

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАЗВАНИЙ САЛОНОВ КРАСОТЫ ИТАЛЬЯНСКИХ РЕГИОНОВ ПЬЕМОНТ И СИЦИЛИЯ

*К. П. Пинчук<sup>1)</sup>, О. А. Пантелеенко<sup>2)</sup>*

<sup>1)</sup> *Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, karinapinchouk@gmail.com*

<sup>2)</sup> *Белорусский государственный университет,  
ул. К. Маркса, 31, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, alessia@list.ru*

В данной статье предпринимается попытка выявления семантических особенностей названий салонов красоты. Объектом данного исследования является эргонимическое пространство Пьемонт и Сицилии. Для достижения цели устанавливаются мотивационные признаки эргонимов, определяется языковая принадлежность названий салонов красоты, производится сопоставительный анализ. В качестве мотивационной основы названий салонов красоты могут выступать антропонимы, флоронимы, колоронимы, географические объекты. Вариативность языковой принадлежности и активное использование английского языка наряду с итальянским видится в активизации глобализационных процессов и престижности использования английского языка в европейских странах.

**Ключевые слова:** эргоним; антропоним; флороним; колороним; мотивационная основа, языковая принадлежность.

## SEMANTIC FEATURES OF THE NAMES OF BEAUTY SALONS IN ITALIAN REGIONS OF PIEDMONT AND SICILY

*K. P. Pinchuk<sup>1)</sup>, O. A. Panteleenko<sup>2)</sup>*

<sup>1)</sup> *Belarusian State University,  
K. Marx str., 31, 220030, Minsk, Republic of Belarus, karinapinchouk@gmail.com*

<sup>2)</sup> *Belarusian State University,  
K. Marx str., 31, 220030, Minsk, Republic of Belarus, alessia@list.ru*

This article attempts to identify the semantic features of the names of beauty salons. The object of this study is the ergonymic space of of Piedmont and Sicily. To achieve the goal, motivational signs of ergonyms are established, the language affiliation of the names of beauty salons is determined, and a comparative analysis is carried out. Anthroponyms, floronyms, coloronyms, geographical objects can serve as a motivational basis for the names of beauty salons. The variability of linguistic affiliation and the active use of English along with Italian is considered in the activation of globalization processes and the prestige of the using English in European countries.

**Key words:** ergonym; anthroponym; floronym; coloronym; motivational basis, language.

Для современного этапа развития общества характерны глобализация, интенсификация языковых контактов. Поэтому перед исследователями возникает ряд новых задач, связанных с переосмыслением роли эргонимов как части ономастической системы в отражении национально-культурной специфики определенного региона, что и обуславливает актуальность настоящего исследования.

Проблема эргонимов в лингвистическом аспекте активно изучается в нашей стране и за рубежом [1; 2; 3; 4; 5]. Для создания выборки был использован интернет. Было выявлено 88 наименований, которые в дальнейшем подверглись многоаспектному изучению.

Термин «эргоним» был предложен впервые Н. В. Подольской в 1988 году [4]. Этот неустоявшийся термин имеет терминологические синонимы. В работах ученых можно встретить такие определения термина «эргоним», как «коммерческое имя» [5], «коммерческие эргонимы» [6], «эргоурбоним» [7], «фирмоним» [8], «коммерческая номинация» и «коммерческое название», «слова-эргонимы», «сортовые» и «фирменные» названия, «торговые» и «фирменные» наименования.

Для достижения цели исследования эргонимы были классифицированы по мотивационному признаку.

Изучение мотивационной основы позволило установить, что для создания значительной части названий салонов красоты используются женские имена: «Simonetta», «Giulia», «Simona», «Marina», «Monica», «Elisa», «Ornella», «Cloe», «Adriana», «Michela», «La Bottega di Anna», «Daniela», «Mariella», «Monica», «Margherita», «Elisa», «Sabrina», «Lorena», «Lucrezia», «Manuela», «Donatella», «Rossella», «Ilaria», «Laura», «Valeria», «Katia», «Atelier della Bellezza di De Bona Elena», «da Jennifer», «Marello», «Flavia». Было обнаружено, что некоторые названия состоят из лексических единиц, принадлежащих к разным языкам. Например, название «Atelier della Bellezza di De Bona Elena» включает языковые единицы как на французском языке («Atelier»), так и на итальянском языке («Bellezza, De Bona Elena»).

В качестве мотивационной основы могут выступать имена собственные мифологических богинь: Афродита – «Afrodite», Венера – «Venere», Медея – «Medea», Лакшми – «Ayur Lakshmi».

Были выявлены эргонимы, включающие названия цветов, то есть флоронимы: «Tulip Beauty», «Fior di Loto», «Orchidea», «Aqua di Rose». При этом номинации могут быть представлены не только средствами английского языка (*tulip*), но и итальянского (*orchidea* и др.)

Выборка исследования содержит эргонимы с лексемами цветообозначения, то есть с колоронимами. В выборке обнаружены как италоязычные («Il Sole Blu»), так и англоязычные номинации («Black2»).

Названия салонов красоты могут быть образованы путем использования номинаций небесных светил: «Chiaro di Luna», «EverSunBeautyClub», «La Perla Solare», «Sole».

Следует отметить, что значительная часть эргонимов структурно представлена не одним словом, а несколькими, которые имеют различную

мотивационную основу. Например, название «La Bottega di Anna» содержит антропоним ‘Anna’ и лексему ‘bottega’, которую можно определить как обозначение локации и контекстуальный синоним к слову «салон».

Результаты проведенного анализа наглядно могут быть представлены в форме таблицы.

Таблица 1

**Соотнесенность мотивационной основы и языковой принадлежности эргонимов региона Пьемонт**

№	Мотивационная основа	Языковая принадлежность	Пример
1	женские имена	итальянский	«Simonetta», «Giulia», «Simona», «Marina»
2	имена мифологических персонажей	итальянский	«Afrodite», «Venere», «Medea»
3	флоронимы	английский, итальянский	«Tulip Beauty», «Fior di Loto»,
4	колоронимы	английский, итальянский	«Il Sole Blu» «Black2»
5	номинации небесных светил	английский, итальянский	«Chiaro di Luna», «EverSunBeautyClub»
5	гибридная	французский, итальянский, английский	Atelier della Bellezza di De Bona Elena

Аналогичный анализ названий салонов красоты в Сардинии позволил выделить следующие мотивационные признаки: антропонимы, имена мифологических персонажей, фитонимы, химические элементы, зоонимы, географические объекты.

Антропоним в названиях салонов красоты в Сардинии в отличие от региона Пьемонт может быть представлен как мужским именем собственным, так и женским: «Estetica e Benessere Morena», «Estetica Antonella», «Centro Estetico Di Paola Giuseppa», «Cosimo Oliva Hair Stylist», «Parrucchiere Cannova Maurizio Beauty & Hair».

Эргонимы, мотивационная основа которых предполагает наличие имен мифологических персонажей, имеют смешанную языковую принадлежность: «Estetica Venere», «Estetica Dimensione Donna Antheia Wellness & Spa», «Centro Estetico Afrodite», «Centro Estetico Il Tempio di Venere».

Названия салонов красоты с фитонимической основой включают, как правило, италоязычные названия цветов и растений: «Rosa del Deserto», «Centro Estetico Il Melograno», «Centro Estetico Peonie», «La Mimosa».

В эргонимах Сицилии обнаружены названия химических элементов: «Nuovo Centro Estetico Oxygen Beauty», «Selen Beauty e Spa». Эта мотивационная основа не фиксируется в названиях салонов красоты региона Пьемонт.

Вместе с химическими элементами в выборке на сицилийском материале появляются номинации рыб и насекомых: «Butterfly World», «Fish Therapy». Интересно, что эти эргонимы обычно являются англоязычными.

В качестве мотивационной основы могут также выступать названия географических объектов: «Estetica & Benessere Beauty Planet», «Isola del Benessere».

В таблице 2 представлены результаты анализа выборки исследования на материале региона Сицилии.

Таблица 2

**Соотнесенность мотивационной основы и языковой принадлежности эргонимов Сицилии**

№	Мотивационная основа	Языковая принадлежность	Пример
1	женские имена	английский, итальянский	«Tania Estetica», «Centro Starbene di Angelica Ciranna»
2	мужские имена	английский, итальянский	«Moda Arte Capelli Parrucchiere» Federico», «Hairlab Ivan»
3	имена мифологических персонажей	английский, итальянский	«Centro Estetico Il Tempio di Venere»
4	флоронимы	итальянский	«Rosa del Deserto», «La Mimosa»
5	названия химических элементов	английский, итальянский	«Nuovo Centro Estetico Oxygen Beauty», «Selen Beauty e Spa»
6	зоонимы	английский, итальянский	«Butterfly World», «Fish Therapy»
7	названия географических объектов	английский, итальянский	«Estetica & Benessere Beauty Planet», «Isola del Benessere»
8	гибридные	английский, итальянский	«Estetica Dimensione Donna Antheia Wellness & Spa», «Centro Estetico Afrodite»

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы. В качестве мотивационной основы названий салонов красоты могут выступать антропонимы, флоронимы, колоронимы, географические объекты и т.д. Вариативность языковой принадлежности и активное использование английского языка наряду с итальянским видится в активизации глобализационных процессов и престижности использования английского языка в европейских странах.

### Библиографические ссылки

1. Backhaus P. Linguistic landscapes: a comparative study of urban multilingualism in Tokyo. Clevedon : Multilingual Matters, 2007.
2. 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 : ETS. Vol. 2. P. 695–709.
3. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2015.
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии; под ред. А. В. Суперанская / Ин-т языкознания. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Наука, 1988.
5. Новичихина М. Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации. : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Воронеж, 2004.
6. Шимкевич Н. В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты. Екатеринбург : Наука, 2002.
7. Емельянова А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города: на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Уфа, 2007.
8. Николаева Т. М. Лингвистика. Избранное. М. : Языки славянской культуры, 2013.