

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТИПЫ НАЗВАНИЙ

ГОСТИНИЦ ГЕРМАНИИ

Выпускная квалификационная работа  
Соискателя на степень бакалавра  
Мелешкиной Анастасии Владимировны

Научный руководитель:  
К.ф.н., доц. Мельгунова Анна Владиславовна

Рецензент:  
К.ф.н., доц. Пономарева Татьяна Витальевна

Санкт-Петербург 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Generating Table of Contents for Word Import ...

### ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование посвящено изучению структурно-семантических типов названий гостиниц Германии. Названия гостиниц являются особым видом собственных имён, которым свойственно разнообразие как структурных форм, так и семантических типов. Гостиничные наименования как структурные формы могут представлять собой, к примеру, композиты, аффиксальные образования и другие виды словообразовательных моделей, а также словосочетания. Более того, они также могут являться результатом окказионального словообразования, игры слов, нарушения норм литературного языка, а также могут быть заимствованы из других языков и диалектной лексики. Что касается семантической стороны названий гостиниц, то здесь может использоваться лексика, относящаяся к различным тематическим группам. Это, например, топонимы, а также собственные имена как реально существовавших людей, так и вымышленных персонажей.

**Актуальность темы исследования.** В настоящее время изучение взаимодействия языка и культуры вызывает у лингвистов большой интерес. Названия немецких предприятий и в частности наименования гостиниц, являясь достаточно подвижным и изменяемым пластом топонимической лексики, отражают черты национальной культуры, своеобразие менталитета и особенности восприятия мира, характеризующие определенное языковое сообщество. Таким образом, изучение семантической стороны названий

гостиниц Германии позволит нам более четко определить специфику культурного фона носителей немецкого языка. Более того, в номинации городских объектов отражается мыслительно-речевая деятельность немецкоязычного населения, а значит, изучение этого процесса важно для понимания речетворческой деятельности немцев в целом.

**Новизна исследования.** В дипломной работе впервые проводится комплексное исследование наименований гостиничных предприятий города Гамбурга: анализируются их семантические и структурные особенности; а также исследуется проявление культурной специфики в названии городских объектов.

**Объект исследования** – названия гостиниц как особый тип собственных имён.

**Предметом исследования** являются семантические и структурные типы названий немецких гостиниц.

**Материал исследования:** названия гостиниц города Гамбург, полученные методом сплошной выборки с сайта бронирования [www.booking.com](http://www.booking.com).

**Цель исследования** состоит в изучении названий гостиниц как особого вида имён собственных, а также в исследовании отражающихся в данных наименованиях отличительных черт и национальной специфики культурного пространства Гамбурга.

Для достижения указанной цели в курсовой работе выполняются **следующие исследовательские задачи:**

1. Выявление семантических особенностей названий гостиниц.
2. Изучение структурных типов, а также способов образования названий гостиниц.
3. Создание структурной и семантической классификаций изучаемых словосочетаний и лексических единиц.

**Методы исследования.** В данном исследовании применяются такие общенаучные методы исследования, как метод выборки, описание, сравнение, сопоставительный анализ.

## **ГЛАВА I. ПРОБЛЕМА ОНОМАСТИКИ, ОНОМАСТИЧЕСКОЙ МОРФОЛОГИИ И СИНТАКСИСА НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА**

### **§1. Ономастика как предмет лингвистического исследования**

При исследовании семантической стороны названия любого типа, никак нельзя обойти стороной ономастику – раздел языкознания, изучающий все типы собственных имён. Именно ономастика и её разделы помогут нам более точно определить, к какому типу имён относятся названия гостиниц.

#### **1.1. Определение понятия «имя собственное»**

Названия гостиниц являются одним из типов собственных имён, поэтому, прежде чем приступить к изучению наименований гостиниц как отдельного подкласса собственных имён, следует для начала определить, что представляет собой имя собственное вообще.

Согласно «Большому энциклопедическому словарю» [40, с. 473], понятие «собственное имя» является словообразовательной калькой с латинского *nomen proprium* (*nomen* – имя, *proprium* – собственность), а синонимичный ему термин «оним» был заимствован из греческого (*онота*, *опута* – имя, название). Оба понятия означают «слово, словосочетание и предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [40, с. 473]. Исходя из этого определения, можно заключить, что важнейшая функция собственных имён – это, прежде всего, индивидуализация и выделение конкретного объекта посредством его номинации, что не позволяет его спутать с другими объектами, обладающими теми же или похожими признаками и свойствами. Более этого, эта функция позволяет собственным

именам идентифицировать конкретный предмет. А это значит, что они имеют более тесную, в сравнении с именами нарицательными, связь с называемыми ими объектами.

Если говорить о соотношении имени собственного и имени нарицательного, то здесь важно упомянуть, что абсолютно «любому имени собственному соответствует соотносимое с ним имя нарицательное, которое называется параллельным апеллятивом» [5, с. 79]. Такое соотношение параллельного апеллятива к имени собственному можно сравнить с соотношением «род-вид».

Словарь немецкого языка «Дуден» также даёт схожее определение термина *Eigename*, а именно: «Name, der ein Individuum (Person, Gruppe, Sache usw.) bezeichnet und als einmalig von allen gleichartigen Individuen unterscheiden soll»<sup>1</sup> [41]. Таким образом, мы видим, что два термина, имя собственное в отечественной лингвистике и *Eigename* в немецкой, совершенно идентичны друг другу.

Известно, что существует множество классов онимов. В «Большом энциклопедическом словаре» выделяются следующие классы: 1) антропонимы (собственные имена людей); 2) топонимы (собственные имена географических объектов, среди которых А.В. Суперанская выделяет подклассы оронимов, гидронимов, ойконимов, урбанонимов, дромонимов и других); 3) теонимы (собственные имена божеств); 4) зоонимы (клички или же собственные имена животных); 5) астронимы (собственные имена небесных тел); 6) космонимы (собственные имена зон космического пространства, а также созвездий); 7) фитонимы (собственные имена растений); 8) хрононимы (собственные имена отрезков времени, связанных с историческими событиями); 9) идеонимы (собственные имена объектов, относящихся к духовной сфере); 10) хрематонимы (собственные имена объектов материальной культуры) [40, с. 473]. Помимо вышеперечисленных типов, в работе А.В. Суперанской «Общая теория имени собственного» также

---

<sup>1</sup> Авторский перевод: «Имя, которое обозначает индивидуума (человека, группу, вещь и т.д.) и позволяет различать его как единственный в своём роде из всех идентичных индивидуумов».

отдельно выделяются следующие типы онимов: собственные имена праздников; собственные имена мероприятий; собственные имена учреждений; собственные имена паромов, самолётов и других видов транспорта. Интересно то, что О.В. Рыбальченко и Т.В. Федотова в своей работе «Урбанонимы Краснодара с позиции лингвоаксиологического анализа» из класса урбанонимов выделяют отдельный подкласс собственных имён, а именно отелонимы, которые служат для обозначения названий гостиниц [13, с.153]. Стоит также учесть, что одно и то же имя собственное может одновременно принадлежать к разным классам. В «Большом энциклопедическом словаре» приводится следующий пример: имя Раздан является названием реки (гидроним), а также может быть личным именем (антропоним) и кличкой животного (зооним) [40, с. 473].

Также в «Большом энциклопедическом словаре» отмечается важное отличие имён собственных от других лексических единиц, заключающееся в том, что собственное имя не имеет непосредственной связи с понятием. То есть оно является «вторичным по отношению к апеллятиву» [40, с. 473], а его семантика заключается в связи с самим денотатом. Стоит также отметить, что собственные имена, являясь «значительным межъязыковым слоем лексики» [40, с. 473], не требуют перевода на иностранные языки, что, в свою очередь, приводит к использованию иноязычных собственных имён в других языках.

Что касается структуры собственных имён, то здесь стоит сказать, что «в состав собственного имени могут входить любые части речи, артикли, предлоги» [40, с. 473]. Из этого следует, что имя собственное может состоять из одного компонента, как, например, имя нарицательное, а может содержать несколько компонентов, образуя при этом словосочетание или целое предложение.

Имена собственные, подобно именам нарицательным, имеют или имели свою мотивировку и могут образовываться различными способами. Во-первых, они могут являться результатом онимизации, а именно перехода

апеллятива в имя собственное без изменения формы. Здесь стоит отметить особенности таких онимов, так как они, являясь омонимичными нарицательным именам, иногда могут восприниматься как «специфическое функционирование одних и тех же единиц в разных условиях» [17, с. 22]. Например, императив от глагола «бить» переходит в фамилию Бей [40, с. 473], а форма множественного числа, родительного падежа существительного «лев» («много львов», «город львов») становится названием отдельного города Львов [17, с. 22].

Некоторые имена собственные обязаны своим происхождением синекдохе, а именно переносу названия части на название целого или названия целого на название части. Суперанская, описывая этот случай, приводит примеры имён сказочных героев: Красная Шапочка, Синяя Борода [16, с. 243]. Такие имена собственные можно сравнить с их аналогами в немецком языке (напр. Rotkäppchen), где они представляют собой композиты особого вида, а именно бахуврихи. Однако имена собственные такого вида отражают не сущность называемого ими объекта, а лишь свою внутреннюю мотивировку.

Помимо этого, имена собственные могут являться заимствованными онимами из других языков; иногда они образуют с помощью трансонимизации (процесс перехода имени собственного из одного класса в другой), а также они могут быть созданы искусственно [40, с. 473]. Более того, на основе различных ассоциаций возможен перенос собственного имени с одного объекта на другой. Есть ряд случаев, когда именно на таком роде переноса основываются названия предприятий, видов транспорта и тому подобное. Например, как отмечает Суперанская в своей работе «Общая теория имени собственного», название реки Волга было перенесено на наименование марки автомобиля «Волга» [16, с. 134]. Таким образом, два или более совершенно различных объекта могут обладать одним и тем же именем, что несколько нарушает первостепенную функцию имён собственных – выделять и идентифицировать конкретный предмет из ряда

других ему подобных. Однако это нарушение можно объяснить тем, что они – это, прежде всего, лексическая единица, и, подобно другим лексическим единицам, они подвергаются «принципу асимметрии языкового знака», согласно которому один знак может соотноситься с несколькими означаемыми, а одно означаемое может обозначаться несколькими знаками.

Суперанская также пишет о культурной значимости имён собственных. Собственные имена включают в себя социальный и исторический компонент, характеризуя не только общественные вкусы конкретной эпохи, но и отражая взгляды людей, «их общественные взаимоотношения, их идеологию и, наконец, общественные традиции» [16, с. 242]. Знание этих экстралингвистических факторов и причин, по которым были образованы те или иные имена, может помочь в лингвистическом анализе данных лексических единиц.

Представляется необходимым рассмотрение вопроса об отнесенности названий гостиниц к определённой групп имён собственных. В современной лингвистике существуют две категории, к которым можно причислить данный вид имён – это урбанонимы и эргонимы, о которых пойдёт речь далее.

## **1.2. Определение термина «урбаноним»**

После подробного рассмотрения имени собственного в общих чертах стоит приступить к более детальному рассмотрению отдельного топонимического класса урбанонимов. Это необходимо, прежде всего, потому, что названия гостиниц, являясь наименованием городского учреждения, относятся к подклассу урбанонимов.

Н.В. Подольская определяет урбаноним как «вид топонима, собственное имя любого внутригородского топографического объекта, в том числе агороним, годоним, хороним городской, экклезионим, ойкодомоним», а урбанонимию как «совокупность урбанонимов» [38, с. 154]. Урбаноним (лат. *urbanus* – городской, греч. *ονομα* – имя) является наиболее многочисленным



по количеству названий подклассом топонимов, который включает в себя наименования любых внутригородских объектов [8, с. 65].

Сам термин «урбаномика» был введен в 1965 году А.В. Суперанской, а позже закрепился в словаре русской ономастической терминологии Н.В. Подольской [9, с. 15].

А.М. Мезенко выделяет следующие общие черты, которыми обладает урбанонимия и которые в то же время характерны для большинства подклассов топонимов, а именно: «обусловленность внеязыковыми факторами; системность организации; общность выполняемых функций; наличие вариантов официальное/неофициальное название; наличие словообразовательных формантов структурно-грамматических типов; возможность быть зафиксированными в текстах художественной литературы, в результате возможность вступать в другие семантические связи, а так же участвовать в стилистических приёмах» [9, с. 14].

Однако, как отмечает Е.А. Сизова, наряду с общими чертами, свойственными всем подклассам топонимов, существуют специфические особенности, которые характерны для урбанонимов:

- 1) высокая степень сменяемости,
- 2) в основном низкая степень известности,
- 3) слабая связь с диалектом,
- 4) преимущественная одноязычность,
- 5) семантическая мотивированность большинства урбанонимов,
- 6) преобладание искусственной номинации над естественной,
- 7) письменная закреплённость» [14, с. 37].

Среди урбанонимов выделяются подклассы годонимов (название улиц, переулков, проспектов и т.д.), агронимов (наименование площадей, рынков), агроонимов (название сельскохозяйственной земли), хронимов (имена территорий, регионов, областей), экклезионимов (наименования мест совершения обрядов и других религиозных мест), урбаногидронимы (названия городских объектов водоснабжения). Существует также отдельный

термин ойкодомоним для предприятий, которые носят то же наименование, что и здание, в котором оно находится [8, с. 65].

Е.В. Вохрышева и Н.С. Харитоновна подразделяют урбанонимы на следующие классы по типу семантического значения и внутренней мотивировки, заложенную в саму структуру отдельного урбанонима:

- 1) городские объекты, в названия которых отражены имена людей;
- 2) городские объекты, получившие названия от объектов, расположенных на них или рядом;
- 3) городские объекты, в названия которых отражены особенности данного объекта;
- 4) городские объекты, в названия которых заключена история возникновения и развития объекта;
- 5) городские объекты, в названиях которых заключены значимые для общества или города явления, категории, профессии;
- 6) городские объекты, названия которых имеют иностранное происхождение;
- 7) городские объекты, в названиях которых проявляется географический принцип номинации» [5, с. 80].

Однако лингвисты О.В. Рыбальченко и Т.В. Федотова выделяют среди урбанонимов отдельный подкласс отелонимов, который включает в себя названия гостиниц. Как отмечают Рыбальченко и Федотова, именно рекламно-ассоциативная функция отличает отелонимы от других подклассов урбанонимов. Причем ассоциативная функция заключается исключительно в создании положительных эмоций при восприятии отдельного отелонима конкретным субъектом. Помимо этого, специфика отелонимов заключается в том, что в отличие от наименований других предприятий им нет необходимости давать потребителям информацию об услугах и товарах, на которых они специализируются [13, с. 153]. Рассматривая структурно-семантическую сторону отелонимов, исследователи также выделяют способы их образования, а именно трансонимизацию («Натали», «Маргарет» и т.д.),

трансопонимизацию («Милан», «Москва» и пр.), метафорическую онимизацию («Триумф», «Оазис» и др.), ретро-номинацию («Бестужев», «Сударушка» и т.п.), англоязычную номинацию («Relax», «100 friends» и т.п.).

Однако Рыбальченко и Федотова - единственные исследователи, которые используют в своей работе специальный термин для наименований гостиничных комплексов. Следовательно, можно сделать вывод, что не существует явной необходимости употреблять отдельный термин для названий гостиниц, несмотря на их особую рекламно-ассоциативную функцию, несколько выделяющую их среди других подклассов урбанонимов.

### **1.3. Эргонимы как отдельный класс собственных имён**

Несмотря на то, что такие лингвисты, как А.М. Мезенко, М.В. Голомидова, О.В. Рыбальченко и Т.В. Федотова относят наименования гостиниц к разряду урбанонимов, ряд других исследователей (Р.М. Амирова, О.В. Врублевская, О.С. Белозор, В.И. Петренко, М.Г. Курбанова) рассматривает названия гостиничных комплексов как класс эргонимов.

Н.В. Подольская определяет эргонимы как наименования различных деловых объединений людей (союзов, организаций, учреждений, заведений, кружков, корпораций и т.д.) [38, с. 151]. В свою очередь под эргономикой, как пишут О.А. Симонова и А.Ю. Ситникова, понимается раздел ономастики, который исследует эргонимы, а эргонимикон – это список или словарь эргонимов какого-либо периода или типа [15, с. 189].

Эргонимы, как отмечает Т.А. Юдина, обладают всеми свойствами и характеристиками имени собственного. Они тоже служат для наименования конкретных объектов действительности и выделяют их из ряда им подобных. Кроме того, эргонимы могут включать в себя любые части речи (глаголы, прилагательные, наречия и т.п.) [23, с. 3].

Т.А. Юдина также рассматривает следующие способы образования эргонимов [23, с. 3]. Первый способ – лексико-семантический, который представляет собой семантическую онимизацию и трансонимизацию. Под семантической онимизацией подразумевается образование эргонима

посредством передачи семантического значения ониму. Н.В. Подольская выделяет простую, метафорическую и метонимическую разновидности семантической онимизации [38, с. 92]. Простая семантическая онимизация создаёт информативное название, метафорическая основывается на сравнении, а метонимическая делает акцент на особенности называемого объекта. В свою очередь, в состав семантической трансонимизации входят антропонимы, топонимы, мифонимы, космонимы и т.п. Второй способ – морфологический, который предполагает трансформацию морфемной структуры у производящих онимов путём аффиксации, плюрализации и аббревиации. С помощью третьего способа номинации объектов – лексико-синтаксического – создаются эргонимы в виде словосочетаний и предложений. Среди других способов образования эргонимов выделяются нумерализация (использование числительных в наименовании), игра слов, заимствования из иностранных языков, а также словосложение. Однако при номинации объекта возможно использование так называемого комплексного способа, который предполагает образование эргонима одновременно несколькими способами.

Все эти способы наименований объектов служат для одной из важнейших функций эргонимов, а именно для «достижения эффективной коммуникации» [23, с. 3], поскольку они создаются именно для того, чтобы привлечь внимание реципиента. Однако наряду с этой функцией существуют и другие. Например, М.А. Петрова говорит о трёх функциях эргонимов: номинативная (идентификация объектов), информативная и рекламная [10, с. 97]. А.М. Емельянова отмечает, что эргонимы выполняют все функции, что и остальные имена собственные. Она также выделяет три вышеперечисленные функции, но наряду с ними различает ещё несколько, среди которых эстетическая и мемориальная. Первая функция помогает вызвать у реципиента положительные эмоции, а вторая функция, которая свойственна не всем названиям, отражает наименования известных музыкальных групп, фильмов, а иногда просто имена учредителей [8, с. 8]. В свою очередь, Ю.В.

Шевчук выделяет у эргонимов дифференцирующую функцию (различать и индивидуализировать конкретный объект), охранную (защита выпускаемой продукции на рынке), гарантийная (гарантия качества), психологическая (сделать компанию легко распознаваемой) и аттрактивная (привлечение клиентов) [20, с. 181]. Один эргоним может также выполнять несколько функций и, как пишет Т.А. Юдина, чем больше функций несёт в себе наименование предприятия, тем ближе номинатор к своей главной цели – привлечение внимания реципиента [23, с. 2].

Что касается классификации эргонимов, то у исследователей на этот счёт пока что нет единого мнения. А.В. Суперанская предприняла первую попытку классифицировать названия предприятий, в результате чего она выделила два разных типа наименований: реальный, который отражает местоположение учреждения и его деятельности и символический, который даёт только «намёк на характер деятельности» [16, с. 198]. По схожему принципу классифицирует эргонимы М.А. Петрова. Она разделяет мотивированные эргонимы, в основе которых лежит семантический признак, свойственный обозначаемому объекту и позволяющий его идентифицировать, и немотивированные, которые служат для выполнения рекламной функции и при этом не дают информации об именуемом денотате [10, с. 97]. Ещё одна классификация была предложена Н.В. Шимкевичем, который различает эргонимы по признаку «наличия или отсутствия в эргониме прагматики» [22, с. 13]. Следовательно, он разделяет прагматические эргонимы и непрагматические. Прагматические эргонимы включают в себя ещё два подвида – информативные, которые несут информацию об именуемом предприятии, и ассоциативные, вызывающие приятные ассоциации об учреждении, которые возникают у реципиента на основе сложившегося культурного опыта. Непрагматические эргонимы также делятся на два подвида, а именно на информирующие, которые сообщают сведения о деятельности организации, и неинформирующие, которые не заключают в себе никакой информации о деятельности учреждения.

Множество лингвистов, занимавшихся исследованием эргонимов на примере культурных пространств определенных городов, отмечают большую распространённость именно иноязычных эргонимов. Некоторые из таких заимствованных иноязычных наименований со временем проходят стадии ассимиляции и, будучи освоенными, становятся частью лексикона того языка, в который они были заимствованы [15, с. 192]. Ассимилируясь в другом языке, иноязычное слово зачастую изменяет свою материальную природу. Именно такое свойство модификации языковой единицы называется формальным варьированием, которое реализует себя на графическом («Corner bar» начинает именоваться как «Корнер-бар»), фонетическом (название кафе «Underground» имеет такие произносительные варианты, как «Андерграунд», «Ундерграунд», «Ундеграунд»), морфологическом (название «Hammer» в родительном падеже имеет форму Hammer'а), синтаксическом (замена одного из инокомпонентов в эргонима-словосочетании «Family sport» русским освоенным компонентом «спорт», в результате чего образуется «Family спорт») уровнях, а также может проявлять себя в новых словообразовательных формах («Netcafe» в речи горожан становится «Нетка») [3, с. 412, 413, 414].

Отдельный интерес представляет особый вид иноязычных эргонимов, а именно так называемые гибридные эргонимы. Этот термин был введён Э. Хаугеном, который обозначает заимствования, образовавшиеся «частично из родного, а частично из иностранного материала» и, следовательно, обладающих «двуязычной природой» [19, с. 352]. Д.С. Лотте определяет гибридные образования как заимствования смешанного характера, которые образуются «в результате построения терминов с использованием иноязычных элементов» [7, с. 14]. Т.О. Прокофьева в своей исследовательской работе приводит следующие примеры гибридов: кафе-караоке «Караоке-Hall», кадровое агентство «INFO-центр», магазин женской одежды «Bestия» [12, с. 5]. Также гибридные эргонимы могут быть образованы с помощью иноязычных морфологических средств, например,

бар-ресторан «The Бочка», название которого образовано с помощью англоязычного артикля, или же автосалон «ВОСТОК-МОТОРС», где используется англоязычное окончание [15, с. 193]. Помимо морфологических средств, гибриды иногда образуются посредством графем, где в пределах одной единицы сочетается двуязычная графика (например, парфюмерный магазин «NATUR-сила»), а также с помощью таких словообразовательных элементов, как, например, англоязычные суффиксы –burgh, -bury, -land (магазин «Чайбург», спортивный магазин «Спортландия») [15, с. 193].

#### **1.4. Названия немецких гостиниц и их происхождение**

По поводу происхождения названий немецких гостиниц было написано несколько статей немецкими журналистами. В одной из таких статей «Название отелей и что они означают» («Hotelnamen und was sie bedeuten») журналист Макс Шарниг объясняет этимологию наименований некоторых немецких гостиниц. Например, широкая распространенность названия «Gasthof zur Post» в Германии объясняется существовавшей ранее – во времена почтового дилижанса – развитой системы почтового сообщения, включавшей также заведения, в которых останавливались работники почты, доставляющие в другие города письма и посылки. Столь же распространены названия на основе слова Hof – «постоялый двор» («Freisinger Hof», «Tutzinger Hof» и т.п.) [33]. М. Шарниг также отмечает, что в Германии существует большое количество гостиниц с названиями, которые пишутся с маленькой буквы или содержат числа, связанные с общественными предрассудками (напр., «456 Rooms», «The 13»). Журналист иронично отмечает, что такие наименования свидетельствуют о большой креативности создателей. А такие названия, как «Belvedere», «Bellevue», «Esplanade», а также наименования с разными дворянскими титулами являются типичными, как пишет М.Шаринг, для старых, «разбираемых на лом» отелей [33].

Журналист Эдгар С. Хассе в своей статье «Wie Hamburger Hotels zu ihren Namen kamen» уже более конкретно пишет о происхождении некоторых названий гостиниц Гамбурга. Так название «Hotel Atlantic» тесно связано с

началом плавания пассажирских кораблей из Гамбурга в Америку, пересекающих Атлантический океан. Именно в связи с открытием судоходной линии «Гамбург-Америка» в Гамбург увеличился поток туристов, что и послужило толчком к основанию новой гостиницы, получившей название «Hotel Atlantic». Э.С. Хассе также пишет о гостинице «Baseler Hof», в наименовании которой упомянут швейцарский город. А связано это со швейцарским происхождением основателя отеля. Другие названия гостиниц, как пишет автор статьи, больше связаны с географическими объектами (напр., отель «Alsterkrug» указывает на близкое расположение к реке Альстер) [31].

В свою очередь, лингвист Х. Вохеле исследовал названия немецких и румынских гостиниц в процессе исторического развития и пришёл к тому выводу, что в наименованиях гостиничных предприятиях чётко прослеживаются политические и общественные изменения [36].

## **§2. Морфологическая структура онимов**

Рассмотрим структурную сторону собственных имён. Как уже было сказано выше, имена собственные могут состоять из одного компонента или из нескольких. Собственные имена, содержащие несколько лексических единиц, представляют собой словосочетания, а в некоторых случаях целые предложения. Что касается однокомпонентных онимов, то они могут относиться к различным словообразовательным моделям. Поэтому для рассмотрения структурных типов однокомпонентных онимов целесообразным является рассмотрение некоторых словообразовательных моделей.

### **2.1. Проблема ономастического словообразования**

Как пишет Н.В. Подольская, в 1962 году В.Н. Топоров в своей научной работе ввёл понятие «грамматика топономастики» [11, с. 40]. В задачи этой «грамматики» входит изучение процессов и способов онимообразования. В свою очередь, Н.В. Подольская выделяет несколько способов ономастического словообразования, а именно аффиксацию, сложение,



соположение, редупликацию, усечение и аббревиацию. Однако она отмечает: несмотря на то, что большая часть онимов принадлежит к «естественному языку», всё же существуют такие имена собственные, которые, являясь результатом «искусственного создания», созданы по своим особенным словообразовательным моделям [11, с. 42].

Все эти вышеперечисленные словообразовательные модели будут рассмотрены в следующем подпункте данного параграфа уже относительно немецкого языка (см. 2.2.).

Необходимо также сказать, что в ономастической морфологии часто встречаются случаи образования онимов на основе других имён собственных. Так немецкие лингвисты Р. Харниш и Д. Нюблинг говорят о трансонимичной деривации, трансонимичной конверсии и словосложении [30, с. 1907]. В качестве примера они приводят слово Bayreuth, которое уже является названием немецкого города и является основой для образования фамилии посредством добавления суффикса –er (Bayreuther) и для создания названий музыкальных фестивалей, одно из которых образуется через конверсию (Bayreuth, синоним Wagner-Festspiele), а другое посредством словосложения (Neu-Bayreuth, синоним Nachkriegs-Festspiele).

Важно также отметить, что некоторые слова, выступая в роли наименований предприятий, меняют при этом свой род. Это объясняется тем, что, к примеру, в названиях гостиниц и ресторанов именно сами понятия «das Gasthaus» и «das Restaurant» мотивируют принадлежность слова, входящего в наименование гостиницы или ресторана, к среднему роду (напр., das Turm, das Heiliggeist; das Steigenberger) [24, с. 103].

## **2.2. Словообразовательные модели немецкого языка**

Т. Шиппан в своей работе «Лексикология современного немецкого языка» отмечает, что словообразование, наряду с заимствованием иноязычной лексики, является важнейшим ресурсом для пополнения словарного состава немецкого языка [34, с. 107]. Она также выделяет два основных типа словообразования, а именно словосложение (Komposition) и

деривацию (Derivation) [34, с. 117]. Словосложение образуется на основе сложения одного слова с другим (Wort + Wort), а деривация создается посредством добавления аффикса к слову [34, с. 115]. Однако, как пишет Шиппан, такое разделение вызывает у исследователей множество вопросов, например, к какому виду словообразования следует отнести конверсию, а также является ли аббревиация новым словообразовательным видом [34, с. 116].

Однако В. Фляйшер и И. Барц в работе «Словообразование современного немецкого языка» выделяют четыре основных словообразовательных вида в немецком языке: словосложение (Zusammensetzung), словопроизводство (Ableitung), префиксация (Präfixbildung) и аббревиация (Kurzwortbildung) [28, с. 50]. Так как в процессе префиксации участвуют преимущественно глаголы, а онимы являются, как пишет Н.В. Подольская, всегда субстантивами [11, с. 41], данная модель не будет нами рассмотрена.

Словосложение, согласно работе Фляйшера и Барц, представляет собой морфемную конструкцию, компоненты которой могут выступать в качестве свободных морфем или свободных морфемных конструкций (напр. hellblau, где hell и blau являются свободными морфемами) [28, с. 50]. При этом определяющий компонент стоит перед определяемым, а значит, перестановка этих компонентов в пределах сложного слова невозможна [28, с. 52]. Как пишет чешский исследователь Т. Хофманова, словосложение является самой распространенной словообразовательной моделью названий гостиниц [32, с. 24].

Наряду со словосложением российские и некоторые немецкие лингвисты выделяют сдвиг (Zusammenrückung). Это такая словообразовательная модель, при которой из целого словосочетания образуется одно слово (напр. Vaterunser, Dreikäsehoch). Однако Фляйшер и Барц, рассматривая случай сдвига, отказываются выделять его как самостоятельную словообразовательную модель [28, с. 58]. То же касается и

другой словообразовательной модели – сращения (*Zusammenbildung*), которую Э. Доналис рассматривает как случай словосложения [26, с. 91], в то время как российские лингвисты обычно выделяют данную модель как отдельный тип словообразования.

Что касается словопроизводства, то, как пишет Т. Хофманова в исследовании о названиях гостиниц Вены и Берлина, на данный момент типичных словообразовательных суффиксов, служащих для создания названий гостиниц не выявлено [32, с. 25].

Сокращение (*Kurzwortbildung*) также является продуктивным образовательным типом онимов. Т. Шиппан рассматривает несколько типов сокращения. Сокращение – это не только образование отдельного слова из заглавных букв словосочетания или сложного слова (напр., LKW от *Lastkraftwagen*), но и возникновение слов вследствие соединения первой и последней части слова или словосочетания (*Krad* от *Kraftfahrrad*), а также создание нового слова в результате усечения любой части слова или словосочетания (*Ober* от *Oberkellner*) [34, с. 117]. Первый и последний случай сокращения можно рассматривать как аббревиацию и усечение соответственно, в то время как второй случай имеет схожие черты с относительно новым словообразовательным типом, а именно с контаминацией.

Контаминацию «открыл» Льюис Кэрролл в 1871 году [25, с. 69]. Схожие черты контаминации и сокращения проявляются в том, что в обоих случаях усекается звуковой или же буквенный ряд слов. Однако в процессе усечения участвует одно слово или словосочетание, в то время как при контаминации как минимум два слова образуют новую лексическую единицу [25, с. 71]. Так из слов *Advent* и *Silvester* посредством контаминации образуется *Advester* (пример из «детского» языка), а слово *Kamedar* является результатом соединения *Kamel* и *Dromedar* [25, с. 71].

### **§3. Синтаксическая структура**

Онимы, состоящие из нескольких компонентов, представляют собой определённые синтаксические конструкции, а именно словосочетания, образованные посредством соединения входящих в их состав лексических единиц на основе грамматических связей. Для определения синтаксических типов названий немецких гостиниц необходимо рассмотреть, что представляет собой словосочетание вообще и какие типы связи словосочетаний существуют.

#### **3.1. Определение понятия «словосочетание»**

И.Н. Филиппова в «Сравнительной типологии немецкого и русского языка» определяет словосочетание как «соединение двух и более знаменательных слов, связанных по смыслу и грамматически, представляющее собой сложное наименование предметов, явлений, действий и процессов действительности» [18, с. 112]. Словосочетание отличается от слова, как замечает Филиппова, тем, что обладает более сложной структурой, а также выражает расчленённое понятие [18, с. 112]. В свою очередь, словосочетание и предложение, согласно «Большому энциклопедическому словарю», различает отсутствие у словосочетаний таких синтаксических категорий, как категория времени, модальности, лица, а также отсутствие интонации сообщения [39, с. 469].

Структуру словосочетания можно описать следующим образом: стержневым или же главным компонентом является семантически и грамматически главенствующее слово, которому грамматически подчиняются остальные элементы словосочетания, так называемые «зависимые» компоненты [39, с. 469].

Важно чётко отличать словосочетания от сложных слов, являющихся результатом сращения или слияния двух и более лексических единиц. Проблема такого различения свойственна, в первую очередь, аналитическим языкам, в частности английскому языку. В «Большом энциклопедическом словаре» в качестве примера приводятся такие сложные слова, как black-cock

(тетерев) и ice-cream (мороженое), которые отличаются от схожих словосочетаний black cock (черный петух) и ice cream (ледяной крем) наличием одного сильного ударение, в то время как в словосочетаниях ударяется каждое слово [39, с. 469].

В словосочетании важную роль играют атрибуты или же определения, которые могут выражаться в самых разнообразных формах. Форма определения зависит от того, где стоит определение относительно слова-ядра, то есть в препозиции или в постпозиции. Препозитивные определения, как пишет Х. Вельман, выражаются местоимениями (ihre Schulter) и прилагательными (ein blauer Hut), а постпозитивные – наречием (die Tanne dort), однородными прилагательными (die Schauspielerin, schön und stolz), существительным в генитиве (der Ausbruch des Vulkans), в аккумулятиве (der Ausflug letzten Sonntag), а также существительным с предлогом (die Blume im Knopfloch) [4, с. 321-322].

### **3.2. Типология словосочетаний**

Словосочетания классифицируются по структурным типам, по типам синтаксических связей и синтаксических отношений между его компонентами, а также по типу принадлежности главного слова к той или иной части речи [18, с. 112].

Если рассматривать словосочетания с точки зрения их синтаксической связи, то важно сказать, что практически всеми исследователями выделяются два типа синтаксической связи, соединяющей компоненты словосочетания, а именно сочинительная и подчинительная связи. Лингвисты С.П. Анохина и О.А. Кострова определяют сочинительную синтаксическую связь как связь компонентов, «находящихся в равных отношениях друг другу» («отец и сын», «Bruder und Vater») [2, с. 143]. Такую связь также можно проверить перестановкой элементов словосочетания, при которой смысл содержания не может быть изменён. С.П. Анохина и О.А. Кострова также дают определение подчинительной связи, которая представляет собой связь компонентов, которые «находятся в неравных отношениях друг к другу, то есть один

компонент подчинён другому». В случае со словосочетаниями, образованных на основе такого типа связи, перестановка компонентов невозможна без изменения смысла. Например, словосочетание «большой город» после перестановки компонентов становится предложением «город большой», то же можно наблюдать и в немецком языке: «eine große Stadt» - словосочетание, «die Stadt ist groß» - предложение [2, с. 143].

Исследователи пишут также о том, что подчинительная связь находит своё выражение в атрибутивных, объектных и обстоятельственных отношениях, материально выражающиеся в виде «различных конкретных приёмов, с помощью которых передаются синтаксические связи» [2, с. 144]. В свою очередь, под такими «приёмами» С.П. Анохина и О.А. Кострова подразумевают согласование, управление и примыкание. Эти синтаксические приёмы, как замечают исследователи, зависят от морфологической структуры языка и строятся по определенным моделям, характерным для конкретного языка. Так, например, при передаче атрибутивных отношений согласование преобладает в русском языке (ввиду развитой системы флексии русского языка) в большей мере, чем в немецком. Однако управление и примыкание играют практически одинаковую роль в обоих языках при передаче объектных и обстоятельственных отношений. Кроме того, и управление, и примыкание в некоторых случаях могут служить для выражения атрибутивных отношений. Например, в предложениях «Er ist dem Vater ähnlich» и «Он похож на отца» управление выражает атрибутивное отношение, а в предложениях «D-г Morten» и «врач Иванова» посредством примыкания также передаются атрибутивные отношения [2, с. 144].

И.Н. Филиппова кратко описывает структуру этих трёх видов связи таким образом: в случае с согласованием зависимое слово «уподобляется форме главного и выражается формами числа, падежа и рода» (schöner Tag, новый дом), при управлении «форма зависимого слова определяется лексико-грамматическим значением главного» (mit dem Ergebnis zufrieden, нарушение правил), а при примыкании «зависимость подчиненного слова выражается

лексически, порядком слов и интонацией» (*ganz schön teuer*, очень странно) [18, с. 113].

Что касается структурных типов словосочетаний, то здесь мнения исследователей-лингвистов несколько различаются. Так И.Н. Филиппова выделяет простые словосочетания, состоящие из двух лексических единиц (например, *glückliches Mädchen*, *Einrichtung des Lesesaals*), и сложные, содержащие большее количество лексических единиц (*dem Freund Hilfe leisten*, *wichtige öffentliche Einrichtung*) [18, с. 112]. Филиппова также отмечает, что такие сложные словосочетания, состоящие из более трех компонентов, в русском языке редки, в то время как в немецком языке они, напротив, очень распространены. Более того, в немецком языке словосочетания часто являются источником образования сложных слов [18, с. 112].

В то же время В.Н. Ярцева говорит о трёх структурных типах словосочетаний, а именно о простых, сложных и комбинированных [39, с. 469]. Простые словосочетания могут состоять из двух, трёх и четырёх компонентов, которые связаны между собой одиночной («читать книгу»), двойной («отдать книгу ученику») или же тройной связью («перевести книгу с русского на английский»). Сложные словосочетания, в свою очередь, образуются посредством разных типов связи. Таким образом, в сложном словосочетании главное слово связано с разными подчинёнными словами с помощью разных типов связи. Например, в словосочетании «новый жилец наверху» реализуется два типа связи – согласование («новый жилец») и примыкание («жилец наверху»). Что касается комбинированных словосочетаний, то они создаются связями, исходящих от разных главных слов. Например, комбинированное словосочетание «увлеченно читать интересную книгу» образуется на основе примыкания («увлеченно читать»), управления («читать книгу») и согласования («интересную книгу»).

В.Н. Ярцева выделяет также свободные и несвободные словосочетания, где свободные сохраняют самостоятельные лексические значения всех

компонентов и связь этих компонентов продуктивна («читать книгу»), а несвободные ослабляют или утрачивают лексическую самостоятельность одного или нескольких компонентов, при этом словосочетания этого типа целиком по значению приближаются к отдельному слову («железная дорога»). Она также выделяет типы словосочетаний по частеречной принадлежности стержневого компонента словосочетания, а именно субстантивные (где существительное является стержневым словом), адъективные (главное слово – прилагательное), глагольные и наречные словосочетания [39, с. 469].

### **3.3. Определение понятия «приложение»**

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» термин «приложение» определяется как «определение, выраженное именем существительным» [40, с. 412]. Е.И. Шендельс также говорит о приложении как об особом виде субстантивного определения, которое не связывается с определяемым словом посредством управления [21, с. 307]. Но при этом, как отмечается в «Лингвистическом энциклопедическом словаре», грамматический аспект согласования проявляется при словоизменении, «когда оба существительных принимают однотипные падежные значения (ср. «юноша-воин, юноши-воина...»); при этом могут моединяться существительные разных родов и чисел: «бой-баба», «мастер-золотые руки» [40, с. 412]. В согласовании между определяемым и определяющим прослеживаются определительные отношения, которые близки к предикативным и, в некоторой мере, из них вытекают (ср. «Николай - кузнец» и «Николай-кузнец работает сегодня в поле») [40, с. 412].

Е.И. Шендельс выделяет несколько семантических групп приложений, которые отличаются между собой по типу определяемого слова. Определяемое слово может быть личным именем, тогда приложение указывает на профессию, титул, национальную принадлежность, а также внутренние и внешние характеристики этого человека (*der Betrüger Hans, Feldmarschall Kutusow*). Определяемое слово также может быть именем



собственным (die Insel Rügen, der Kreuzer «Aurora»), целым словосочетанием (die Zeitung «Neues Deutschland», der Roman «Wolf unter Wölfen») или родовое наименование, и в этом случае определяемое уточняется через определяющее (die Blume Vergissmeinnicht, der Monat Januar) [21, с. 308].

## **ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ I**

Изучив теоретические аспекты по данной теме, мы заложили теоретическую основу для последующего исследования.

Выявив три возможных термина для обозначения названий гостиниц (урбаноним, отелоним и эргоним) мы в дальнейшей работе в отношении наименований гостиничных комплексов будем использовать понятие «эргоним», так этот термин обозначает наименования различных деловых объединений людей, а значит, наиболее точно определяет суть гостиничных предприятий.

При изучении аспектов ономастического словообразования нам удалось выявить основные способы образования онимов, а именно посредством словопроизводства, сложения, сдвига, усечения, аббревиации и контаминации. Кроме того, некоторые слова, выступая в роли наименований предприятий, меняют свою частеречную принадлежность на ту, которой обладает именуемый денотат.

Многие собственные имена представляют собой целые словосочетания. Всего выделяется два основных вида словосочетаний по типу синтаксической связи, а именно словосочетание с сочинительной связью и словосочетание с подчинительной связью. В свою очередь, последний вид подчинительная связь находит своё выражение в атрибутивных, объектных и обстоятельственных отношениях и, как результат, материально выражается в виде приёмов таких приёмов, как согласование, управление и примыкание, которые передают синтаксические связи. Таким образом, все наименования в исследовательской части, представляющие собой словосочетания, будут рассмотрены в соответствии с типами этих связей.

В исследовательской части дипломной работы будет предпринята попытка создания собственной семантической классификации. Данная классификация будет базироваться на исследованиях М.А. Петровой, которая выделила мотивированные и немотивированные эргонимы, Д.С. Лотте, который подробно описал понятие «гибридный эргоним». Также при

создании семантической классификации, мы, учитывая тот факт, что наименования гостиниц довольно часто содержат другие классы собственных имён, будем использовать классификацию онимов, данной в «Большом энциклопедическом словаре».

На основе описанных исследований в теоретической части, мы также создадим классификацию названий гостиниц по структурным типам. Прежде всего, будут учитываться особенности ономастического словообразования.

Кроме того, будет рассматриваться не только синтаксическая связь элементов словосочетаний, представляющих собой названия гостиниц, но и их структурная составляющая, а именно – количество компонентов, которые они содержат.

## ГЛАВА II. СТРУКТУРНЫЕ И СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТИПЫ НАЗВАНИЙ НЕМЕЦКИХ ГОСТИНИЦ

### §1. Структурные типы названий гостиниц Германии

В ходе исследования методом сплошной выборки было собрано около четырёхсот наименований гостиниц города Гамбурга (полный список названий гостиниц см. в Приложении II). Большинство из этих названий состоят из двух или более лексических единиц, в то время как однокомпонентных названий – состоящих лишь из одной лексической единицы, значительно меньше.

#### 1.1. Структура однокомпонентных наименований

Среди общего числа названий гостиниц Гамбурга было выявлено всего 29 однокомпонентных наименований (немногим больше 7% от общего количества). Все они являются именами существительными. Только 5 названий представляют собой простые, производные существительные. Это такие названия, как «Kastanie», «East», «Burhan» (арабское имя), «Alameda» (город в Калифорнии) и «The Hostel». Все остальные 24 наименования являются композитами.

Только два композита образованы с помощью соединительного элемента и представляют собой неполносложные соединения («uneigentliche/unechte Zusammensetzung»). Это такие названия, как «Volksschule», где две основы Volk и Schule соединяет морфема –s-, и «Vierlandentor», при образовании которого были соединены одно сложное слово Vierlande, которое является названием района в Гамбурге, и простого слова Tor посредством соединительного элемента –n-.

Однокомпонентные наименования гостиниц включают в себя и такие сложные слова, компоненты которых пишутся не слитно, а через дефис. В случае с названием «Ahoi-Gästehaus» можно предположить, что написание через дефис объясняется разной частеречной принадлежностью его составных элементов. Так, слово «ahoi» является междометием, в то время как «полносложное» или «истинное» сложное слово (eigentliche/echte

Zusammensetzung) «Gästehaus» – существительное. Остальные случаи написания сложных слов через дефис, встречающихся в названиях гостиниц, достаточно сложно объяснить и едва ли возможно выявить какую-либо закономерность такого написания. Более того, одно и то же название в разных городах может писаться по-разному. Например, название гамбургской гостиницы «Alster-Hof» пишется через дефис, в то время как гостиница в Берлине «Alsterhof» носит омонимичное наименование, но отличается как раз слитным написанием. Через дефис также пишутся следующие названия: «Auto-Parkhotel», «Kastanien-Hotel», англоязычные наименования «Arcade-Hostel», «Jarre-Apartment», «Apartment-Air», «Villa-Vintage» и название, образованное из французского словосочетания «Chez-Ronny» (переводится как «у Ронни»).

Среди наименований гостиниц Гамбурга были выявлены названия, представляющие собой полносложные композиты. Всего таких названий девять. Это такие наименования, как «Hansehus», «Nachtquartier», «Schlaflounge», «Hansezimmer» и другие. Причем два наименования, «Staymade» и «Sleephotels», образованы из двух заимствованных из английского языка слов, соединённых по схеме словообразовательной модели немецкого языка.

В число однокомпонентных наименований также входят названия, включающие в себя слитное написание слов и цифр. В нашем исследовании было выявлено всего лишь три таких названия: «Apartment040», «7up» и «CitySurfer44». Как мы видим, все эти названия содержат англоязычные компоненты. Более того, «7up» и «CitySurfer44» образуют собой не только лексическое единство, но и семантическое, так как число в этих названиях несёт определённое значение и дополняет значение целого названия. Этот случай будет рассмотрен в следующем параграфе, посвящённом семантике названий гостиниц (см. §2).

## 1.2. Структура многокомпонентных названий

Многокомпонентные названия могут включать в себя от двух до шести лексических единиц. Так, например, самым длинным гостиничным эргонимом в Гамбурге является название отеля «Holiday Inn Express Hamburg City Hauptbahnhof». Из этого примера можно заметить, что в наименовании отелей, принадлежащих к крупной гостиничной сети, достаточно часто добавляется название самой сети (в этом случае «Holiday Inn Express»), название города, где расположен данный отель (например, Hamburg или Hamburg City), и в некоторых случаях для более точного обозначения локации упоминается учреждение или название улицы, рядом с которой находится отель (в данном примере Hauptbahnhof). Наименования одних сетевых отелей отличаются друг от друга как раз названием района, улицы или предприятия, рядом с которым расположен отель, например, находящийся недалеко от главного вокзала отель «Holiday Inn Express Hamburg City Hauptbahnhof» и отель в районе Санкт-Паули «Holiday Inn Express Hamburg St. Pauli-Messe». Такие включенные в наименования отеля названия районов, улиц, зданий и города, где находится отель, можно рассматривать как несогласованные определения, которые дают аудитории более точную и детальную информацию о самом отеле, тем самым конкретизируя имя собственное.

В других случаях владельцы гостиничных сетей дают разные наименования каждому отдельному отелю, но при этом в каждом названии сохраняют название сети. Например: «ARCOTEL Rubin Hamburg» и «ARCOTEL Onyx Hamburg». Здесь мы можем наблюдать, что два отеля, принадлежащие к одной компании, сохраняют между собой некую тесную связь не только за счёт сетевого названия «ARCOTEL», но и благодаря сквозящей тематике драгоценных камней (Rubin и Onyx), которая присутствует в каждом из названий.

Помимо этого, огромное количество названий несетевых отелей содержат приложение, которое даёт аудитории чёткое понимание о роде

деятельности этого отеля как предприятия вообще. Таким образом, содержащееся приложение Hotel в эргониме «Hotel Stella Maris» позволяет чётко определить, что данная организация является, к примеру, не рестораном и не магазином, а именно отелем. В качестве приложений помимо слова Hotel также могут выступать такие лексические единицы, как Hostel («Alm Hostel»), Apartment и иногда Apartments («Apartment Souterrain», «Picklapp Apartments»), Pension («Birgit Fischer Pension»), Gasthaus («Gasthaus Zur alten Eiche»), Ferienwohnung («Ferienwohnung 10friends»), Landhaus («Landhaus Flottbek»), Motel («Motel Hamburg»), а также Garni Hotel<sup>2</sup> («Kocks Hotel Garni»). Более того, в некоторых случаях приложения могут соединяться друг с другом и образовывать одну лексическую единицу, как, например, Apartment-Hotel в «Apartment-Hotel Hamburg» и Hotel-Pension в «Hotel-Pension Fink». При этом некоторые названия могут включать в себя не одно, а целых два приложения. Двухкомпонентные приложения встречаются в эргонимах «Superbude Hotel Hostel St. Georg» и «Hotel & Gaststätte Moorfleet».

Название сети отелей, которые включены в наименование самого отеля, также можно рассматривать как приложения. В отличие от приложений Hotel, Hostel, Pension и других подобных приложений, они являются всё же именами собственными, но выполняют схожую с приложениями роль. Название сети отелей определяет основное имя собственное, показывая, что отель относится именно к этой сети. Поэтому приложения типа Hotel можно назвать приложениями первого уровня, а название гостиничной сети – приложением второго уровня. В некоторых случаях может быть соединение приложений двух уровней, но эти случаи будут рассмотрены ниже.

Не все названия отелей включают в себя приложение. Но, несмотря на это, такие названия без приложений могут употребляться в речи вместе с ними. То есть носители языка могут к любому наименованию добавить

---

<sup>2</sup> Понятие Garni Hotel заимствовано из французского языка и буквально означает гостиницу, обставленную мебелью. Как правило, гостиницами типа Garni Hotel принадлежат частному владельцу, а также в таких гостиницах меньше номеров, чем в сетевых отелях.

уточняющее слово «отель», «гостиница», «хостел» и т.д. Легко представить, что носитель немецкого языка, остановившийся, к примеру, в отеле «Elb Design», название которого не содержит приложения вообще, может сказать: «Ich bin im Hotel Elb Design abgestiegen».

Стоит также сказать, что среди приложений достаточно часто встречаются «полносложные» приложения-композицы, основным компонентом которых является Hotel. Это такие приложения-композицы, как Privathotel – «Privathotel Lindtner Hamburg», Cityhotel – «Cityhotel Monopol», Residenzhotel – «NewLivingHome Residenzhotel Hamburg». Кроме того, существуют также и такие приложения-композицы, которые характеризуют не только отель как предприятие, но и его особенность и специфику. Так, в названии «Sporthotel Racket Inn» приложение Sporthotel содержит намёк на то, что в отеле можно не только переночевать, но и позаниматься различными видами спорта; приложение Frauenhotel в названии «Frauenhotel Hanseatin» говорит о том, что в этом отеле могут останавливаться только женщины, а приложение Strandhotel («Strandhotel Blankenese») указывает на близкое расположение отеля к пляжу.

Помимо словосложения встречается и другая словообразовательная модель приложений, а именно контаминация. Посредством контаминации образовалось приложение Ökotel путём присоединения начальной части слова Ökologie к лишённому первой буквы слову Hotel. Приложение Ökotel передаёт специфику отеля «Ökotel Hamburg», где постояльцам предлагается специальное «Био-меню». Другое приложение Prizeotel образовано с помощью присоединения английского слова prize к интернационализму hotel с опущенной начальной буквой. Приложение Prizeotel является скорее метафоричным, чем мотивированным компонентом названия отеля «Prizeotel Hamburg-City».

Необходимо отметить, что местоположение приложения в названии отеля не является фиксированным. Приложение может занимать начальную позицию («Hotel Lilienhof»), может стоять в конце («Airport Hostel»), а иногда



и в середине названия («Superbude Hotel Hostel St. Georg»). При этом двухкомпонентные приложения в некоторых названиях образуют так называемую рамочную конструкцию, как, например, в наименовании отеля «Hotel Marienthal Garni».

Существует также и названия без приложений и добавлений наименования сети. Однако можно встретить и такие гостиничные эргонимы, которые сочетают в себе и приложение, и наименование сети. Поэтому целесообразным является создание структурной классификации, в которой различались бы более простые гостиничные эргонимы, не включающие в себя ни приложения, ни наименования сети, и более сложных названий гостиниц.

Итак, гостиничные эргонимы можно разделить на:

1) одноуровневые названия гостиниц, которые содержат только основное название, без приложений и названий сетей. Это такие наименования отелей, как «Eigenes Haus», «Michaelis Hof», «Reichshof Hamburg» и другие;

2) двухуровневые названия отелей, включающие в себя либо приложение, либо название сети. К двухуровневым наименованиям относятся эргоним «Hotel Wedina an der Alster» с приложением Hotel и эргоним «Best Western Amedia Hamburg», где «Best Western» – название сети отелей;

3) трёхуровневые наименования гостиничных предприятий, которые сочетают в себе приложение и название сети отелей одновременно. Например, в названии отеля «ibis Hotel Hamburg Airport» содержится приложение Hotel и название компании «ibis», к которой и относится данный отель.

В нашем исследовании среди 372 многокомпонентных гостиничных эргонимов было выявлено 65 (18%) одноуровневых, 179 (48%) двухуровневых и 128 (34%) трёхуровневых наименований гостиниц.

В названиях гамбургских отелей можно наблюдать различные виды синтаксических связей между компонентами, которые включают в себя сами

наименования. Однако не всегда эти синтаксические связи присутствуют, как, например, в названии «Hotel Stadt Altona», компоненты которого никак не связаны синтаксически между собой. Таких названий подавляющее большинство.

Однако если говорить конкретно о видах синтаксической связи в названиях гамбургских отелей, то было выявлено, что элементы гостиничных эргонимов могут соединяться между собой посредством сочинения и подчинения. Названия, в которых присутствует сочинительная связь, всего пять. Это такие названия, как «Hotel Business & More», в котором знак амперсанд заменяет союз «и», и «Wine Coffee & More Suite Hotel», где компоненты wine, coffee, more равноправны, присутствует также заменяющий союз «и» амперсанд и приложение в виде «Suite Hotel». В число таких названий также входят приложения второго уровня, то есть названия сетей отелей A&O («A&O Hamburg Hauptbahnhof») и B&B (в «B&B Hotel Hamburg-Nord»). Если два вышеперечисленных примера являются чисто англоязычными наименованиями, то нужно сказать, что встречается также одно немецкоязычное название отеля «Fock & Oben», в котором вместо союза und стоит амперсанд. Амперсанд не употребляется в повседневной письменной речи, он появляется только в написании собственных имён, а точнее названий фирм, книг и т.п. [27, с. 49]. Таким образом, амперсанд является особенным знаком, предназначенным исключительно для написания собственных имён.

Гораздо больше названий содержат подчинительную синтаксическую связь. Как уже было сказано в первой главе нашего исследования, всего существует три вида подчинительной связи: согласование, управление, примыкание. Однако именно третий вид подчинительной связи, примыкания, не был обнаружен ни в одном из исследованных нами названий. Что в некоторой мере означает, что данный тип синтаксической связи не актуален для создания гостиничного эргонима.

Согласование в названиях гостиниц встречается значительно реже управления. В двухкомпонентных названиях согласование соединяет два члена этого названия, как, например, в случае с «Freundliches Appartement» и «Eigenes Haus». Однако в таких гостиничных эргонимах, которые содержат три и более компонента, помимо согласования может присутствовать приложение и первого уровня, и второго. Это можно наблюдать на примере названий «25hours Hotel Altes Hafenamt», где 25hours Hotel – собственное имя сети отелей, включающее также приложение Hotel. Помимо приложений, в названиях с согласованием в качестве третьего компонента может выступать несогласованное определение. Например: «Deutsches Haus Neugraben», где название района Neugraben передаёт информацию о местоположении отеля, или «Junges Hotel Hamburg», где Hamburg также конкретизирует расположение данного отеля.

Посредством управления компоненты названий гостиниц соединяются гораздо чаще. Это такие наименования, как «Fritz im Pyjama», «Pension am Rathaus», «Architektenwohnung in der Sternschanze». Стоит отметить, что последние два названия отличаются от первого тем, что зависимое слово мотивировано и передаёт, как и несогласованное определение, конкретное место, где расположен отель. Однако в первом названии зависимое слово метафорично и носит оригинальный, шуточный характер, что, безусловно, поможет привлечь внимание публики к самому отелю. Но всё же в гостиничных названиях с управлением зависимые слова чаще всего выполняют конкретизирующую, информирующую функцию.

Названия с управлением также могут включать в себя приложения («Hotel Wedina an der Alster»), постпозиционные определения (напр., «Gartenwohnung im Herzen Hamburgs») и препозиционные определения (напр., «Appartements in der historischen Deichstrasse»). Однако последний случай можно включать в себя как комбинированные, так и сложные словосочетания. Эти типы словосочетаний уже были рассмотрены в первой главе данного исследования. В комбинированных сочетаниях, согласно

исследованию В.Н. Ярцевой, сочетаются несколько типов связи одновременно, причём подчинительные связи исходят от разных главных слов. Например, в выше приведённом названии отеля «Appartements in der historischen Deichstrasse» существительное Appartements управляет падежом другого существительного die Deichstrasse, с которым согласуется по роду и падежу прилагательное historisch. Сложные словосочетания тоже встречаются в названиях гостиниц Гамбурга и, как и комбинированные включают в себя несколько видов связи, но отличаются от них тем, что главное слово одно. Так, в названии отеля «Nette Ferienwohnung in Hamburg Dulsberg» Ferienwohnung – главное слово, согласующееся по роду и падежу с прилагательным nette и управляющее именем собственным Hamburg. Dulsberg в данном названии выступает в качестве несогласованного определения.

Среди названий отелей, компоненты которых соединяются посредством управления, стоит также обратить внимание на предложные словосочетания с опущенным главным словом. Это такие гостиничные наименования, как «Bei der Esplanade» и «Zum Eichbaum». В их число входят также название отеля «Zur alten Eiche», состоящее из комбинированного словосочетания, и такие гостиничные эргонимы с несогласованным определением, как «Zum Zeppelin Hamburg» и «von Deska Townhouses».

Помимо словосочетания названия отелей могут включать в себя целые предложения. Среди наименований гостиниц в Гамбурге таких было найдено всего два. Это названия отелей «Stay! Hotel Boardinghouse» и «All you need – Room». Оба названия англоязычные. Первое является императивом и содержит двухкомпонентное приложение, а второе – результат перефразировки названия всемирно известной песни группы Битлз «All you need is love».

В некоторых названиях отелей нарушаются грамматические и орфографические нормы. Это нарушение проявляется в слитном написании словосочетаний, как, например, в названии отеля «meinHotel», а также в

слитном написании отдельных компонентов данного названия, например: «Hotel SleepInn Volkspark», «NewLivingHome Residenzhotel Hamburg» и «25hours Hotel HafenCity». В двух первых названиях на письме соединяются несколько англоязычных лексем, в то время как в третьем названии единую лексему образуют немецкое слово и английское, в результате чего создаётся двуязычный, гибридный композит.

Нарушение орфографической нормы проявляется также и в названии хостела «Buch-Ein-Bett Hostel», все элементы которого, за исключением приложения Hostel, пишутся через дефис и в результате сдвига из императивного предложения создают единую лексему.

Однако такие орфографические и грамматические нарушения представляют собой определённый рекламный приём, цель которого – своей броскостью и оригинальностью привлечь внимание публики и выделиться среди целой массы других отелей.

Помимо нарушений фиксированных норм языка в рекламных целях используется особый вид словообразования, в результате которого часто образуются окказионализмы, а именно контаминация. Слова, образованные путём соединения так называемых «нерегулярных» частей слов, встречаются не только в однокомпонентных названиях гостиниц, но и в многокомпонентных. Кроме выше упомянутых приложений первого уровня Prizeotel, Ökotel, посредством контаминации были образованы компоненты некоторых названий сетей, приложений второго уровня. Например, из сочетания начальной части латинского novum и интернационализма hotel с опущенной первой буквой образовалось слово Novotel («Novotel Suites Hamburg City», а также «Novotel Hamburg City Alster»). Более сложный случай контаминации представляют собой Sofitel в названии отеля «Sofitel Hamburg Alter Wall» и Heikotel в гостиничном эргониме «Heikotel - City Nord». Sofitel является результатом слоговой аббревиатуры англоязычного словосочетания sophisticated French (перевод: изысканный французский) и конечной части слова hotel. Такое предположение было сделано в результате

чтения текстов с сайта отеля, где используется подобное выражение. В случае с Heikotel можно предположить, что буквенный комплекс «eik», который вставлен в начальную часть слова Hotel, является частью глагола einchecken, который тесно связан с девизом отеля «Einchecken und wohlfühlen!».

Среди элементов многокомпонентных наименований были обнаружены и другие слова, являющиеся результатом таких словообразовательных модификаций, как слоговая аббревиация, неполная аббревиация, усечение и словосложение.

Случаи слоговой аббревиации представляют собой такие компоненты гостиничных названий, как Westin в «The Westin Hamburg» (результат соединения начальной части двух слов из англоязычной лексики, а именно western и international), Dorint в «Dorint Hotel Hamburg-Eppendorf» (образован в результате сокращения фамилии основателя Dornieden и англицизма international), Aspria в «Aspria Hamburg Uhlenhorst» (сокращение англоязычных слов aspiration и inspiration) и YoHo в «YoHo - The Young Hotel», интерпретация которого уже содержится в самом названии отеля.

Неполную аббревиатуру представляют собой такие наименования, которые включают в себя написание через дефис аббревиатуры и слова. Среди названий гостиниц в Гамбурге встретилось одно наименование с неполной аббревиатурой - «G1 Hostel HH-City». Данное название содержит одновременно две аббревиатуры: полную аббревиатуру G1, значение которой не удалось установить в ходе исследования, а также неполную HH-City. Под HH, в свою очередь, подразумевается название города Гамбург - Hansestadt Hamburg.

Однако HH может интерпретироваться как Hansestadt Hamburg, так и Hotel Hamburg. Например, на сайте отеля «Boston HH» даётся именно вторая интерпретация аббревиатуры HH.

Кроме того, встречаются гостиничные эргонимы и с другими аббревиатурами. Это такие наименования, как «HH Collection Hamburg City», где компонент, входящий в собственное имя сети отелей, HH

расшифровывается как Navarra Hotels, и H4 Hotel Hamburg Bergedorf, где H4 означает Hotel и 4 Sterne.

Названия отелей также могут включать и такие компоненты, которые являются результатом усечения. Примечательно, что в названиях двух разных отелей «Elb Design» и «Das Gästehaus der Elb Lounge» в качестве усечённого элемента выступает название реки Эльба (die Elbe), где по фонетическим причинам опускается окончание –e. В данном случае используемая форма Elb является аналогичной первому компоненту композитов, включающих название данной реки, как, например, Elbflorenz.

Кроме того, достаточно часто в многокомпонентных названиях встречаются как полносложные, так и неполносложные композиты. В число полносложных композитов входят Gastwerk в названии отеля «Gastwerk Hotel Hamburg», Alsterblick в наименовании «Hotel Alsterblick» и Elbapartments в гостиничном эргониме «Elbapartments Am Kaiserkai». Среди неполносложных можно выделить компонент Lilienhof в названии отеля «Hotel Lilienhof», образованный с помощью соединения корней Lilie и Hof, а также связующего суффикса -n-. Но наиболее интересным композитом, пожалуй, является элемент Elbterrassen в названии отеля «Rainvilles Elbterrassen». Всё название представляет собой, в некотором роде, игру слов. Данный отель расположен на улице Rainvilleterrasse. Авторы названия, видимо, решили разбить это названия на компонент Rainville, который является собственным именем, а точнее фамилией человека, основавшего на этой улице ресторан, который позже пользовался огромной популярностью, и существительное Terrasse. Но при этом создатели названия решили также внести в наименование отеля упоминание об одной из главных достопримечательностей города Гамбурга - реки Эльбы, поставив имя собственное в форму генитива и, тем самым, придав метафоричное значение принадлежности.

Следует также сказать о роли в названиях немецких эргонимов такого орфографического знака, как апостроф. Например, в названии отеля «Frank's Hus» с первого взгляда апостроф можно воспринять как заимствованный из

английского языка морфологический элемент, который указывает на принадлежность одного объекта к другому. Ведь согласно привычным правилам немецкого языка принадлежность одного предмета к другому выражается не с помощью апострофа, а через генитивную форму. Однако согласно новой реформе такое употребление апострофа в немецком языке допустимо. Немецкий писатель Б. Зик, критикуя использования апострофа в немецком языке для передачи принадлежности и называя сложившуюся ситуация «апострофной эйфорией», с сожалением говорит о том, что апостроф теперь можно применять в названиях различных предприятий (напр., Bellini's Bar, Gerti's Grillstation) [35, с. 30].

И последнее, на что необходимо обратить внимание, характеризуя структуру немецких гостиничных эргонимов, – это формальное варьирование иностранных слов, ассимилирующихся в немецком языке. Морфологическое формальное варьирование мы можем наблюдать на примере названия отеля «Luxus-Appartement in der Hafencity», где англоязычный компонент –city входит в структуру гибридного композита Hafencity и, по аналогии с немецким словом женского рода die Stadt, имеющим абсолютно то же лексическое значение, что и city, обретает ту же принадлежность к женскому роду, соответственно, женский род получает также и композит. Интересно отметить тот факт, что и в русском языке слово city проходит определённую стадию ассимиляции, в том числе графической и морфологической. Но только в русском в отличие от немецкого «сити» по аналогии с одинаковым по значению словом мужского рода «город» становится не женского рода, а мужского (ср. название московского района «Большой Сити»). Этот пример ярко демонстрирует степень влияния родного языка на мировоззрение и восприятие окружающей среды его носителем. Это также может означать и то, что у носителей разных языков различное понимание и восприятие мира. Однако этот вопрос является объектом изучения другой дисциплины, а именно психолингвистики.



## **§2. Семантические типы названий гостиниц Германии**

Что касается семантической стороны немецких гостиничных эргонимов, следует отдельно рассматривать мотивированные и немотивированные названия отелей, иноязычные наименования гостиниц и названия, включающие различные классы онимов. Поэтому в ходе исследования были созданы три классификации семантических типов названий немецких отелей.

### **2.1. Мотивированные и немотивированные наименования отелей**

Первая семантическая классификация названий гостиниц Германии включает в себя два класса: мотивированные наименования отелей и немотивированные. Мотивированные гостиничные названия встречаются достаточно часто. Среди исследованных 401 наименования отелей было выявлено 317 (79%) мотивированных эргонимов.

На основе исследованного материала можно выделить всего несколько типов мотивированных эргонимов. Первый тип мотивированных наименований содержит указание на род деятельности предприятия и позволяет определить данное предприятие как отель. В первый тип входят все названия отелей, которые содержат приложения первого уровня Hotel, Hostel, Motel, Pension и другие, которые были уже перечислены в данной исследовательской работе во второй главе (см. 1.2.). Среди таких названий встречаются также наименования, компоненты которых не просто определяют предприятие как отель, но и передают специфику и особенность данного отеля. Это такие наименования, как «Ökotel Hamburg», «Sporthotel Racket Inn», «Frauenhotel Hanseatin» и «Auto-Parkhotel». Их семантическое значение уже было рассмотрено в предыдущем параграфе (см. 1.2.).

Кроме приложений к первому типу мотивированных гостиничных эргонимов можно отнести все названия со словом Hof. Поскольку данное слово обозначает двор не только как ограниченное пространство, принадлежащее конкретному зданию и расположенное на улице, но и как постоянный двор, где могут останавливаться приезжие гости. Поэтому

целесообразно полагать, что такие названия, как «Reichshof Hamburg», «Alt Lohbrügger Hof», «Alster-Hof» и «Michaelis Hof», имеют внутреннюю мотивировку. В некоторых названиях содержится одновременно и приложение первого уровня, и обладающий внутренней мотивацией компонент Hof. Это такие гостиничные наименования, как «Hotel Kieler Hof», «Hotel Lilienhof», «Budapester Hof Gästehaus» и другие. Дополнительное добавление слов-приложений первого уровня Hotel и Gästehaus можно объяснить тем, что значение Hof как постоянного двора не является первичным значением данного слова, и вполне возможно, что именно поэтому авторы названия решили добавить приложение для большей конкретизации деятельности предприятия.

Второй тип мотивированных гостиничных эргонимов включает в себя названия гостиниц, компоненты которых позволяют идентифицировать местоположение отеля. Достаточно часто такие наименования гостиниц содержат в себе названия районов и улиц. Например, в названии отеля «Bei der Esplanade» входит топоним, то есть название улицы, на которой расположен отель. Некоторые наименования полностью передают гостиницы. Например, название «Singelmannsweg 34» кроме номера дома и названия улицы, на которой расположена сама гостиница, больше ничего не содержит. Возможно, что создатели решили долго не думать о том, как бы назвать свой отель.

Ко второму типу мотивированных названий относятся также такие названия гостиниц, которые содержат гидроним, иначе – водный объект, неподалёку от которого расположена сама гостиница. Например, из названия отеля «Hotel Wedina an der Alster» становится ясно, что отель расположен рядом с набережной реки Альстер. Также и в случае с названиями отеля «Hotel an der Bille», расположенного рядом с рекой Билле<sup>3</sup>, и гостиничного дома «Landhaus Flottbek», который находится не далеко от реки Флоттбек.

---

<sup>3</sup> Примечательно, что название реки Билле (die Bille, первоначальная форма названия Bilena) образовалось от славянского слова \*beli [29, с. 60].

В состав мотивированного гостиничного эргонима второго типа может также входить ойкодомоним, то есть название здания, в котором расположен отель. Так, отель «25hours Hotel Altes Hafenamnt» находится в здании управления порта (Hafenamnt). Также встречаются названия гостиниц, включающие в себя упоминание о городском объекте, находящегося по близости от данной гостиницы, иначе можно сказать, что такие названия содержат урбаноним. В качестве примера можно привести названия отелей «Hotel Residence am Hauptbahnhof», «Centrum Hotel Commerz am Bahnhof Altona» и название гостиницы «Bours Park», которое полностью совпадает с названием рядом расположенного открытого парка Bours Park.

Более того, встречаются и такие наименования отелей, которые могут включать в себя не название улицы, а только номер дома, в котором расположен отель. Безусловно, такие гостиничные эргонимы, как «Centro Hotel Boutique 56», который находится по адресу Кирхеналлее 56, и «CitySurfer44», который расположен в доме под номером 44 на улице Амзинкштрассе, являются также мотивированными эргонимами.

Существует и такие мотивированные названия гостиниц, которые сочетают в себе сразу два первых типа. Так, препозиционное определение Harburger в названии отеля «Hotel Harburger Hof» образовано от названия района Harburg, помимо этого в названии присутствует приложение первого уровня и мотивированный компонент первого типа. В название «Hotel Europäischer Hof Hamburg» тоже входит приложение первого уровня и мотивированный компонент первого типа, а также топоним Hamburg, то есть название города, в котором находится отель. А название отеля «Hotel Mittelweg» состоит лишь только из двух мотивированных компонентов разного типа. Hotel – приложение первого уровня, содержащее информацию о роде деятельности предприятия, а Mittelweg – название района, где расположен отель.

В качестве третьего типа мотивированных гостиничных эргонимов можно выделить названия отелей, которые отражают в той или иной степени

внешний вид самого отеля. Среди названий гостиниц города Гамбург в третий тип входит лишь одно наименование, а именно «Das Feuerschiff». Данный отель на воде представляет собой корабль красного цвета с размещённым на нём маяком (определённый тип корабля, выполняющего функцию плавучего маяка) (см. Приложение I) и внешне полностью соответствует своему наименованию.

К немотивированным гостиничным эргонимам относятся названия, которые выполняют рекламную функцию и не содержат какой-либо информации об именуемом объекте. Всего таких названий отелей 84 (21%). В их число входят как и однокомпонентные, так и многокомпонентные гостиничные наименования: «7up», «Volksschule» и «Wine Coffee & More».

## **2.2. Немецкие, иноязычные и гибридные названия гостиниц города Гамбург**

Исследованные нами названия гостиниц можно разделить на три класса: немецкие, иноязычные и гибридные названия. Немецкие названия содержат только немецкоязычные компоненты. Сюда также входит и такие названия, элементы которых заимствованы из немецких диалектов. Среди гостиничных эргонимов Гамбурга было обнаружено 3 названия, содержащие компоненты из нижненемецкого диалекта. Это такие названия, как «Lütthüs Blankenese», «Frank's Hus» и «Hansehus». В первом названии композит Lütthüs состоит из прилагательного и существительного, и оба заимствованы из нижненемецкого диалекта. Lütt является синонимом слова klein [41], а hüs – видоизменённое слово hus, синонимичное немецкому Haus. Стоит отметить, что в таком употреблении компонентов нижненемецкого диалекта при номинации городских объектов ярко проявляется своеобразие и аутентичность города Гамбурга, где данный диалект имеет большое распространение.

Употребление других диалектов немецкого языка в номинации гостиниц Гамбурга не были обнаружены. Однако имеется большое количество названий, содержащих только немецкоязычные компоненты.

Всего таких названий – 136 (34 %). В качестве примера таких названий можно привести наименования отелей «Attraktives Häuschen Glogauer», «Nette Ferienwohnung in Hamburg Dulsberg» и «Landhaus Jenischpark». Стоит также сказать о том, что в названиях гостиниц достаточно часто встречаются определения с положительной оценкой типа nett, attraktiv, freundlich.

Гибридные гостиничные эргонимы представляют собой самый большой класс. Их численность равна 195 (46%). Гибридные эргонимы имеют двуязычную, а иногда даже и трёхязычную природу, как, например, в названии отеля «Novum Hotel Savoy Hamburg Mitte», куда одновременно вошли элементы из латинского (novum), английского (Savoy – именно так на английском звучит название французского региона Савойя, немецкое название которого Savoyen) и немецкого языков (Mitte). Но такие случаи единичны. Подобные гибридные гостиничные эргонимы, образованные из элементов трёх разных языков, встречаются всего лишь 3 раза, и все эти три названия относятся к отелям, принадлежащим одной сети - Novum Hotel.

Большинство гибридных гостиничных наименований включают в себя название сети, к которой принадлежит данная гостиница. Так как множество сетевых отелей распространены в разных странах мира и основатели этих сетей являются зачастую не немцами, а представителями самых разных наций, то и название сети, входящее в наименование отеля, может иметь любую языковую природу. Что касается гамбургских гостиниц, то здесь встречаются наименования отелей, которые сочетают в себе компоненты из немецкого и английского языков («Hotel City Inn Hamburg-Mitte»), латинского и немецкого языков («Centrum Hotel Wikinger Hof Hamburg»). А в некоторых случаях гибридные гостиничные названия и вовсе лишены всяких немецкоязычных компонентов. Рассмотрим такие случаи более подробно. В названии отеля «Mercure Hotel Hamburg City» сочетаются французское название планеты Mercure, англоязычный компонент city и интернационализм hotel и Hamburg, которые можно отнести к практически любому европейскому языку. В наименование отеля «Centro Hotel West»

входят испаноязычный (centro) и англоязычный (West) элементы, а также интернационализм hotel. А название той же сети «Centro Hotel Le Boutique» содержит испанское centro и французское слово le boutique.

Что касается иноязычных гостиничных эргонимов, то в их число входят только те названия, которые произошли из европейских языков. Названия неевропейского происхождения в ходе исследования не были выявлены. Названия иностранного происхождения можно разделить на следующие группы:

1) англоязычные наименования – 51 (13%). Названия англоязычного происхождения встречаются чаще всего и имеют обширную семантику. Это такие названия, как «Holiday Inn Express Hamburg», «Hotel City House», «East», «Hotel Business & More»;

2) французские наименования – 7 (2%). В эту группу входят такие названия, как «Le Méridien», «Chez-Ronny», а также наименования, отчасти имеющие внутреннюю мотивацию: «Hotel du Nord» («отель северный»), указывающее на северное расположение Гамбурга, и «La Petite Perle» («маленькая жемчужина»), которое содержит намёк на близкое расположение города к морю;

3) испанские наименования – 5 (1%). Это такие названия, как «Barceló Hamburg», «Centro Hotel Hamburg» и наименование с морской тематикой «Hotel Miramar» (miramar с испанского языка переводится как «вид на море»);

4) названия латинского происхождения – 2 (примерно 1%). Оба наименования латинского происхождения «Hotel Stella Maris» и «Hotel Mare» содержат в себе морскую тематику (mare переводится как «море», stella maris как «звезда моря»);

5) названия шведского происхождения – 1 (примерно 1%). Единственное название этой группы «BO Hotel Hamburg» содержит отчасти мотивированный компонент из шведского языка bo, который переводится как «жилище, дом, гнездо» или «жить». На первый взгляд может показаться, что

ВО представляет собой аббревиатуру. Однако информацию о том, что данное слово вовсе не является аббревиатурой, а взято из лексикона шведского языка, мы получили от персонала отеля;

б) названия фризского происхождения – 1 (примерно 1%). В эту группу входит лишь одно название «Hotel Fresena».

Неудивительно, что среди иноязычных гостиничных эргонимов также нашлось наименование, содержащее компонент из фризского языка, так как фризский язык распространён на северо-западе Германии. Этот пример тоже в своей мере проявляет своеобразие и аутентичность культурно-социального пространства города Гамбург.

### **2.3. Виды онимов, включенных в названия гостиниц города Гамбург**

Третья семантическая классификация названий гостиниц города Гамбург включает в себя виды онимов, которые входят в состав тех или иных названий гостиниц. Всего можно выделить 19 семантических классов гостиничных эргонимов по типу входящих в их состав онимов.

Первый класс – это названия, содержащие антропонимы. Всего таких названий насчитывается 46 (11%). В качестве антропонима, входящего в состав гостиничного эргонима, может выступать имя основателя гостиницы или целой сети отелей. В ходе исследований нам удалось выяснить, что 11 отелей включают в своё название имя владельца. Это такие названия, как «Hotel Louis C. Jacob», «Steigenberger Hotel», «Hamburg Marriott Hotel» и другие. Гостиничные эргонимы такого типа можно считать мотивированными, так как здесь чётко прослеживается связь между антропонимом, включенным в название, и самой гостиницей. Подобные названия дают аудитории информацию о человеке, основавшем данный отель.

Однако есть названия отелей с антропонимом, которые не являются мотивированными, так как антропоним в составе гостиничного эргонима выполняют скорее рекламную функцию и не дают реальной информации об именуемом денотате. Это имена известных людей («Hotel Wagner im

Dammtorpalais», «Hotel Fürst Bismarck»), а также другие антропонимы («The George Hotel»), значение употребления которых в названиях гостиниц неясно. Среди таких немотивированных антропонимов встретились имя тюркского происхождения Altan («Altan Hotel»), арабское имя Burhan в однокомпонентном названии гостиницы «Burhan».

Примечательно, что и в антропонимах тоже проявляется специфика культурно-социального пространства города Гамбург. Так, в названии отеля «Hotel Behrmann» мы наблюдаем северо-немецкий вариант написания фамилии Biermann, произошедшей от названия профессии Bierhändler («торговец пивом»). В гостиничном эргониме «Frauenhotel Hanseatin» присутствует единственный антропоним, выраженный не именем собственным, а нарицательным существительным, который, обозначая жительницу Ганзы, также передаёт особенность города Гамбурга, который входит в Ганзейский союз и почётно называет себя «Freie und Hansestadt Hamburg» («вольный и ганзейский город Гамбург»).

Второй класс представляют мифонимы. Мифонимы в названиях гамбургских гостиниц встречаются редко. Названий, содержащие имена персонажей мифов, всего семь (1%). Один гостиничный эргоним содержит имя древнеегипетского бога Гора («Horus Hausboot»). В двух названиях упоминаются персонажи Библии: священник Елеазар («Novum Hotel Eleazar City Center») и муж Девы Марии – Святой Иосиф («St. Joseph Hotel»). Три наименования включают в себя персонажей древнегреческой мифологии: титан Гиперион («Hyperion Hotel Hamburg») и дочь Зевса Муза, которая упоминается в названиях двух разных отелей («Hotel Musa», «Hotel Musa's Grüne Tanne»). А в одном названии упоминается ангел, являющийся также мифическим существом («Hotel Engel»).

Третий класс включает в себя названия отелей, в состав которых входят топонимы, которые не имеют никакой видимой связи с обозначаемым объектом. Всего таких наименований 26 (6%). Среди них встречаются названия американских городов («Boston HH», «Bellevue an der Alster»,



«Alameda»), наименование испанского региона (Navarra Hotels Collection Hamburg City), названия столицы Нидерландов («Hotel Amsterdam») и столицы Франции («Albertus Paris Stadt-Appartement»), а также название Японии на японском языке, которое звучит как Ниппон («NIPPON HOTEL Hamburg»). Помимо этого, среди топонимов, входящих в состав гостиничных эргонимов, встречаются названия коммун, находящихся на территории Германии. В их число входят названия немецких коммун Санкт-Аннен («Hotel St. Annen») и Тифенталь («Hotel Tiefenthal»), а также наименование баварской общины Форбах («Hotel Vorbach»).

В одном гостиничном эргониме употребляется название архипелага Гельголанд («Hotel Helgoland»), который расположен на юго-востоке Северного моря. Однако данный случай можно отнести сразу к двум семантическим классам, а именно к классу топонимов и к классу природных объектов, который будет рассмотрен ниже.

Топоним также может быть выражен в виде препозитивного определения. Так, швейцарский город Базель («Hotel Baseler Hof»), столица Венгрии Будапешт («Hotel Budapester Hof») и немецкие города Киль («Hotel Kieler Hof») и Лауэнбург («Hotel Lauenburger Hof») стоят в форме препозитивного определения к слову Hof.

Четвёртый класс – это названия гостиниц с наименованиями городских объектов и улиц, которые помогают идентифицировать расположения гостиницы. В их число входят 37 (9%) названий с убанонимами («Hotel Residence am Hauptbahnhof», «Bours Park»), 63 (16%) наименований, содержащих годонимом, то есть название улицы или района («Singelmannsweg 34», «Novum Hotel Holstenwall Hamburg Neustadt»), 14 (3%) гостиничных эргонимов с гидронимами («Hotel Wedina an der Alster», «Hotel an der Bille») и одно название «25hours Hotel Altes Hafenamts», в состав которого входит ойкодомоним, а именно наименование здания учреждения, где находится данный отель.

К пятому семантическому классу относятся названия гостиниц, представляющие собой нумеронимы. Нумеронимы представляют собой слова, элементы которых заменены на созвучные цифры, или сочетания слова и цифры, где цифра несёт определённое семантическое значение. Таких гостиничных названий в Гамбурге 11 (почти 3%). Большинство наименований отелей такого класса содержат число, обозначающее номер дома, в котором расположен отель. Например: отель «CitySurfer44», «Hotel 108», а в наименовании гостиницы «K 357 Stadtunterkunft Hamburg» под K 357 зашифрован не только номер дома, но и название улицы Kielerstrasse. Другой нумероним «7up» является сокращением слова из английского языка «seven up», которое переводится как «семь баллов». Но такие названия, как «Hotel 66» и «Apartment040», значение чисел которых не было установлено в ходе исследования, не могут считаться нумеронимами, так как неизвестно, обладают ли они внутренней мотивировкой или нет.

В ходе исследования было выявлено ещё 14 семантических классов гостиничных эргонимов по типу входящих в их состав онимов:

- 1) лексика с семантикой престижности – 8 (2%): «Reichshof Hamburg», «Empire Riverside Hotel», «Grand Elysee Hamburg»;
- 2) буквы греческого алфавита – 5 (1%): «A&O Hamburg City» (аббревиатура A&O расшифровывается как alpha и omega), «ALPHA Hotel Garni»;
- 3) фитонимы – 5 (1%): «Kastanie», «Zum Eichbaum», «Hotel Lilienhof»;
- 4) названия драгоценных и полудрагоценных камней – 2 (менее 1%): «ARCOTEL Rubin Hamburg» и «ARCOTEL Onyx Hamburg»;
- 5) название природных объектов – 2 (менее 1%): «Hotel Oase» и «Hotel Helgoland»;
- 6) единицы измерения – 2 (менее 1%): «Hotel Lumen am Hauptbahnhof» и «Gresham Carat Hotel Hamburg»;

- 7) абстрактная лексика – 2 (менее 1%): «Hotel Terminus am Hauptbahnhof» и «Auszeit Garni Hotel Hamburg»;
- 8) терминологическая лексика – 1(менее 1%): «Renaissance Hamburg Hotel»;
- 9) зоонимы – 1(менее 1%): «Hotel-Pension Fink»;
- 10) название учебного заведения – 1 (менее 1%): «Volksschule»;
- 11) названия спортивных игр – 1(менее 1%): «Hotel Polo am ZOB»;
- 12) названия спортивного инвентаря – 1(менее 1%): «Sporthotel Racket Inn»;
- 13) лексика из профессионального языка – 1(менее 1%): «Ahoi - Gästehaus»;
- 14) название футбольного клуба – 1(менее 1%): «Heimat St. Pauli».

Следует сказать, что один и тот же гостиничный эргоним может принадлежать одновременно разным семантическим классам. Ярким примером этого является название гостиницы «Singelmannsweg 34», которое включает в себя одновременно и годоним, и нумероним.

Однако не во всех гостиничных эргонимах удалось установить семантическое значение входящих в их состав компонентов. Так, в названии отеля «Romantik Hotel das Smolka» так и не удалось установить, что обозначает Smolka, а в наименовании гостиницы «Hotel Bee Fang» осталось неясным значение сочетания «Bee Fang».

## **ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ II**

Исследовав структурные и семантические типы названий гостиниц Германии, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, несмотря на то, что подавляющее большинство однокомпонентных гостиничных наименований являются результатом словообразовательных модификаций, разнообразие словообразовательных

типов в большей мере свойственно словам, входящих в состав многокомпонентных названий.

Большинство многокомпонентных названий представляют собой сложные словосочетания, элементы которых далеко не всегда связаны синтаксической связью. Именно поэтому, составляя структурную классификацию гостиничных эргонимов, лучше классифицировать названия гостиниц по количеству уровней, которые входят в их состав, чем по типам синтаксических отношений между его компонентами, которые далеко не всегда прослеживаются.

Во-вторых, ввиду того, что названия гостиниц с точки зрения семантики крайне неоднородны, для описания их семантической стороны было создано три классификации. Первая классификация мотивированных и немотивированных гостиничных эргонимов позволяет установить связь между названием и самим гостиничным предприятием. В ходе исследования было установлено, что подавляющее большинство наименований отелей мотивированы (79%). Вторая классификация описывает происхождение названий гостиниц. Так как Гамбург является крупнейшим портовым городом Европы, то в число компонентов гостиничных эргонимов входят иностранные слова из английского, французского, испанского, шведского, фризского и даже латинского языков. Иноязычных элементов, входящих в название отелей в Гамбурге, из неевропейских языков обнаружено не было, за исключением имён арабского и тюркского происхождения. Примечательно также то, что северный нижненемецкий диалект продолжает своё существование и используется в номинации городских объектов. Аутентичность и специфика культурного и социального пространства Гамбурга проявляется также в частотном употреблении компонента Hanse, отождествляющий Гамбург с Ганзейским союзом.

Третья классификация гостиничных эргонимов по типу онимов, входящих в их состав, показывает, что в состав названий гостиниц достаточно часто входят антропонимы. Причём это могут быть как имена

известных людей, так и имена владельцев, и такие имена, значения которых для данного предприятия установить не удалось. Но чаще всего в названиях гостиниц встречаются название городского объекта, урбанонима, рядом с которым расположена конкретная гостиница. Стоит также отметить, что среди немотивированных топонимов часто встречаются названия городов Америки и Германии.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Завершив исследование структурно-семантических типов названий гостиниц города Гамбург, можно однозначно сказать, что названия городских объектов, расположенных в границах Гамбурга, могут отразить в себе диалектальную специфику, особенность географического положения данного города и даже его участие в одном из важнейших политических и экономических союзов.

Названия гостиниц, как уже было сказано выше, это особый вид собственных имён. Их особенность, прежде всего, проявляется в том, что они могут включать в свой состав другие классы собственных имён. Более того, если собственные имена людей, названия улиц, районов, городов, стран имеют несложную структуру и, как правило, состоят из одного слова, то большинство названий гостиниц имеют достаточно сложную структуру, состоящую из нескольких слоёв или уровней. Они могут состоять как из одного слова, так из словосочетаний, а иногда даже из целых предложений. Отсюда следует, что названия гостиниц могут содержать слова любой частеречной принадлежности. Однако при исследовании гостиничных эргонимов Гамбурга не было выявлено ни одного наречия, которое входило бы в состав названия отеля.

Ещё одна важная и очень заметная особенность названий гостиниц заключается в том, что они являются результатом таких языковых модификаций, как окказиональное словообразование, игра слова, словосложение, образование единого слова из императивного предложения, и далеко не всегда соответствуют литературным нормам. Это показывает, насколько подвижными и подверженными различным языковым влияниям являются названия гостиниц. А наличие гибридных гостиничных эргонимов, сочетающих в себе одновременно компоненты из разных языков, свидетельствует об активных процессах глобализации и о некотором стремлении стереть существующие языковые границы.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Асанов А.Ю. Урбанонимия города Тамбова в лингвокогнитивном аспекте; дисс., канд. филол. наук. Тамбов: Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, 2014. - 185 с.
2. Анохина С.П., Кострова О.А. Сравнительная типология немецкого и русского языков. Самара: изд-во СамГПУ, 2006. - 120 с.

3. Бутакова Е.С., Щитова О.Г. Эргонимы иноязычного происхождения: аспекты варьирования // Филологические науки. Фундаментальные исследования. Вып. 12. Томск, 2014. - С. 411-415.
4. Вельман Х. Грамматика немецкого языка. Звук. Слово. Предложение. Текст. Москва, 2009. – 568 с.
5. Вохрышева Е.В., Харитонов Н.С. Урбанонимы как языковые феномены характеристики пространства города. Самара: Самарская государственная академия культуры и искусств, 2012. - С. 78-83.
6. Емельянова А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города; дисс., канд. филол. наук. Уфа, 2007. – 170 с.
7. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и термино-элементов. Москва: Наука, 1982. – 152 с.
8. Мацевич С.Ф., Александрова Т.М. Урбанонимы Нью-Йорка // Иностр. яз. и культура в контексте образования для устойчивого развития, межвуз. сб. науч.-метод. ст. Псков: Логос Плюс, 2014. - С. 63-73.
9. Мезенко А.М. Урбанонимия Белоруссии. Автореф. Дисс. докт. филол. наук. Минск, 1991. – 35 с.
10. Петрова М.А. Эргонимы в сфере туристического бизнеса республики Саха (Якутия) // Язык и социальная динамика. Красноярск, 2011. С. 96-100.
11. Подольская, Н. В. Проблемы ономастического словообразования (к постановке вопроса). // Вопросы языкознания, № 3, 1990. – С. 40-54.
12. Прокофьева Т.О. Типы гибридных образований в эргонимии (на примере номинаций г. Тамбова) // Вестник ТГУ, вып. 4 (144), 2015. - С. 1-9.
13. Рыбальченко О.В., Федотова Т.В. Урбанонимы Краснодара с позиции лингвоаксиологического анализа (на материале названий гостиниц Краснодара) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Вып. 4 (58). Тамбов: Грамота, 2016. - С. 152-155.
14. Сизова Е.А. Лингвокультурологический анализ урбанонимов на материале английского, русского и французского языков; дисс., канд. филол.

наук. Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2004. – 199 с.

15. Симонова О.А., Ситникова А.Ю. Англоязычные эргонимы в лингвистическом пространстве города Сургута // Язык и коммуникация в современном поликультурном социуме, 2014. - С. 188-194.

16. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. Москва: URSS Либроком, 2009. – 368 с.

17. Сызранова Г.Ю. Ономастика. Тольятти: изд-во ТГУ, 2013. – 248 с.

18. Филиппова И.Н. Сравнительная типология немецкого и русского языка. Учебное пособие. Москва: Наука, 2014. – 144 с.

19. Хауген Э. Процесс заимствования / пер. с англ. А.К. Жолковского // Новое в лингвистике. Вып. 6: Языковые контакты. Москва, 1972. - С. 344–382.

20. Шевчук Ю.В. Современный брендинг: эргонимы и маркировки // Будущее науки: сб. науч. ст. 2-ой Т. Курск, 2016. - С. 180-181.

21. Шендельс Е.И. Deutsche Grammatik / Практическая грамматика немецкого языка. Москва: Высшая школа, 1982. – 400 с.

22. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты; дисс. канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002. – 179 с.

23. Юдина Т.А. Эргонимы туристической сферы Великобритании и способы их перевода. Томск: Томский университет, 2012. - С. 3-8.

24. Bittner A., Spieß C. Formen und Funktion: Morphosemantik und grammatische Konstruktion. Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2016. – 268 S.

25. Donalies E. Basiswissen Deutsche Wortbildung. Tübingen: A. Francke Verlag, 2011. - 149 S.

26. Donalies E. Die Wortbildung des Deutschen: ein Überblick. Zweite, überarbeitete Auflage. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2005. – 192 S.

27. Fiske R.H. Robert Hartwell Fiske's Dictionary of Unendurable English: A Compendium of Mistakes in Grammar, Usage, and Spelling with



commentary on lexicographers and linguists. NY: Simon & Schuster, 2011. – 480 p.

28. Fleischer W., Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Göttingen: Walter de Gruyter, 1969. - 484 S.

29. Greule A. Deutsches Gewässernamenbuch: Etymologie der Gewässernamen und der zugehörigen Gebiets-, Siedlungs- und Flurnamen. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2014. – 800 S.

30. Harnisch R. Nübling D. Morphologie und Nachbardisziplinen // Morphologie. Ein internationales Handbuch zur Flexion und Wortbildung. 2. Halbband. De Gruyter, 2004. – 1901-1910 S.

31. Hasse E. S. Wie Hamburger Hotels zu ihren Namen kamen [Электронный ресурс] // URL: <https://www.welt.de/print-welt/article194353/Wie-Hamburger-Hotels-zu-ihren-Namen-kamen.html> (дата обращения: 07.04.2017).

32. Hofmanová T. Gasthausnamen in Wien und Berlin. Olomouc: Univerzita Palackeho v Olomouci, 2007. – 79 S.

33. Scharring M. Hotelnamen und was sie bedeuten [Электронный ресурс] // URL: <http://www.sueddeutsche.de/reise/hotel-fatal-hotelnamen-und-was-sie-bedeuten-1.579193> (дата обращения: 07.04.2017).

34. Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2002. – 316 S.

35. Sick B. Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod. Hamburg, 2004. – 230 S.

36. Wolchele H. Kaiserin Augusta - Hotel Nhow Milano. Hotelnamen im Wandel der Zeit. Eine diachrone Untersuchung [Электронный ресурс] // URL: [https://www.unisiegen.de/phil/romanistik/mitarbeiter/herling\\_sandra/abstracts\\_namenmoden.pdf](https://www.unisiegen.de/phil/romanistik/mitarbeiter/herling_sandra/abstracts_namenmoden.pdf) (дата обращения: 17.03.2017).

### **Список словарей**

37. Москальская, О.И. Большой немецко-русский словарь [Электронный ресурс] // URL: <http://www.classes.ru/all-german> (дата обращения: 26.04.2017).

38. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии; под редакцией А.В. Суперанской. Москва: Наука, 1978. – 192 с.

39. Ярцева В.Н. Языкознание. Большой энциклопедический словарь. 2-е издание. Москва: Большая российская энциклопедия, 2000. - 685 с.

40. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва: «Советская энциклопедия», 1990. – 687 с.

41. Duden, Rechtschreibung und Grammatik [Электронный ресурс] // URL: <http://www.duden.de> (дата обращения: 12.03.2017).

### **Источник примеров**

Сайт бронирования отелей Booking.com [Электронный ресурс] // URL: <https://www.booking.com>.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

### Приложение I



Приложение II

1 A Hamburg Airport Apartments	AMERON Hotel Speicherstadt
25hours Hotel Altes Hafenamt	APARTHOTEL am Südkanal
25hours Hotel HafenCity	Apartment Hotel am Sand
25hours Hotel Number One	Apartment Iserbrook
7up	Apartment Souterrain
A&O Hamburg City	Apartment Steuerbord Ottensen
A&O Hamburg Hammer Kirche	Apartment040
A&O Hamburg Hauptbahnhof	Apartment-Air
A&O Hamburg Reeperbahn	Apartmenthaus Hamburg
Adina Apartment Hotel Hamburg	Apartment-Hotel Hamburg Mitte
Michel	Appartello Smarttime living Hamburg
Ahoi-Gästehaus	Appartements in der historischen
Airport Hostel	Deichstrasse
AL Boardingrooms	Arcade-Hostel
Alameda	Architektenwohnung in der
Albertus Paris Stadt-Appartement	Sternschanze
Albi Studio HH Airport	ARCOTEL Onyx Hamburg
All you need – Room	ARCOTEL Rubin Hamburg
Alm Hostel	Arena Hostel Hamburg
ALPHA Hotel Garni	Arkadia Haus Alstertal
Alsterappartements Hamburg	Aspria Hamburg Uhlenhorst
Alsterappartements Hamburg	Attraktives Häuschen Glogauer
Alsterappartements Hamburg	Aussen Alster Hotel
Alster-Hof	Auszeit Garni Hotel Hamburg
Alt Lohbrügger Hof	Auto-Parkhotel
Altan Hotel	B&B Hotel Hamburg City-Ost
Altstadthotel Harburg	B&B Hotel Hamburg-Altona
Ambiente by Next Inn	B&B Hotel Hamburg-Harburg
AMEDIA Express Hamburg	B&B Hotel Hamburg-Nord
Moorfleet	Barceló Hamburg

Baurs Park	Centro Hotel Boutique 56
Bed & Breakfast Bigalke	Centro Hotel City Gate
Bedpark Altona Pension	Centro Hotel Hamburg
Bedpark Stellingen	Centro Hotel Keese
Bei der Esplanade	Centro Hotel Le Boutique
Bellevue an der Alster	Centro Hotel North
Bergedorf Haus 9	Centro Hotel West
Berghotel Hamburg Blick	Centrum Hotel Commerz am Bahnhof
Best Western Amedia Hamburg	Altona
Best Western Hotel Hamburg	Centrum Hotel Wikinger Hof
International	Hamburg
Best Western Plus Hotel Böttcherhof	Chez-Ronny
Best Western Plus Hotel St. Raphael	Citadines Michel Hamburg
Best Western Premier Alsterkrug	City Apartment Hotel Hamburg
Hotel	City Hotel Hamburg Mitte
Best Western Raphael Hotel Altona	City-Apartments Hamburg
Birgit Fischer Pension	City-Appartements Nordkanalstraße
BO Hotel Hamburg	City-Appartements Nordkanalstraße
Boardinghouse im Brauhausviertel	City-Appartements Nordkanalstraße
Boardinghouse Mundsburg	Cityhotel Monopol
Boardinghouse Rosenstraße	CitySurfer44
Boardinghouse St.Pauli	Clipper Elb-Lodge Apartments
Boston HH	Hamburg
Boulevard Hotel Hamburg	Commundo Tagungshotel Hamburg
Bridge Inn Hotel	Courtyard by Marriott Hamburg
Buch-Ein-Bett Hostel	Airport
Budapester Hof Gästehaus	Crowne Plaza Hotel Hamburg - City
Budget by Zeppelin	Alster
Burhan	D a i l y F r e s h H o t e l u n d
Cabo Nonsmoking-Hotel	Konferenzcenter

DARZ GästeZimmer	Fritz im Pyjama
Das Feuerschiff	G1 Hostel HH-City
Das Gästehaus der Elb Lounge	Gartenwohnung im Herzen Hamburgs
Das Hanse Quartier	Gästezimmer am Hansaplatz
Deluxe Apartment Marco Polo Tower	Gästezimmer an der Elbphilharmonie
Deutsches Haus Francop	Gästezimmer auf St. Pauli
Deutsches Haus Neugraben	Gasthaus Zur alten Eiche
Dorint Hotel Hamburg-Eppendorf	Gastwerk Hotel Hamburg
East	Generator Hamburg
Egon Hotel Hamburg City	GRAND ELYSEE Hamburg
Eigenes Haus	Gresham Carat Hotel Hamburg
EILENAU Hotel	H4 Hotel Hamburg Bergedorf
Elb Design	Hamburg Apartment 4
Elbapartments Am Kaiserkai	Hamburg City 2
Elbbrücken Hotel	Hamburg Marriott Hotel
Empire Riverside Hotel	Hamburg Room
Entrée Groß Borstel Garni Hotel	Hamburger Bernstein Hotel
Entrée Hotel Glinde	Hammerbrook Hostel
Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten	Hansehus
Ferienwohnung 10friends	Hansezimmer
Ferienwohnung Hamburg	Heikotel - City Nord
Ferienwohnung Hamburg –	Heikotel - Hotel Am Stadtpark
Kirchwerder	Heikotel - Hotel Windsor
Ferienwohnung Haus Sylvia	Heikotel - Stadtpark Residenz
Ferienwohnung in Hamburg West	Heimat St. Pauli
Fock & Oben	Henri Hotel Hamburg Downtown
Forsthaus Bergedorf	Holiday Inn Express - Hamburg - City
Frank's Hus	Hauptbahnhof
Frauenhotel Hanseatin	Holiday Inn Express Hamburg - St.
Freundliches Appartement	Pauli-Messe

Holiday Inn Express Hamburg City Centre	Hotel Class
Holiday Inn Hamburg	Hotel Cockpit
Homeport Hostel	Hotel Commodore
Horus Hausboot	Hotel Condor
Hostel Kiezbude	Hotel du Nord
Hotel & Gaststätte Moorfleet	Hotel Eggers Hamburg
Hotel 108	Hotel Engel
Hotel 66	Hotel Europäischer Hof Hamburg
Hotel Alsterblick	Hotel Fresena
Hotel Alt Nürnberg	Hotel Fürst Bismarck
Hotel Alte Wache	Hotel Hafen Hamburg
Hotel Altenwerder Hof	Hotel Hanseat
Hotel am Rothenbaum	Hotel Hanseport Hamburg
Hotel Amsterdam	Hotel Harburger Hof
Hotel an der Bille	Hotel Heckkatzen
Hotel Astoria	Hotel Heimfeld - Retro Design
Hotel Atlantic Kempinski Hamburg	Hotel Heimhude
Hotel Austria	Hotel Helgoland
Hotel Baseler Hof	Hotel Jeta
Hotel Bee Fang	Hotel Kieler Hof
Hotel Behrmann	Hotel Lafayette
Hotel Bellmoor im Dammtorpalais	Hotel Lauenburger Hof
Hotel Bergedorfer Höhe	Hotel Lilienhof
Hotel Blankenese	Hotel Louis C. Jacob
Hotel Budapester Hof	Hotel Lumen am Hauptbahnhof
Hotel Business & More	Hotel Marco Polo
Hotel Central Hamburg	Hotel Mare
Hotel City House	Hotel Marienthal Garni
Hotel City Inn Hamburg-Mitte	Hotel Mercedes/Centrum
	Hotel Miramar

Hotel Mittelweg	Hotel Zum Zeppelin Hamburg
Hotel Mona	Hotel-Fink
Hotel Musa	Hyperion Hotel Hamburg
Hotel Musa's Grüne Tanne	ibis budget Hamburg Altona
Hotel Oase	ibis budget Hamburg City
Hotel Panorama Hamburg-Billstedt	Ibis budget Hamburg City Ost
Hotel Panorama Hamburg-Harburg	ibis budget Hamburg St Pauli Messe
Hotel Polo am ZOB	ibis Hamburg Alsterring
Hotel Poppenbütteler Hof	Ibis Hamburg City
Hotel Preuss im Dammtorpalais	ibis Hotel Hamburg Airport
Hotel Rahlstedter Hof	ibis Hotel Hamburg Alster Centrum
Hotel Residence am Hauptbahnhof	ibis Hotel Hamburg St. Pauli Messe
Hotel Richter	ibis Styles Hamburg Alster City
Hotel Sachsentor	instant Sleep Backpacker Hostel
Hotel Schmidt	IntercityHotel Hamburg Altona
Hotel Senator Hamburg	IntercityHotel Hamburg Dammtor-
Hotel SleepInn Volkspark	Messe
Hotel St. Annen	I n t e r C i t y H o t e l H a m b u r g
Hotel Stadt Altona	Hauptbahnhof
Hotel Stella Maris	Jarre-Apartment
Hotel Stephan	Junges Hotel Hamburg
Hotel Süllberg Karlheinz Hauser	K 357 Stadtunterkunft Hamburg
Hotel Terminus am Hauptbahnhof	Kastanie
Hotel Tiefenthal	Kastanien-Hotel
Hotel Village	Kleinhuis Hotel Mellingburger
Hotel Vorbach	Schleuse
Hotel Wagner im Dammtorpalais	KNAUS Campingpark Hamburg
Hotel Wandsbek Hamburg	Kocks Hotel Garni
Hotel Wedina an der Alster	Kröger by Underdog Hotels
Hotel Zollhof	La Petite Perle



Landhaus Flottbek	My Place
Landhaus Jenischpark	Nachtquartier
Le Méridien Hamburg	Nette Ferienwohnung in Hamburg
Leonardo Hotel Hamburg Airport	Dulsberg
Leonardo Hotel Hamburg City Nord	NewLivingHome Residenzhotel
Leonardo Hotel Hamburg Stillhorn	Hamburg
Leonardo Inn Hotel Hamburg Airport	NH Collection Hamburg City
Lindner Hotel Am Michel	NH Hamburg Altona
Lindner Park-Hotel Hagenbeck	NH Hamburg Horner Rennbahn
Lütthüs Blankenese	NH Hamburg Mitte
Luxus-Appartement in der Hafencity	Nice n´Nordic 2
MAC City Hostel	NIPPON HOTEL Hamburg
meinHotel	Nordic Hotel Domicil
MEININGER Hotel Hamburg City	Novotel Hamburg City Alster
Center	Novotel Suites Hamburg City
Mercure Hotel Hamburg am	Novum Hotel Alster Hamburg St.
Volkspark	Georg
Mercure Hotel Hamburg City	Novum Hotel Belmondo Hamburg
Mercure Hotel Hamburg Mitte	Hbf
Michaelis Hof	Novum Hotel City Apart Hamburg
Michaelis Hof	Novum Hotel Continental Hamburg
MonTe-Nightaudit	Hauptbahnhof
Motel Hamburg	Novum Hotel Eleazar City Center
Motel One Hamburg Airport	Novum Hotel Graf Moltke Hamburg
Motel One Hamburg am Michel	Novum Hotel Hagemann Hamburg
Motel One Hamburg-Alster	Hafen
Motel One Hamburg-Altona	Novum Hotel Hamburg Stadtzentrum
Motel21	Novum Hotel Holstenwall Hamburg
Mövenpick Hotel Hamburg	Neustadt
my Apartment Hotel	

Novum Hotel Königshof Hamburg Innenstadt	Radisson Blu Hotel
Novum Hotel Kronprinz Hamburg Hauptbahnhof	Rainvilles Elbterrassen
Novum Hotel Norddeutscher Hof Hamburg	Raphael Hotel Wälderhaus
Novum Hotel Savoy Hamburg Mitte	Reichshof Hamburg
Novum Style Hotel Accord	Renaissance Hamburg Hotel
Novum Style Hotel Hamburg Centrum	Romantik Hotel das Smolka
Oberhouse Apartments	Scandic Hamburg Emporio
Ökotel Hamburg	Schlaflounge
ONTOP in Hamburg	SIDE Design Hotel Hamburg
Palais Esplanade Hamburg	Singelmannsweg 34
Panorama Inn Hotel	Skyline Riverside Apartment
Park Hotel am Berliner Tor	Sleephotels
Park Hotel Hamburg Arena	SleepLounge - Apartments am Airport
Park Hyatt Hamburg	SMARTments business HAMBURG AUSSENALSTER
Pauli Hostel	Sofitel Hamburg Alter Wall
Paulibude	Sporthotel Racket Inn
Pension am Rathaus	St. Joseph Hotel
Pension Martinez	St. Pauli Lodge Townhouse
Picklapp Apartments	Stadthaus Appartement Hohenfelde
Privathotel Lindtner Hamburg	Stay! Hotel Boardinghouse
Privatzimmer Hamburg Alsterdorf	Staymade
Prizeotel Hamburg-City	Steens Hotel
Pyjama Park Schanzenviertel	Steigenberger Hotel Hamburg
Pyjama Park Schanzenviertel	Steigenberger Hotel Treudenberg Hamburg
Pyjama Park St. Pauli	Strandhotel Blankenese
Quality Hotel Ambassador Hamburg	Superbude Hotel Hostel St. Georg
	Superbude Hotel Hostel St.Pauli

The George Hamburg  
The Hostel  
THE MADISON Hotel Hamburg  
The Rilano Hotel Hamburg  
The Westin Hamburg  
Vierlandentor  
Villa- Vintage  
Vogels-Nest Boardinghouse Niendorf  
Volksschule  
von Deska Townhouses  
Wine Coffee & More  
Winterhude  
Wira Guest House Lubecker 112  
YoHo - The Young Hotel  
Zimmervermietung Hoffmann  
Zollenspieker Fährhaus  
Zum Eichbaum