Т. П. Соколова

Московский государственный юридический университет им. О. Е. Кутафина

**Роль нейминговой экспертизы в регламентации урбанистического медиадизайна**

Рассматриваются проблемы дизайна городских вывесок Москвы и Владивостока, которые вызывают неоднозначную реакцию и вовлекаются в правовое поле. Предлагается междисциплинарный подход к регламентации поликодовых урбанонимов на основе разработки дизайн-кода вывесок, включающего нейминговую экспертизу.

Ключевые слова: нейминговая экспертиза, поликодовый урбаноним, дизайн

Автор: Татьяна Петровна Соколова. Канд. филол. наук, доцент Московского государственного юридического университета им. О.Е. Кутафина.

tsokolova58@mail.ru

T. P. Sokolova

Kutafin Moscow State Law University

**The role of naming examination in the regulation of urban media design**

The problems of design of urban signs in Moscow and Vladivostok, which cause ambiguous reaction and are involved in the legal field, are considered. An interdisciplinary approach to the regulation of polycode urbanonyms is proposed based on the development of a design code for signs, which includes naming examination.

Key words: naming examination, polycode urbanonym, design.

Author: Tatiana Petrovna Sokolova. Associate Professor Kutafin Moscow State Law University. tsokolova58@mail.ru

Под урбанистическим медиадизайном понимается совокупность поликодовых медиасообщений, образуемая урбанонимами (наименованиями различных городских объектов) и рекламными текстами. Городская вывеска является важным элементом урбанистического дизайна – визуального облика города как пространственной структуры, организованной в соответствии с принципами гуманности и гармоничности, креативности и коммуникативности [1]. Всё большее распространение получает не только прагматическая, но и ценностная «стоимость» городского медиадизайна, его политическая и культурная составляющие [2].

Коммерческие наименования (средства индивидуализации, т.е. товарные знаки и знаки обслуживания, фирменные наименования и коммерческие обозначения) представлены на городских вывесках как мультимодальные названия, т.е. семиотические комплексы, где вербальный компонент тесно связан с невербальными – изобразительными (рисуночными, колористическими, шрифтовыми, композиционными и пр.), а также видео- и аудио-сопровождением. Такие урбанонимы, представляющие собой мультимодальные медиасообщения, обладают бОльшей коммерческой ценностью, однако часто вызывают неоднозначную реакцию горожан или фирм-конкурентов и вовлекаются в правовое поле. Таким образом, создание спорных мультимодальных вывесок стало одной из проблем дизайна городской среды, который может быть рассмотрен в разных аспектах: технологическом и социокультурном [3], лингвистическом [4] и др. Новое междисциплинарное направление – нейминговая экспертиза – соединяет лингвистический, прагматический и юридический аспекты исследования [5] и может способствовать комплексному решению проблемы регламентации городского медиадизайна Москвы, Владивостока и др. городов.

Преследуя коммерческие цели, владельцы предприятий (магазинов, кафе, ресторанов, салонов красоты, аптек и пр.) часто даже на исторических зданиях размещают крупные, разноцветные, анимационные вывески. Например, в Москве на сером здании в стиле сталинской архитектуры 1930-х гг. (с колоннами, арками и портиками) выделяется вывеска *магазина алкоголя* «Весёлый градус» (улыбчивый человечек-бутылка предлагает бокал вина). В Москве на Садовом кольце в особняке XIX в. (архитектор Ф. О. Шехтель), разместилось кафе «Кофейный бандит» (с крупной золотой статуей собаки в клетчатом жилете и клетчатом берете). Архитектурный и интерьерный дизайн фермерского ресторана Владивостока диссонирует со словесным дизайном «OGONЁК», в котором смешиваются графические коды латиницы и кириллицы. Вывеска «Хлеб Соль Германа Стерлигова» вырезана из дерева, а весь магазин оформлен под крестьянскую избу, но деревянная дощечка содержит надпись, запрещающую вход в магазин мужчинам нетрадиционной сексуальной ориентации (названных на табличке неприличным словом).

Нейминговая экспертиза может выявить правовые нарушения (ущемление прав группы лиц, как в последнем примере), нарушения норм гуманности и морали, нарушение норм русского языка, а также нарушения дизайн-кода определенного города (например, во Владивостоке запрещено размещение вывесок, содержащих фотографии, графические изображения людей, животных, техники, одежды и др., за исключением изображения товарного знака, знака обслуживания).

С другой стороны, нейминговая экспертиза может защитить право номинатора на креативную речевую деятельность, защитить коммерчески ценное и ставшее брендом городское название. Например, экспертом была обоснована правомерность размещения на вывеске города Владивостока поликодового обозначения «Контрабанда» (кириллическое название «контрабанда» вписано в скелет рыбы, а под ним расположено название на латинице “Contrabanda.Club”).

Для успешного решения проблем регламентации урбанистического медиадизайна необходим междисциплинарный подход: экономические, правовые, культурные и эстетические аспекты должны рассматриваться в комплексе, чему способствует проведение нейминговой экспертизы не только в рамках разрешения юридических споров, но и на этапе создания дизайн-проектов поликодовых городских вывесок.

Литература

1. Бауэр Н. В., Шабатура Л. Н. Культура формирования устойчивой городской среды // Международный научно-исследовательский журнал. Выпуск Август 2013. Электронный ресурс: Режим доступа: <https://research-journal.org/category/2013/august2013/>
2. Chiaradia A. J. F., Sieh L., Plimmer F. Values in urban design: A design studio teaching approach // Design Studies. 2017. Vol 49. P. 66-100.
3. Митрохина Т. В. Дизайн в социокультурном пространстве города // Территория новых возможностей. 2014. №2 (25). Электронный ресурс: Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-v-sotsiokulturnom-prostranstve-goroda>
4. Михайлюкова Н. В. Тексты городских вывесок в аспекте лингвистического описания (на материале языка г. Владивостока) // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2012. № 9. С. 222-232.
5. Соколова Т. П. Нейминговая экспертиза: организация и производство: монография. М.: Юрлитинформ, 2016.