

**Замальдинов Владислав Евгеньевич**  
**Нижегородская академия МВД России**  
**г. Нижний Новгород, Российская Федерация**  
zvlad-nn@yandex.ru

## **Креативный нейминг нижегородских заведений общественного питания: графический аспект**

### **Аннотация**

Цель исследования – проанализировать креативный нейминг нижегородских заведений общественного питания (ресторанов, кафе, баров, бургерных, кофеен, пиццерий) с точки зрения графики. Источником материала послужила личная картотека эргонимов. В ходе исследования были использованы следующие методы и приёмы: общенаучный метод с использованием приёмов обобщения, интерпретации и классификации материала, словообразовательный, прагматический виды анализов. Выявлено, что в качестве продуктивного способа воздействия на потребителя выступают инновации, созданные с помощью графической гибридизации. Эргонимы-новообразования легко запоминаются, обладают экспрессией, формируют положительные ассоциации, идентифицируют заведение. Анализ материала показал, что наиболее продуктивными оказались такие типы графического словообразования, как монографикация (33%), полиграфикация (47%) и кодографикация (18%). Отмечается, что иногда для эффективного воздействия на адресата номинаторы совмещают различные типы графикации в одном эргониме (2%).

**Ключевые слова:** нейминг, заведения общественного питания, графическая гибридизация, монографикация, типографикация, полиграфикация, кодографикация.

© Замальдинов В. Е. 2021

**Для цитирования:** Замальдинов В. Е. Креативный нейминг нижегородских заведений общественного питания: графический аспект // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 2. С. 35–43. doi: 10.22250/2410-7190\_2021\_7\_2\_35\_43.