”, актуализирующий значение “предел возможного” и дополнительно положительную оценочно-эмоциональную коннотацию, которая обусловлена другим



русскоязычным выражением “на седьмом небе” в значении “о высшей мере счастья, довольства”. В выборке зафиксированы деловые предприятия с разнообразными сферами деятельности, зарегистрированные под данным коммерческим именем, например: агентство недвижимости, спортивный клуб, ресторанный комплекс, телекоммуникационная компания и пр. Во франкоязычном ономастиконе эргоним “Septième Ciel” номинирует магазин мужской одежды, магазин обуви, компанию, организующую полеты на аэростатах и др. Англоязычный эквивалент рассматриваемой идиомы, содержит в себе другой квантитативный компонент – “девять”, например: “Cloud 9” (кондитерская), “Made on Cloud 9” (арт-галерея), “Cloud Nine Beauty” (салон красоты).

В качестве примеров использования других идиоматических выражений с числительными в эргонимах можно привести следующие наименования: “Trois Fois Rien” (магазин-дисконт) в значении “дешево”; “À deux pas des champs”, “À 2Pas” (супермаркеты), “Crèche À 2 pas” (ясли), где выражение “à deux pas” переводится как “в двух шагах” или “близко”; “Two twos” (бар) от фразеологизма “in two twos” эквивалентного русскому “немедленно”; “Two peas in a pod” (флорист, магазин овощей и фруктов) в значении “как две капли воды”; “À 4 Épingles”, “Atelier A 4 Épingles” (ателье, химчистки) – идиома имеет значение “хорошо, аккуратно одетый”.

Анализ лингвокультурной составляющей концепта “число” не был бы полным без обращения к собственным именам комплексных объектов с числовым компонентом, а именно к названиям разножанровых художественных произведений, которые также представляют собой источник лингвокультурной информации. Художественные произведения несут «эстетическое, эмоциональное, высоко смысловое, символическое, эталонное, образно-метафорическое значение в культуре, а также отражают национальный характер, менталитет и мировосприятие того или иного народа в пространстве литературного наследия данной культуры» [15, с. 178]. Стоит отметить, что художественные произведения, названия которых используются в качестве эргонимов, характеризуются прецедентностью. В отечественной лингвистике данный феномен подробно рассматривается В.В Красных, Д.Б. Гудковым, И.В. Захаренко и Д.В. Багаевой, вслед за которыми под прецедентным текстом в данной статье понимается «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности (...) хорошо знакомый любому среднему члену национально-культурного сообщества, обращение к (которому) многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом прецедентные высказывания или символы» [12, с. 64]. Название прецедентного текста, становясь компонентом эргонима в неизменном или трансформированном виде аккумулирует инвариантные национально-детерминированные представления о его содержании при восприятии эргонима.

В выборке иллюстративного материала наиболее частотными эргонимами становятся коммерческие имена референтные названиям сказок, например: “Три богатыря” (банный комплекс), “Café drei Brüder” (кафе отсылка на сказку братьев Grimm) “Школа семи гномов” (развивающие детские товары), “Mil y una noches” (мотель) и пр. Другими лингвокультурными источниками для использования в эргонимах могут стать художественные произведения, например: “Три сестры” (салон цветов, кафе), “3 мушкетера” (кафе), “Знак четырех” (центр психологии и астрологии), “12 стульев” (мебельный салон, салон реставрации мебели), “Три товарища” (кафе, магазин товаров для охоты и рыбалки) и пр.; фильмы и мультфильмы – “Три тополя” (кафе), “300 спартанцев” (перевозка оборудования), “Пять вечеров” (гостиница), “38 попугаев” (салон детской мебели), “101 далматинец” (зоомагазин), “Три кота” (ветеринарная клиника) и др.; песня – “Два гуся” (кулинарная лавка). Равно как и в эргонимах с фразеологизмами, числовой структурный компонент в коммерческих названиях с именами комплексных объектов теряет свое квантитативное значение. Важным прагматическим аспектом использования названий художественных произведений в коммерческих именах становится задействование “культурного шлейфа”, присущего каждому прецедентному тексту для реализации, индивидуализирующей и аттрактивной функций эргонима. Так “сказочные” названия обладают общими положительными коннотациями, они апеллируют к традиционным национальным ценностям, психологически ассоциируются с детством. Например, эргоним одноименных базы отдыха и гостевого дома “Три медведя” близок и понятен представителю русской лингвокультуры, у которого могут возникнуть представления о просторном деревянном доме, расположенного в лесной зоне. Эргонимы, использующие названия мультфильмов, чаще всего представляют предприятия, целевая аудитория которых родители и дети. Знакомые данной категории потребителей названия отличаются экспрессией и вызывают всплеск положительных эмоций. С другой стороны, национально-культурные и оценочные коннотации эргони-

мов могут быть обогащены дополнительными ассоциациями, не свойственными им изначально, в сочетании с видовым названием организации. Например, в коммерческих именах автомойки “Три поросенка” и ресторана “Les trois petits cochons” название общеизвестной сказки служит аттрактивным и позитивным фоном. А далее смысловым фокусом для реципиента может стать семантика основного элемента эргонима поросенок/cochon, с которым, в случае восприятия коммерческого имени автомойки, возможна актуализация лексико-семантического варианта слова “замарашка” с добавлением лексико-семантического варианта лексемы автомойка – “предприятие, осуществляющее мойку автомобилей”. Рассматривая эргоним ресторана возможно предположить, что в восприятии потребителя центральным смыслом лексемы cochon будет лексико-семантический вариант “porc élevé pour l'alimentation” (пер. с фр. свинина, мясо свиньи, выращенной для производства продуктов питания).

Универсальный культурный концепт “число” представляет собой фрагмент базового макроконцепта “количество”. Его содержание, с точки зрения когнитивного подхода, обусловлено взаимодействием человеческого мышления и внешней действительности. С позиций лингвокультурного подхода концепт число имеет различные для каждой культуры формы своей языковой репрезентации под влиянием экстралингвистических факторов.

Эргонимы, подобно другим именам собственным, представляют собой знаки лингвокультуры, содержащие информацию о национально-исторических особенностях жизнедеятельности народа, и, репрезентируя когнитивный опыт субъекта-номинатора, участвуют в процессах категоризации. Исследование коммерческих имен, репрезентирующих концепт “число”, вскрывает взаимосвязь номинативных процессов в области эргонимии со способами миропонимания и способами его отображения в языке.

Понятийное содержание концепта “число” в эргонимах представлено концептуальной характеристикой “определенное количество предметов” с подразделением на субхарактеристики “большое число/много”, “малое число”, “точное число” и их комбинации. К когнитивным механизмам, отражающим работу сознания имядателей и реципиентов, относятся механизмы аналогии, “фигура - фон”, когнитивной метонимии.

Лингвокультурное своеобразие эргонимической лексики, вербализирующей концепт “число”, проявляется в использовании символической потенции чисел, идиоматических единиц и собственных имен комплексных объектов, прецедентных для конкретного лингвосообщества.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка. Культурные концепты. М.: Наука, 1991. 204 с.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
3. Биренбаум Я.Г., Кузнецов И.А. Числительные в современном английском языке. (Функционально-семантический обзор) // Вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков. Свердловск, 1970. С. 28-36.
4. Болдырев Н.Н., Беседина Н.А. Когнитивные механизмы морфологической репрезентации // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2007. Т. 66. № 1. С. 3-10.
5. Болдырев Н.Н. Когнитивные схемы языковой интерпретации // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 4. С. 10-20.
6. Болдырев Н.Н., Дубовицкая Е.Ю. Когнитивный механизм формирования смысла «Приблизительность» (на материале современного английского языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-mehanizm-formirovaniya-smysla-priblizitelnost>
7. Бордюгова К.А. Выражение значения неопределенного множества посредством метафоризации предметных имен (на материале английского, французского и русского языков): диссертация... кандидата филологических наук: 10.02.20. Москва, 2018. 160 с.
8. Голомидова М.В. Искусственная номинация в русской ономастике / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 1998. 232 с.
9. Гудков Д.Б. Когнитивная база лингвокультурного сообщества и прецедентные феномены в межкультурной коммуникации // Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003. С. 99.
10. Дзедаева М.С. Символика как одна из репрезентаций концепта «число» в осетинской фольклорной картине мира // Международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 12 (19). URL: <https://research-journal.org/archive/12-19-2013-december/simvolika-kak-odna-iz-reprezentacij-koncepta-chislo-v-osetinskoy-folklornoj-kartine-mira>
11. Ибрагимов Г.О. Числительное даргинского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. Махачкала, 2004. 179 с.
12. Красных В.В., Гудков Д.Б., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник МГУ. Серия 9. Филология. 1997. № 3. С. 62-85.



13. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. М.: Флинта, Наука, 2007. 296 с.
14. Маслова В.А. Лингвокультурология. Введение: учебное пособие для вузов; ответственный редактор У.М. Бахтиреева. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Изд-во Юрайт, 2023. 208 с. (Высшее образование). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/515617>
15. Межова М.В. Интерпретация художественного текста: переводческий и лингвокультурологический аспекты // Символ науки. 2015. № 8. С. 176-181. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-hudozhestvennogo-teksta-perevodcheskiy-i-lingvokulturologicheskiy-aspekty>
16. Осипова А.А. Семантика и символика лексем со значением числа в русской, английской и французской языковых картинах мира (опыт сопоставительного исследования): Автореф. дисс... канд. филол. М., 2008. 24 с.
17. Слугина О.В. Лингвокогнитивные основы поэтической квантитативности: на материале английского языка: Дисс... канд. филол. наук: 10.02.04. Саранск, 2009. 200 с.
18. Степаненко С.Н. Средства концептуализации количества в современном английском языке: дис... канд. филол. наук: 10.02.04. Белгород, 2008. 205 с.
19. Телегина Е.В. Оценочно-культурологический аспект русских и английских фразеологизмов с порядковыми и количественными числительными: Дисс... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2017. 221 с.
20. Федяева Е.В. Концепт НЕОПРЕДЕЛЕННОЕ МНОЖЕСТВО и средства его языковой репрезентации: на материале английского и французского языков : дисс... канд. филол. наук: 10.02.19. Барнаул, 2009. 200 с.
21. Langacker R.W. Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. N.Y.: Mouton de Gruyter, 1991.

Поступила в редакцию 12.11.2023

Детинкина Виктория Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистического и лингводидактического сопровождения иноязычной профессиональной коммуникации  
E-mail: [devictoriya@gmail.com](mailto:devictoriya@gmail.com)

Железнова Юлия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистического и лингводидактического сопровождения иноязычной профессиональной коммуникации  
E-mail: [youliageleznova@gmail.com](mailto:youliageleznova@gmail.com)

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»  
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская ул., 1 (корп. 2)

Русанова Ирина Юрьевна кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный аграрный университет»  
426069, Россия, г. Ижевск, ул. Студенческая, 11  
E-mail: [rusanovaai@gmail.com](mailto:rusanovaai@gmail.com)

*V.V. Detinkina, Yu.V. Zheleznova, I.Yu. Rusanova*

#### LINGUOCOGNITIVE AND LINGUOCULTURAL ASPECTS OF THE CONCEPT “NUMBER” IN ERGONYMS OF DIFFERENT LANGUAGES

DOI: 10.35634/2412-9534-2024-34-2-287-297

The concept “number” as a fragment of the universal macro-concept “quantity” retains a constant scientific interest along with other key concepts of the linguistic picture of the world. The article examines the linguocognitive and linguocultural aspects of the concept using ergonymic vocabulary with a numerical component, expressed in both digital and alphabetic formats as a source. The main research method is the method of scientific description, including methods of direct observation, systematization, classification and interpretation. From the point of view of the cognitive aspect, the article describes the conceptual characteristic “a certain number of objects” which is refined into sub-characteristics “large number”, “exact number”, “small number”. It also examines some cognitive mechanisms involved in modeling the concept. The study of the linguacultural component of the concept is aimed at describing the specifics of the symbolic meaning of the numerical component, idiomatic expressions and the idioethnic originality of the novel titles used in ergonyms. Conclusions about the universal nature of cognitive experience categorization among different cultures and the peculiarities of the ways of understanding the world through language are given.

*Keywords:* concept, linguocognitive aspect, linguocultural aspect, ergonym, cognitive mechanisms.

REFERENCES

1. Arutyunova N.D. Logicheskij analiz yazyka. Kul'turnye koncepty [Logical analysis of the language. Cultural concepts]. M.: Nauka, 1991. 204 p. (In Russian).
2. Arutyunova N.D. Yazyk i mir cheloveka [Language and the human world]. M.: «Yazyki russkoj kul'tury» [Languages of Russian culture]. 1999. 896 p. (In Russian).
3. Birenbaum Ya.G., Kuznecov I.A. Chislitel'nye v sovremennom anglijskom yazyke (Funkcional'no-semanticheskij obzor) [Numerals in modern English. (Functional and semantic review)] // Voprosy lingvistiki i metodiki prepodavaniya inostrannyh yazykov [Issues of linguistics and methodology of foreign language teaching]. Sverdlovsk, 1970. Pp. 28-36. (In Russian).
4. Boldyrev N.N., Besedina N.A. Kognitivnye mekhanizmy morfologicheskoy reprezentacii [Cognitive mechanisms of morphological representation] // Izvestiya RAN. Seriya lit-ry i yazyka [The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language]. 2007. T. 66. № 1. Pp. 3-10. (In Russian).
5. Boldyrev N.N. Kognitivnye shemy yazykovoi interpretacii [Cognitive schemes of linguistic interpretation] // Voprosy kognitivnoj lingvistiki [Issues of cognitive linguistics]. 2016. № 4, Pp.10-20. (In Russian).
6. Boldyrev N.N., Dubovickaya E.YU. Kognitivnyj mekhanizm formirovaniya smysla «Priblizitel'nost'» (na materiale sovremenogo anglijskogo yazyka) [The cognitive mechanism of meaning formation "Approximation" (based on the material of the modern English language)]. // Voprosy kognitivnoj lingvistiki [Issues of cognitive linguistics]. 2006. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-mekhanizm-formirovaniya-smysla-priblizitelnost> (In Russian).
7. Bordyugova K.A. Vyrazhenie znacheniya neopredelenno go mnozhestva posredstvom metaforizacii predmetnyh imen (na materiale anglijskogo, francuzskogo i russkogo yazykov) [Expression of the meaning of an indefinite set by metaphorization of subject names (based on the material of English, French and Russian languages)]: diss... kand. filol. nauk: 10.02.20. Moskva [Academic dissertation in Philological Sciences:10.02.20 Moscow]. 2018. 160 p. (In Russian).
8. Golomidova M.V. Iskusstvennaya nominaciya v russkoj onomastike [Artificial nomination in Russian onomastics]. / Ural. gos. ped. un-t. Ekaterinburg, 1998. 232 p. (In Russian).
9. Gudkov D.B. Kognitivnaya baza lingvo-kul'turnogo soobshchestva i precedentnye fenomeny v mezhkul'turnoj kommunikacii [The cognitive base of the linguistic and cultural community and precedent phenomena in intercultural communication] // Teoriya i praktika mezhkul'turnoj kommunikacii [Theory and practice of intercultural communication]. M., 2003. Pp. 99. (In Russian).
10. Dzedaeva M.S. Simvolika kak odna iz reprezentacij koncepta «chislo» v osetinskoj fol'klornoj kartine mira [Symbolism as one of the representations of the concept of "number" in the Ossetian folklore worldview] // Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International Scientific Research Journal]. 2013. № 12 (19). URL: <https://research-journal.org/archive/12-19-2013-december/simvolika-kak-odna-iz-reprezentacij-koncepta-chislo-v-osetinskoj-folklornoj-kartine-mira> (In Russian).
11. Ibragimova G.O. Chislitel'noe darginskogo yazyka [The numeral of the Darginian language]: Dis. ... kand. filol. nauk 10.02.02 [Academic dissertation in Philological Sciences 10.02.02]. Mahachkala, 2004. 179 p. (In Russian).
12. Krasnyh V.V., Gudkov D.B., Zaharenko I.V., Bagaeva D.V. Kognitivnaya baza i precedentnye fenomeny v sisteme drugih edinic i v kommunikacii [Cognitive base and precedent phenomena in the system of other units and in communication] // Vestnik MGU. Seriya 9. Filologiya [Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology]. 1997. № 3. Pp. 64. (In Russian).
13. Maslova V.A. Vvedenie v kognitivnuyu lingvistiku : uchebnoe posobie [Introduction to Cognitive Linguistics: a textbook]. M.: Flinta, Nauka, 2007. 296 p. (In Russian).
14. Maslova V.A. Lingvokulturologiya. Vvedenie : uchebnoe posobie dlya vuzov; otvetstvennyj redaktor U.M. Bahtikireeva. 2-e izd., pererab. i dop. [Linguoculturology. Introduction: textbook for universities; executive editor U.M. Bahtikireeva]. Moskva : Izdatel'stvo Yurajt, 2023. 208 p. (Vysshee obrazovanie). Tekst : elektronnyj // Obrazovatel'naya platforma YUrajt [sajt] [(Higher education). Text : electronic // Yurajt educational platform [website]]. URL: <https://urait.ru/bcode/515617> (In Russian).
15. Mezhova M.V. Interpretaciya hudozhestvennogo teksta: perevodcheskij i lingvokulturologicheskij aspekty [Interpretation of a literary text: translation and linguistic and cultural aspects] // Simvol nauki [Science symbol]. 2015. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-hudozhestvennogo-teksta-perevodcheskiy-i-lingvokulturologicheskij-aspekty> (In Russian).
16. Osipova A.A. Semantika i simvolika leksem so znacheniem chisla v russkoj, anglijskoj i francuzskoj yazykovyh kartinah mira (opyt sopostavitel'nogo issledovaniya) [Semantics and symbolism of lexemes with the meaning of a number in Russian, English and French language worldviews (comparative research experience)]. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Abstract of the academic dissertation in Philological Sciences]. M., 2008. 24 p. (In Russian).
17. Slugina O.V. Lingvokognitivnye osnovy poeticheskoy kvantitativnosti: na materiale anglijskogo yazyka [Linguocognitive foundations of poetic quantification: based on the material of the English language]: Diss... kand. filol. nauk [Academic dissertation in Philological Sciences]: 10.02.04. Saransk, 2009. – 200 p. (In Russian).
18. Stepanenko S.N. Sredstva konceptualizacii kolichestva v sovremennom anglijskom yazyke [Means of conceptualizing quantity in Modern English]: Diss... kand. filol. nauk [Academic dissertation in Philological Sciences]: 10.02.04. Belgorod, 2008. 205 p. (In Russian).

19. Telegina E.V. Ocenочно-kul'turologičeskij aspekt russkih i anglijskih frazeologizmov s poryadkovymi i količestvennymi čislitel'nymi [Evaluative and cultural aspect of Russian and English phraseological units with ordinal and quantitative numerals]: Diss... kand. filol. nauk [Academic dissertation in Philological Sciences]. Ekaterinburg, 2017. 221 p. (In Russian).
20. Fedyaeva E.V. Koncept NEOPREDELENNOE MNOZHESTVO i sredstva ego yazykovoj reprezentacii: na materiale anglijskogo i francuzskogo yazykov [The concept of AN INDEFINITE SET and the means of its linguistic representation: based on the material of the English and French languages]: Diss... kand. filol. nauk [Academic dissertation in Philological Sciences]: 10.02.19. Barnaul, 2009. 200 p. (In Russian).
21. Langacker R.W. Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. N.Y.: Mouton de Gruyter, 1991. (In English).

Received 12.11.2023

Detinkina V.V., Candidate of Philology, Associate Professor  
at Department of Linguistic and Didactic Support of Foreign Languages for Specific Purposes Communication  
E-mail: devictoriya@gmail.com

Zheleznova Yu.V., Candidate of Philology, Associate Professor  
at Department of Linguistic and Didactic Support of Foreign Languages for Specific Purposes Communication  
E-mail: youliageleznova@gmail.com

Udmurt State University  
Universitetskaya st., 1/2, Izhevsk, Russia, 426034

Rusanova I.Yu., Candidate of Philology, Associate Professor at Department of Foreign Languages  
Udmurt State Agricultural University  
Studentcheskaya st., 11, Izhevsk, Russia, 426069  
E-mail: rusanovaiy@gmail.com