

УДК 811.133.1+ 81'282.2

**ТРАНСОНИМИЗАЦИЯ В ГОРОДСКОМ ПЕЙЗАЖЕ РЕГИОНА ВАЛЬ Д'АОСТА  
КАК ОТРАЖЕНИЕ ФРАНКО-ИТАЛЬЯНСКОГО БИЛИНГВИЗМА  
(НА МАТЕРИАЛЕ НАЗВАНИЙ ОТЕЛЕЙ)**

**О. А. Пантелеенко**

*Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Беларусь, alessia@list.ru*

Автор данной статьи предпринимает попытку изучить названия отелей на территории итальянского региона Валь д'Аоста. Названия отелей, относясь к разряду коммерческих наименований или эргонимов, отражают специфику франко-итальянского билингвизма в данной области. Анализ выборки исследования позволил классифицировать эргонимы по языковой принадлежности и определить, что французский язык является наиболее предпочтительным для номинативной функции в этой сфере. При исследовании семантического аспекта названий отелей особое внимание уделяется трансонимизации, среди способов ее проявления рассматриваются простая и аллюзивная. В статье устанавливается, что названия отелей, образованных на основе топонимов, являются доминирующим типом в рамках перехода имени собственного из одного разряда в другой.

**Ключевые слова:** эргоним; простая трансонимизация; аллюзивная трансонимизация; метафора; метонимия; топоним.

**TRANSONYMIZATION IN THE URBAN LANDSCAPE  
OF THE AOSTA VALLEY REGION AS A REFLECTION  
OF FRANCO-ITALIAN BILINGUALISM (BASED ON HOTEL NAMES)**

**A. Panteleenko**

*Belarusian State University,  
K. Marx St., 31, 220030, Minsk, Republic of Belarus, alessia@list.ru*

The author of this article makes an attempt to study the names of hotels in the Italian region of Aosta Valley. Hotel names, referring to the category of commercial names or ergonyms, reflect the specificity of the Franco-Italian bilingualism in this area. Analysis of the study sample allowed us to classify ergonyms by language and determine that French is the most preferred language for the nominative function in this area. When studying the semantic aspect of hotel names, the author pays special attention to transonymization, investigating among the ways of its manifestation simple and allusive. The article establishes that the names of hotels, formed on the basis of toponyms, are the dominant type in the transition of a proper name from one category to another.

**Key words:** ergonym; simple transonymization; allusive transonymization; metaphor; metonymy; toponym.

Изучение системы названий отелей представляет интерес в рамках оценки роли эргонимов в отражении специфики франко-итальянских контактов. Актуальность изучаемой темы заключается в том, что способ наименования коммерческого предприятия является существенным фактором успешной деятельности предприятия, имеет высокую степень

воспроизводимости в современном коммуникативном процессе, эффективен с точки зрения информирования потенциальных клиентов и воздействия на них. Такие наименования входят в сознание носителя языка и работают на формирование его картины мира. В связи с этим важно исследование возможностей эргонимов, как подсистемы имен собственных, специфики ее составляющих.

Данная работа посвящена изучению способов образования эргонимов в итальянском регионе валь д'Аоста, который находится на северо-западе страны и имеет общие границы с Францией и Швейцарией. Регион является одним из пяти автономных регионов Италии, здесь официальными признаны два языка – французский и итальянский.

Проблема эргонимов в лингвистическом аспекте активно изучается в нашей стране и за рубежом [1; 2; 3; 4; 5; 6]. Объектом данного исследования являются эргонимы валь д'Аоста. Предметом исследования названия отелей.

Материалом исследования послужил онлайн-сервис бронирования Booking.com. В поисковую строку было введено название «валь д'Аоста». Система предложила около 1000 объектов размещения, относящихся к различным видам, среди них апартаменты, отели и т. п. Выборка формировалась с учетом фильтра «отель», что позволило отобрать 198 наименований отелей в качестве единиц для анализа.

Количественный анализ привел к следующим выводам: наиболее многочисленной является группа франкоязычных эргонимов, она включает 102 единицы, группа италоязычных представлена 44 названиями отелей, гибридные номинации встречаются в 20 примерах, группа «другие» состоит из 21 примеров.

При изучении семантического аспекта номинаций, следует учитывать, что составляющие акта номинации, в том числе и само имя можно рассматривать с позиций субъекта номинации (имядателя) и с позиций воспринимающего название коммуниканта (клиента или потребителя) [3, с. 326]. Данное исследование посвящено изучению способов образования названий отелей с позиций потребителя, который не участвует в номинативной ситуации и воспринимает эргоним, созданный имядателем, лишь на основе знания языка и общеизвестных в данном социуме сведений. При этом в задачи работы не входит оценка коммуникативной эффективности названий отелей, а предпринимается попытка восстановления их типичного прочтения.

«Семантический способ онимизации – процесс, происходящий на уровне лексического значения без формальных изменений структуры апеллятива» [4, с. 15]. К семантическим способам образования

эргонимов традиционно относят следующие: простая онимизация; онимизация, образованная при помощи переноса значения (метонимическая, метафорическая, метонимико-метафорическая); трансонимизация.

Значительный пласт наименований отелей в вальдостанском регионе представлен номинациями, которые являются результатом трансонимизации (перехода имени собственного из одного разряда в другой): «Hotel Saint Pierre», «Hotel Diana Jardin et Spa», «Residence CAV Emile Rey», «Maison Cly Hotel Rolland». В ходе анализа было выявлено, что в выборке трансонимизация является ведущим типом образования эргонима для наименований, представленных как на французском, так и на итальянском языке. Приемы количественной обработки данных привели к следующим результатам: названия отелей, образованные путем перехода имени собственного из одного разряда в другой, представленные на французском языке составляют примерно 25 %, на итальянском около 48 %. Это позволяет говорить о более активном использовании трансонимизации при наименовании отелей на итальянском языке.

Более детальное исследование не выявило расхождений в способах проявления трансонимизации в итало- и франкоязычных эргонимах. Она может быть простой и аллюзивной. Простая трансонимизация основана на метонимическом переносе. Аллюзивная трансонимизация опирается на метонимический и на метафорический перенос. Примером простой трансонимизации является «Locanda Rita», «Hotel Elena», «Casa De Giorgis». Примером аллюзивной трансонимизации «Hotel Saint Pierre», «Hotel California», «Hotel Europa».

Среди эргонимов, образованных путем трансонимизации, можно выделить множество классов в соответствии с тем подразрядом имени собственного, который для них является исходным:

- антропоним-эргоним: «Locanda Rita», «Hotel Elena»;
- топоним-эргоним: «Albergo Punta Zerbion»;
- астроном-эргоним: «Hotel Stella Del Nord».

Следует отметить, что наиболее представленными являются названия отелей, образованных на основе топонимов (с использованием французского языка 72 %, с использованием итальянского 77 %). Среди них можно выделить названия, образованные от:

- урбанонимов, названий городских объектов: «Hotel Hermitage Relais & Châteaux»;
- полисонимов, собственного имени города: «Hotel Roma», «Hotel Miravidi a Cervinia»;

- макротопонима: «Hotel California», «Hotel Europa».

Таким образом, исследование показало, что трансонимизация активно используется при названии отелей в регионе Валь д'Аоста. При этом более предпочтительным оказывается французский язык. Более детальное изучение перехода имени собственного из одного разряда в другой показало, что во французском и в итальянском языке этот переход может проявляться в виде простой трансонимизации и аллюзивной трансонимизации. При этом более продуктивной трансонимизация оказывается для итальянского языка. Также было обнаружено активное использование топонимов в наименованиях, образованных как с использованием итальянского, так и французского языков. Видится, что изложенный в работе материал имеет практическую значимость и может быть использован для разработки уроков страноведческой тематики в рамках изучения французского и итальянского языков.

#### Библиографические ссылки

1. *Моисеева И. Ю., Осыченко Е. А.* Структурно-семантическое исследование образования эргонимов: сравнительный аспект // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 2 (27). С. 305–308.
2. *Фонг Фам Ван.* Особенности образования и функционирования русских эргонимов (с точки зрения межкультурного контакта): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. / Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина. М., 2012.
3. *Ратникова И. Э. Бен Хоанг Тхи.* Конвенциональность и мотивированность эргонимического знака // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования: сб. науч. статей / М-во обр. Республики Беларусь, Витебский гос. ун-т им. П. М. Машерова, Смоленский гос. ун-т; ред. А. М. Мезенко. Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2016. С. 324–328.
4. *Амирова Р. М.* Татарская эргонимия города Казани: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.02 / КФУ. Казань, 2011.
5. *Cotticelli Kurras Paola.* La struttura morfologica dei marchionimi italiani nel XX secolo (fino agli anni '80) // I Nomi nel tempo e nello spazio. Atti del XXII congresso internazionale di scienze onomastiche. Pisa, 28 agosto – 4 settembre 2005, a cura di M. G. Arcamone et al., Pisa, ETS, 3 voll., vol. 2, pp. 695–709.
6. *De Stefani Elwys.* La terminologia nell'onomastica // Rivista italiana di onomastica. 2004. 10, 1, pp. 53–72.