ISSN *2413-5593 (Print); ISSN 2663-6530 (On-line)*
2026. № 50 (УДК 81) : 7-17
ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна
http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАГАЛЬНОГО МОВОЗНАВСТВА
[CURRENT ISSUES IN GENERAL LINGUISTIC]

УДК 811.133.'1

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 10.07.2026 р.
Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 12.07.2026 р.
Оригінальність тексту [The originality of the text] – 98,3 %
Прорецензовано [Peer-reviewed] – 15.08.2026 р.
Рекомендовано до друку [Recommended for publication] – 29.08.2026 р.
http://doi.org//10.17721/2663-6530.2026.50.7-17

КОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ ВТОРИННОЇ НОМІНАЦІЇ ТОПОНІМІВ У ФРАНЦУЗЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Лада Вікторівна Клименко *(м. Київ, Україна)*

https://orcid.org/0000-0002-8328-5325
lada.klimenko@knu.ua

кандидат філологічних наук, доцент
кафедри романських мов,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(Міністерство освіти і науки України)
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджено вторинні номінації топонімів у французькому туристичному дискурсі як засіб концептуалізації та моделювання образу туристичної дестинації. На матеріалі публікацій медіа EnVols проаналізовано особливості рекатегоризації географічного простору через метафоризацію, аналогізацію, персоніфікацію, а також просторову й темпоральну категоризацію. Визначено, що вторинна номінація виконує функцію семантичної компресії, конденсуючи комплекс просторових, культурних, аксіологічних та емоційних характеристик у компактній номінативній формі. Обґрунтовано її роль у формуванні туристичного образу дестинації та реалізації атрактивної, оцінної, іміджевої й персуазивної функцій. Показано, що вторинні номінації спрямовують сприйняття географічного простору через актуалізацію вже сформованих когнітивних моделей, асоціацій і культурних знань.

Ключові слова: *туристичний дискурс, топонім, вторинна номінація, концептуалізація, рекатегоризація, когнітивний механізм, просторова категоризація, темпоральна категоризація, персуазивність.*

(Актуальні питання загального мовознавства [Aktual'ni pytannja zagal'nogo movoznavstva])
Когнітивні механізми вторинної номінації топонімів у французькому туристичному дискурсі (Українською) **[Kohnityvni mekhanizmy vtorynnoi nominatsii toponimiv u frantsuzkomu turystychnomu dyskursi]**
© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], *lada.klimenko@knu.ua*

ISSN ***2413-5593 (Print); ISSN 2663-6530 (On-line)***
2026. № 50 : 7-17
Social Sciences. *Arts and Humanities*
PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine
http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics

COGNITIVE MECHANISMS OF SECONDARY NOMINATION OF TOPONYMS IN FRENCH TOURISM DISCOURSE

Lada V. Klymenko *(Kyiv, Ukraine)*

https://orcid.org/0000-0002-8328-5325
lada.klimenko@knu.ua

PhD (Philology), Associate Professor at the Romance Philology Department
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article examines secondary toponymic nominations in French tourism discourse as a means of conceptualizing and modeling the image of a tourist destination. Drawing on material from EnVols, the media publication of Air France, the study analyzes how geographical space is recategorized through metaphorization, analogical transfer, personification, and spatial and temporal categorization. The analysis demonstrates that secondary nomination functions as a mechanism of semantic compression, condensing a set of spatial, cultural, axiological, and emotional characteristics into a compact nominative form. Particular attention is paid to the cognitive mechanisms underlying the reinterpretation of geographical names and their role in directing the recipient's perception of a destination. The findings show that secondary toponymic nominations do not merely provide alternative ways of referring to geographical objects. They construct interpretative frameworks through which unfamiliar destinations can be perceived in terms of familiar images, cultural associations, and established knowledge structures. Such nominations consequently perform a range of discourse functions, including identification, evaluation, attraction, image construction, cultural marking, emotional expression, and persuasion. The study argues that secondary toponymic nomination should be viewed as a mechanism of discursive recategorization through which geographical space is transformed into a semantically and axiologically marked tourist destination. This process contributes to the construction of a positive and attractive destination image and supports the persuasive communicative goals of tourism discourse.

Keywords: *tourist discourse, toponym, secondary nomination, conceptualization, recategorization, cognitive mechanism, spatial categorization, temporal categorization, persuasiveness.*

Пункт призначення можна побачити ще до того, як у ньому опинитися. Іноді для цього достатньо двох-трьох слів. Назва, метафора, прізвисько чи образна характеристика здатні перетворити географічний об'єкт на знайомий і впізнаваний образ, викликати культурні асоціації та сформувати очікування майбутнього мандрівника. У туристичному дискурсі цей простір постає не як нейтральна сукупність фізичних координат, а як культурно, історично, емоційно й аксіологічно осмислена дестинація (територія, що є об'єктом туристичного відвідування). Саме

© ***Klymenko L. V. [Klymenko L. V.],*** *lada.klimenko@knu.ua*

мовні засоби дають змогу перетворити географічний об'єкт на місце, яке можна пізнати, уявити, оцінити й, зрештою, захотіти відвідати. У такому осмисленні особливого значення набувають **топоніми** (від грецького *topos* – місце, місцевість та *onima* – ім'я) [Ковальова, 2005]. Традиційно географічна назва виконує функції ідентифікації та локалізації об'єкта, проте в туристичному дискурсі її функціональний потенціал значно ширший: топонім може актуалізувати історичні знання, культурні асоціації, оцінні уявлення про простір тощо. Особливо показовою є **вторинна номінація** (далі за текстом **ВН**), коли наявна мовна одиниця використовується для нового найменування або образної характеристики географічного об'єкта. Вона дає змогу концептуалізувати незнайомий простір через актуалізацію вже сформованих у свідомості реципієнта образних асоціацій і знань. Відтак географічна назва стає не лише засобом референції, а й інструментом *моделювання образу дестинації*. Такий підхід узгоджується з когнітивним розумінням номінації як способу концептуалізації простору, що зумовлює **актуальність** дослідження топонімічних номінацій у туристичному дискурсі. Ці особливості зумовлюють науковий інтерес до виявлення мовних і когнітивних механізмів конструювання вторинного топонімічного референта, що й визначає **мету** цього дослідження. **Об'єктом** статті є вторинні номінації топонімів у французькому туристичному дискурсі. **Предмет** становлять когнітивні та семантико-дискурсивні механізми формування вторинних топонімічних номінацій, способи концептуалізації географічного простору та їхні функції у формуванні образу туристичної дестинації.

Матеріалом послугували тексти видання *EnVols* національного французького авіаперевізника *Air France* (вип. 2024–2026 рр.), яке поширюється по всьому світі в аеропортах, у вибраних готелях, турагенціях, а також є доступним у цифровому форматі. Воно орієнтоване на аудиторію сучасних мандрівників, зацікавлених не лише у виборі туристичних дестинацій, а й у культурно-естетичному вимірі подорожі, містить значний обсяг країнознавчої інформації про потенційно привабливі туристичні місця.

Методика дослідження ґрунтується на комплексному лінгвістичному аналізі вторинних топонімічних номінацій у французькому туристичному дискурсі і поєднує ономастичний, семантичний, когнітивний і дискурсивно-стилістичний підходи. На першому етапі здійснювалася вибірка випадків ВН географічних об'єктів. Відповідно до дослідницької мети до аналізу залучалися найбільш показові приклади. На другому етапі застосовано ономасіологічний та семантичний аналіз для встановлення співвідношення між первинною назвою географічного об'єкта та його ВН, а також для визначення семантичної ознаки, покладеної в основу найменування. Когнітивний аналіз дав змогу встановити спосіб концептуалізації дестинації, визначити основні когнітивні механізми ВН. Зрештою здійснювався дискурсивно-стилістичний аналіз, спрямований на визначення функцій ВН у туристичному тексті. Окрему увагу приділено взаємодії просторової та темпоральної категоризації.

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], *lada.klimenko@knu.ua*

Огляд наукової літератури. Термін *номінація* має добре розроблену традицію в ономасіології, лексикології та когнітивній лінгвістиці. Традиційно її розглядають як процес надання мовній одиниці певного змісту та закріплення її за відповідним референтом у системі мови. У тексті статті для класифікації топонімічних номінацій використано дворівневу термінологічну систему, яка поєднує традиційний ономастичний підхід із функціонально-дискурсивним, що зумовлено специфікою туристичного дискурсу, у якому топонім виконує не лише ідентифікувальну, а й концептуалізаційну й оцінно-образну функції. Така модель дає змогу поєднати референційну природу топоніма з особливостями його дискурсивного функціонування.

На ономастичному рівні топоніми класифікуються за типом географічного об'єкта. Тут виокремлюються *хороніми* – назви країн, регіонів і територій *(France, Bretagne); ойконіми* – назви населених пунктів *(Paris, Lyon); гідроніми* – назви водних об'єктів *(la Seine, la Méditerranée)*; *ороніми* – назви гір та інших форм рельєфу *(les Pyrénées, le Mont Blanc)*; *урбаноніми* – назви міських об'єктів *(les Champs-Élysées, Montmartre*) тощо.

Функціонально-дискурсивний рівень передбачає класифікацію за роллю топоніма в туристичній комунікації. Тут виокремлюють топоніми дестинацій, природних і культурно-історичних об'єктів туристичних об'єктів і просторів, а також урбанонімічні номінації й топоніми, пов'язані з туристичною інфраструктурою.

Перший рівень класифікації відповідає на питання про об'єкт номінації топоніму, а другий визначає його дискурсивну функцію. Так, *Париж* в ономастичному аспекті є ойконімом, тоді як у туристичному дискурсі функціонує як номінація дестинації.

У класичній теорії розмежовують *первинну* та *вторинну номінації*. Аналіз матеріалу проілюстрував, що поряд з первинним найменуванням топонімічних об'єктів у текстах функціонує множинність ВН, пов'язаних не лише з називанням об'єкта, а й із формуванням певного способу його осмислення та концептуалізації. Первинна передбачає первісне найменування об'єкта, коли мовна одиниця безпосередньо закріплюється за певним референтом і функціонує у своєму базовому значенні. Вторинна виникає тоді, коли вже наявна в мові мовна одиниця використовується для нового акту називання. При цьому не створюється новий мовний матеріал, а натомість відбувається переосмислення або розширення семантичного потенціалу наявного знаку, унаслідок чого він набуває нового номінативного значення.

У зарубіжній лінгвістиці явище ВН не має усталеного термінологічного відповідника, тотожного поняттю вторинної номінації. **К. Резегі**, дослідниця угорської ономастики, пише про *metaphorical naming* як спосіб формування нових номінацій на основі перенесення та переосмислення вже наявних концептуальних і семантичних структур [Reszegi, 2022]. Також термін metaphorical naming використовує **А. Баєва**, розглядає *метафоричне найменування* як спосіб ВН, за якого

© ***Klymenko L. V. [Klymenko L. V.],*** *lada.klimenko@knu.ua*

назва нового об'єкту формується на основі перенесення характеристик уже відомого об'єкта та актуалізації спільної для них ознаки, і зазначає, що метафора виконує не лише номінативну, а й когнітивну функцію, оскільки дає змогу концептуалізувати новий референт через уже сформований у свідомості образ [Baeva, 2021]. Також у зарубіжній лінгвістиці відповідні процеси описують через поняття *semantic extension* [Ceuppens, De Smet, 2025], *semantic transfer* [Petrakova, 2015, с. 335–346]. У вітчизняній лінгвістиці знаходимо поняття *figurative use of proper names* в української дослідниці О. Борисович [Борисович, 2020]. У випадку власних назв, як показала Х. Петрина, процес вторинного найменування може супроводжуватися категоріальною транспозицією та перерозподілом сем [Петрина, 2017], унаслідок чого власна назва набуває образно-характеризувального значення. Такий термінологічний плюралізм відображає різні аспекти одного процесу – переосмислення вже наявної мовної одиниці та її використання для характеристики нового референта.

За винятком поодиноких публікацій [Клименко, Григорчук, 2014; Laansalu, 2020] майже недослідженим залишається когнітивний аспект ВН топонімів, зокрема її роль у концептуалізації та рекатегоризації географічного простору. Потребує подальшого вивчення питання про те, за допомогою яких когнітивних механізмів ВН формують образ туристичної дестинації та надають їй змісту. Когнітивний підхід дає змогу трактувати вторинну номінацію як **спосіб концептуалізації нового об'єкта через уже наявну модель знань.** Продуктивним для такого підходу є положення когнітивної теорії метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона [Lakoff, Johnson, 1980], коли об'єкт може осмислюватися через уже сформовану в свідомості концептуальну модель. У контексті туристичного дискурсу це дає змогу розглядати ВН як механізм концептуалізації географічного простору через образ, пов'язаний із уже відомим об'єктом або явищем.

Основний зміст. При дослідженні дискурсивних механізмів вторинного найменування топонімів було встановлено, що специфіка їх використання розширює понятійну структуру та ускладнює семантику первинного найменування топоніма. ВН у переважній більшості випадків зводиться до стилістичної метафори, що часто базується на загальновідомих або постійних асоціаціях, пов'язаних з певними топонімами, які створені у зв'язку з екстралінгвістичними характеристиками об'єкту. В залежності від цих характеристик розрізняємо *усталені* та *контекстуально актуалізовані* ВН топонімів, ґрунтуючись, передусім, на характері семантичного зв'язку вторинної назви з первинною номінацією та ступені її закріпленості за референтом. Критерієм розмежування є не лише усталеність назви, а передусім характер її номінативного функціонування: стабільне вторинне найменування чи контекстуально зумовлена характеристика географічного об'єкту.

Усталені номінації – вторинні позначення, які слугують конкретизаторами узагальненого родового поняття за ознакою, що зафіксована у внутрішній формі первинного імені. Ці одиниці прагнуть до тотожної заміни первинного імені

вторинною номінацією. Прикладами актуалізованих ВН топонімів є: *Bordeaux – capitale mondiale du vin; Paris – la Ville Lumière; Venise – la Sérénissime* та ін. *Контекстуально актуалізовані* ВН уточнюють значення узагальнюючих родових понять, але не володіють чіткими ідентифікаторами топоніма. Вони можуть бути виражені різними одиницями, серед яких переважають двокомпонентні номінації з рівною кількістю структурних елементів [Клименко, Григорчук, 2014], як от: *la Réunion – patrimoine créole, Medellín – ville du printemps éternel, l'Afrique – le berceau de l'Humanité* .

Яскравими прикладами вторинної номінації туристичних об'єктів через апеляцію до відомого образу Венеції є ойконіми *Aveiro*, представлений у журналі як *Venise du Portugal («La ville d'Aveiro [...] donne à la ville son surnom de "Venise du Portugal"*» [EnVols, 2025]), та *Empuriabrava* «*Avec plus de 25 kilomètres de canaux, Empuriabrava mérite amplement son surnom de "Venise d'Espagne"*» [EnVols, 2026]. У цих прикладах ВН виконує не лише ідентифікувальну, а передусім аксіологічну та рекламно-персуазивну функції, сприяючи формуванню туристичної привабливості. Вона дає змогу перетворити невідому або маловідому дестинацію на зрозумілий і привабливий для адресата образ, актуалізуючи вже наявні в його культурній свідомості асоціації.

В обох випадках основою номінативного перенесення є особлива організація міського простору і наявність каналів, що асоціюється з Венецією. Водночас ВН не просто встановлює формальну подібність між двома географічними об'єктами, а переносить на нову дестинацію комплекс усталених культурно-аксіологічних конотацій Венеції – романтичність, мальовничість, унікальність, туристичну привабливість. Таким чином, ойконім *Venise* у структурі вторинної номінації функціонує як культурно-аксіологічний маркер, який не лише допомагає адресатові ідентифікувати просторову специфіку містечок *Aveiro* й *Empuriabrava*, а й формує його позитивний туристичний імідж.

Цікаво, що ВН часто вводяться експліцитними метамовними маркерами, які сигналізують про факт надання об'єкту альтернативної назви та водночас привертають увагу читача до її образного характеру. До найбільш уживаних дієслів і конструкцій належать: *surnommer, appeler, être appelé, être surnommé, être connu comme, baptiser, qualifier de, porter le surnom de, mériter son surnom de* тощо. Показовим є те, що конструкції *être surnommé, porter le surnom de, mériter son surnom de* не просто повідомляють про альтернативну назву, а метадискурсивно маркують її вторинний статус: автор ніби відмежовує власне топонімічну назву від образної номінації, яка функціонує як характеристика дестинації.

Трапився навіть окремий матеріал, що описує сам механізм ВН – *«Pourquoi surnomme-t-on Bucarest le Petit Paris ?»*. Автор не просто використовує номінацію *Petit Paris*, а й експлікує її мотивацію, пов'язуючи виникнення цього образного найменування з французьким культурним впливом, широкими бульварами, архітектурою та модернізацією міста в XIX ст. [EnVols, 2024]. Цікавим є

© ***Klymenko L. V. [Klymenko L. V.],*** *lada.klimenko@knu.ua*

ISSN *2413-5593 (Print); ISSN 2663-6530 (On-line)*
2026. № 50 (УДК 81) : 7-17
ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна
http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics

мультимодальний формат аргументації (див. мал. 1)., де текстова складова поєднується з візуальною в єдиному повідомленні.



Мал.1

ВН у туристичному дискурсі почасти є засобом і, водночас, формою семантичної компресії предикативного змісту. На відміну від розгорнутої предикації, яка експліцитно приписує об’єкту певну ознаку або сукупність характеристик, вторинна номінація конденсує цей зміст у компактній номінативній формі. До прикладу, характеристика острова Саба: *«Saba est une île préservée, pure, exceptionnelle et digne d’admiration»* [EnVols, 2025]. За текстом статті острів зберіг прізвисько *«la Reine immaculée»* (непорочна королева) завдяки відсутності великих готелів, важкодоступності його рельєфу та загалом високому ступеню збереженості природного середовища. Тут ВН конденсує комплекс семантичних та аксіологічних характеристик дестинації. Збереженість природного середовища актуалізує концепт чистоти та незайманості, який вербалізується прикметником *immaculée*, який не просто описує фізичний стан території, а надає їй виразної позитивної характеристики, протиставляючи її урбанізованим і масовим дестинаціям. Водночас іменник *reine* реалізує персоніфікацію території. Острів постає не як географічний об’єкт, а як антропоморфізований жіночий образ – «королева», наділена винятковим статусом. Саба не просто ідентифікується через додаткову назву. Поєднання *reine immaculée* формує цілісний образ дестинації, у якому природна збереженість трансформується в символічні характеристики чистоти та елітарності, а й задає читачеві певний спосіб сприйняття острова як виняткової і незайманої туристичної дестинації. Таким чином, вторинна номінація функціонує як своєрідна «конденсована» предикація, у якій цілий комплекс потенційних предикативних характеристик редукується до одного номінативного знака *reine immaculée*, оскільки компактна номінативна конструкція імпліцитно містить характеристику об'єкту

Показовим для аналізу вторинної номінації є приклад з ойконімом *Sistelo*, містечком, яке називають *«le petit Tibet portugais»* завдяки характерному ландшафту

місцевості – зеленим гірським терасам, що його оточують [EnVols, 2026]. Цікавою є семантична трансформація власної назви ороніму *Tibet*. У первинному значенні це топонім, що позначає конкретну географічну територію. У конструкції *le petit Tibet portugais* його референтне значення послаблюється: *Tibet* уже не називає територію, а функціонує як топонім-еталон, через який характеризується містечко. Тут можна говорити про десемантизацію референтного компонента *Tibet* та його подальшу ресемантизацію. На перший план виходять асоційовані з Тибетом характеристики: гірський рельєф, терасованість, віддаленість, природність і мальовничість. Таким чином, власна назва перетворюється на образний дескриптор іншої дестинації. Компонент *petit* підкреслює її локальний масштаб, тоді як *portugais* указує на новий референт. Отже, конструкція *«le petit Tibet portugais»* конденсує комплекс просторових, образно-оцінних характеристик, коли *Sistelo* постає як екзотична і мальовнича туристична дестинація.

Іншим показовим прикладом дискурсивного механізму вторинної номінації є К'ярамонте-Гульфі – невелике гірське історичне місто на південному сході Сицилії, найменоване ***«le balcon de la Sicile»***. « ***En Italie, ce petit village pittoresque surnommé « le balcon de la Sicile » pour sa vue extraordinaire sur le golfe de Gela à l'Etna (il est sublime)»*** **[EnVols, 2025].** На відміну від le petit Tibet portugais, ця конструкція не містить іншого топоніма-еталона. Її образність ґрунтується на метафоричному перенесенні *просторового* поняття *балкон* на географічний об'єкт. У когнітивній лінгвістиці **просторова категоризація** розглядається як спосіб концептуалізації навколишнього простору через базові просторові схеми та образи haut/bas, intérieur/extérieur, centre/périphérie тощо [Lakoff, Johnson, 1980]. Просторові категорії можуть переноситися на нові для адресата об'єкти, оскільки ґрунтуються на тілесному та перцептивному досвіді людини. Саме тому просторові поняття на кшталт balcon легко стають засобом концептуалізації ландшафту. У номінації ***le balcon de la Sicile*** відбувається метафоризація: ***balcon*** втрачає своє пряме значення конструктивного елемента будівлі і актуалізує передусім просторову схему ***«місце на височині, з якого відкривається широкий огляд»***. Ця характеристика переноситься на *Chiaramonte Gulfi* завдяки його розташуванню та панорамному виду на значну частину Сицилії. Таким чином, тут ВН ґрунтується на метафоричній просторовій категоризації: географічний об'єкт концептуалізується через добре знайомий адресатові предметний образ. При цьому *balcon* не просто позначає висоту, а профілює певний спосіб сприйняття простору – перебування у привілейованій точці спостереження. Ця номінація має виразний образотворчий та персуазивний потенціал, створюючи для адресата візуальний сценарій: турист ніби опиняється на «балконі», з якого може милуватися Сицилією, що перетворює просторову характеристику на привабливий образ для мандрівника.

ВН може категоризувати географічний простір не лише через подібність до іншого місця, як у випадках з Венецією чи Парижем, а й через його співвіднесеність із часом. Показовим прикладом є усталена ВН «*Rome – la Ville Éternelle»,* семантична

© ***Klymenko L. V. [Klymenko L. V.],*** *lada.klimenko@knu.ua*

мотивація якої розгортається через згадки про історію, пам'ятки, античні руїни та нашарування різних історичних епох. Пропозиція здійснити подорож *«à travers les âges»* додатково актуалізує концепт тривалості та історичної безперервності. Тут прикметник *éternelle* не слід розуміти буквально як «*та, що існує поза часом*». Він концептуалізує Рим як простір, у якому співіснують і зберігаються сліди різних історичних епох, завдяки чому місто постає як своєрідний символ історичної тяглості та незмінності. ВН ґрунтується на темпоральній концептуалізації топоніма: історична тривалість і накопичення культурних нашарувань переосмислюються через категорію вічності, репрезентуючи Рим як унікальний простір, де можна буквально «подорожувати крізь віки».

Особливо показовим прикладом взаємодії просторової та темпоральної концептуалізації є заголовкова номінація *«New York, éternelle ville-monde»* [EnVols, 2026] (*EnVols*, червень 2026 р. напередодні чемпіонату світу з футболу). На відміну від традиційних ВН, які актуалізують переважно одну домінантну характеристику дестинації, ця конструкція поєднує два концептуальні виміри - простір і час. Компонент *ville-monde* репрезентує Нью-Йорк як *місто-світ*, простір, у якому концентруються різні культури, мови, етнічні спільноти та глобальні соціально-економічні процеси. Просторове значення тут виходить за межі фізичної локалізації міста: Нью-Йорк концептуалізується як своєрідний мікрокосм, що репрезентує світ у його різноманітті. Прикметник *éternelle* вводить темпоральний вимір, актуалізуючи ідею здатності Нью-Йорка зберігати свою значущість у часі, а у поєднанні з *ville-monde* глобальна роль міста виходить за межі конкретного історичного моменту. Конструкція *éternelle ville-monde* формує комплексний образ дестинації, у якому просторовий та темпоральний виміри взаємодіють. Нью-Йорк постає водночас як простір концентрації світу та як стійкий у часі глобальний центр. Приклад демонструє, що ВН може виходити за межі простої образної характеристики географічного об'єкта та ставати засобом багатовимірної концептуалізації простору, у якій категорії простору і часу взаємодіють для створення цілісного туристичного образу дестинації.

Висновки дослідження. Проведений аналіз вторинних топонімічних номінацій засвідчив, що в туристичному дискурсі вони реалізують комплекс взаємопов'язаних функцій. Поряд із базовими локалізаційною та ідентифікаційною, топоніми виконують атрактивну, оцінну, іміджеву, промоційну, культурно-маркувальну та емоційно-експресивну функції. Їхнє функціональне навантаження визначається не лише типом позначуваного географічного об'єкта, а й комунікативною метою туристичного дискурсу. Публікації *EnVols* реалізують комунікативно-персуазивну мету: сформувати позитивний образ дестинації, викликати інтерес і бажання її відвідати та, зрештою, стимулювати потенційного мандрівника до здійснення подорожі, скориставшися послугами Air France.

Аналіз показав, що вторинна номінація в туристичному дискурсі є засобом семантичної компресії предикативного змісту, конденсуючи ознаку або сукупність характеристик географічного об'єкта в компактній номінативній формі. Рекатегоризація

топонімів реалізується через метафоризацію, персоніфікацію, аналогізацію, семантичну деривацію, а також просторову й темпоральну категоризацію. Вторинні номінації *Venise du Portugal*, *le petit Tibet portugais*, *le balcon de la Sicile*, *la Reine immaculée*, *la Ville Éternelle* репрезентують різні моделі концептуалізації географічного простору та його образного профілювання, актуалізуючи унікальність, екзотичність, природну й культурну цінність дестинацій. Отже, вторинна топонімічна номінація виходить за межі референційної функції та постає як механізм дискурсивної рекатегоризації простору, що поєднує його репрезентацію, оцінювання та промоцію й забезпечує формування туристичного образу.

Первинна референційна функція топоніма в процесі ВН не втрачається, а поєднується зі здатністю актуалізувати додаткові смислові компоненти – комплекс знань, асоціацій та оцінок, пов'язаних із відповідним географічним об'єктом або концептуальною моделлю. У цьому аспекті ВН трактуємо як своєрідну «конденсовану предикацію», у якій номінативна форма імпліцитно містить характеристики, що в розгорнутому висловленні потребували б експліцитного вираження. Отже, функціональний потенціал топоніма в туристичному дискурсі визначається взаємодією референційного та інтерпретаційного компонентів.

Перспективи подальших наукових розвідок убачаємо у зіставному аналізі способів концептуалізації географічного простору в різних типах туристичної комунікації. Окремого вивчення потребує взаємодія ВН з іншими вербальними та невербальними засобами конструювання образу туристичної дестинації.

Література:

1. Борисович, О. В. "Metonymic and metaphorical use of proper names in book reviews." *Актуальні питання гуманітарних наук*, no. 32, vol. 1 (2020): 74–78. https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/32.214476
2. Клименко, Л., Григорчук, Ю. 2014. "Топонімічні номінації в мові подорожей та туризму." Мовні і концептуальні картини світу, no. 47 (1): 444–450.
3. Ковальова, Т. В., упоряд. Великий тлумачний словник української мови. Харків: Фоліо, 2005.
4. Петрина, Х. В. 2017. "Метафоризація алюзійних власних назв: вторинні номінації." *Записки з українського мовознавства* 1, no. 24: 148–155. https://doi.org/10.18524/2414-0627.2017.24.131372
5. Baeva, A. 2021. "Metaphor as a Nominative Tool." *KNOWLEDGE – International Journal* 48, no. 4: 687–690.
6. Ceuppens, H., and H. De Smet. 2025. "Tied Together, Fried Together: Understanding Semantic Extensibility through Semantic Loss." *English Language and Linguistics* 29, no. 2: 319–335.
7. Laansalu, Tiina. 2020. "Name Transfer and Its Interpretation in Estonian Toponymy." *Keel ja Kirjandus* 63, no. 1: 3–20.
8. Lakoff, George, and Mark Johnson. 1980. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press.
9. Petrakova, J. 2015. "Naming Targets as the Sphere of Interaction of Semantic Transfer and Word Formation." *Białostockie Archiwum Językowe*, no. 15: 335–346.
10. Reszegi, Katalin. 2022. "A Cognitive Approach in Onomastics: Some Notes on Metaphorical Place-Names." *Voprosy onomastiki* 19, no. 1: 235–244. https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2022.19.1.012
11. Au Portugal, ce joli village pittoresque entouré de terrasses verdoyantes est surnommé « le petit Tibet portugais », https://www.en-vols.com/evasion/voyage/portugal-village-sistelo/ EnVols, mars 2026.
12. Cette ville, surnommée la « Venise du Portugal », https://www.en-vols.com/evasion/voyage/aveiro-venise-portugal/ EnVols,novembre 2025.

© ***Klymenko L. V. [Klymenko L. V.],*** *lada.klimenko@knu.ua*

13. En Italie, ce petit village pittoresque surnommé « le balcon de la Sicile », https://www.en-vols.com/evasion/voyage/italie-sicile-chiaramonte-gulfi/ EnVols, juillet 2025.
14. New York, éternelle ville-monde, https://www.en-vols.com/destination-du-mois/new-york/ EnVols, Juin 2026.
15. Oubliez Venise, cette ville catalane surnommée la « Venise d'Espagne » est un joyau méconnu, https://www.en-vols.com/evasion/voyage/espagne-ville-empuriabrava-venise-catalane/ EnVols, avril 2026.
16. Pourquoi surnomme-t-on Bucarest le Petit Paris? https://www.en-vols.com/evasion/voyage/bucarest-roumanie-petit-paris/ EnVols, septembre 2024.
17. Saba est une île préservée, pure, exceptionnelle et digne d'admiration, https://www.en-vols.com/evasion/voyage/ile-caraibes-saba/ EnVols, novembre 2025.

References:

1. Borysovych, O. V. 2020. "Metonymic and Metaphorical Use of Proper Names in Book Reviews." *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, no. 32, vol. 1: 74–78. https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/32.214476
2. Klymenko, L. and Hryhorchuk, Y. 2014. "Toponimichni nominatsii v movi podorozhei ta turyzmu." [Toponymic Nominations in the Language of Travel and Tourism]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*, no. 47 (1): 444–450.
3. Kovalova, T. V., comp. 2005. Velykyi tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy. Kharkiv: Folio.
4. Petryna, Kh. V. "Metaforyzatsiia aliuziinykh vlasnykh nazv: vtorynni nominatsii." [Metaphorization of Allusive Proper Names: Secondary Nominations]. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva* 1, no. 24 (2017): 148–155. https://doi.org/10.18524/2414-0627.2017.24.131372
5. Baeva, A. 2021. "Metaphor as a Nominative Tool." KNOWLEDGE – *International Journal* 48, no. 4: 687–690.
6. Ceuppens, H., and H. De Smet. 2025. "Tied Together, Fried Together: Understanding Semantic Extensibility through Semantic Loss." *English Language and Linguistics* 29, no. 2: 319–335.
7. Laansalu, Tiina. 2020. "Name Transfer and Its Interpretation in Estonian Toponymy." *Keel ja Kirjandus* 63, no. 1: 3–20.
8. Lakoff, George, and Mark Johnson. 1980. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press.
9. Petrakova, J. 2015. "Naming Targets as the Sphere of Interaction of Semantic Transfer and Word Formation." *Białostockie Archiwum Językowe*, no. 15: 335–346.
10. Reszegi, Katalin. 2022. "A Cognitive Approach in Onomastics: Some Notes on Metaphorical Place-Names." *Voprosy onomastiki* 19, no. 1: 235–244. https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2022.19.1.012
11. Au Portugal, ce joli village pittoresque entouré de terrasses verdoyantes est surnommé « le petit Tibet portugais » https://www.en-vols.com/evasion/voyage/portugal-village-sistelo/ EnVols, mars 2026.
12. Cette ville, surnommée la « Venise du Portugal » https://www.en-vols.com/evasion/voyage/aveiro-venise-portugal/ EnVols, novembre 2025.
13. En Italie, ce petit village pittoresque surnommé « le balcon de la Sicile » https://www.en-vols.com/evasion/voyage/italie-sicile-chiaramonte-gulfi/ EnVols, juillet 2025
14. New York, éternelle ville-monde, https://www.en-vols.com/destination-du-mois/new-york/ EnVols, Juin 2026
15. Oubliez Venise, cette ville catalane surnommée la « Venise d'Espagne » est un joyau méconnu » https://www.en-vols.com/evasion/voyage/espagne-ville-empuriabrava-venise-catalane/ EnVols, avril 2026.
16. Pourquoi surnomme-t-on Bucarest le Petit Paris? https://www.en-vols.com/evasion/voyage/bucarest-roumanie-petit-paris/ EnVols, septembre 2024.
17. Saba est une île préservée, pure, exceptionnelle et digne d'admiration, https://www.en-vols.com/evasion/voyage/ile-caraibes-saba/ EnVols, novembre 2025