

**Пантелеенко Олеся Александровна**  
кандидат филологических наук, доцент,  
зав. кафедрой романского языкознания  
Белорусский государственный университет  
г. Минск, Беларусь

**Alessia Panteleenko**  
PhD in Philology, Associate Professor,  
Head of the Department of Romance  
Linguistics,  
Belarusian State University,  
Minsk, Belarus  
alessia@list.ru

ТЕМАТИЧЕСКОЕ И ЯЗЫКОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ЭРГОНИМОВ  
ИТАЛЬЯНСКОЙ ОБЛАСТИ ВАЛЛЕ Д'АОСТА

(на материале наименований отелей)

THEMATIC AND LINGUISTIC DIVERSITY OF ERGONOMICS  
IN THE VALLE D'AOSTA REGION OF ITALY

(Based on Hotel Names)

В данной статье представлена попытка изучить способы образования названий отелей итальянской области Валле д'Аоста. В начале исследования осуществляется обзор факторов, которые повлияли на языковую ситуацию в регионе. Затем проводится систематизация материала исследования на основе языкового признака и анализируется тематическая вариативность эргонимов. Исследование позволяет сделать выводы о роли французского, итальянского и английского языков в образовании языкового пространства вальдостанского региона.

*К л ю ч е в ы е с л о в а: французский язык; итальянский язык; английский язык; билингвизм; мотивационный признак.*

This article presents an attempt to study the ways of forming the names of hotels in the Italian region of Val d'Aosta. At the beginning of the study, a review of the factors that influenced the language situation in the region is carried out. Then the research material is systematized on the basis of a linguistic attribute and the thematic variability of ergonyms is analyzed. The study allows us to draw conclusions about the role of French, Italian and English in the formation of the language space of the region of Val d'Aosta.

*Key words: French language; Italian language; English language; bilingualism; motivational attribute.*

В последние десятилетия развитие антропоцентрической парадигмы в лингвистике находится в неразрывной связи с интересом филологов к проблеме взаимодействия языка и культуры (В. Гумбольдт, Э. Сепир, Б. ли Уорф, Ф. Боас.). Ученые, разрабатывающие эту тематику, заложили основы изучения лингвистического объекта через понятия языковой картины мира и коммуникативного пространства и аргументировали появление лингвокультурологии. В рамках данного научного течения активно исследуется языковой ландшафт городской среды, его зависимость от исторических, политических, демографических и географических факторов.

Исследования лингвистов в области коммуникативных составляющих городского пейзажа [1; 2; 3; 4; 5] доказывают, что городской текст позволяет создавать сложные ассоциативные связи с историей города, объединять исторические пласты с культурной традицией социума [6]. Кроме того, динамика развития языкового пространства любого города, региона обнаруживает, что изменение геополитической ситуации приводит к изменению привычек, традиций, ментальности человека, что, в свою очередь, влияет на выбор приоритетов при назывании городских объектов и формировании языка города. Таким образом, изменения в жизни социума влекут за собой трансформации в городском пространстве, а язык города хранит память об этих изменениях и является ключом к расшифровке идентичности, в частности региональной. Актуальность таких работ состоит в том, что имена собственные, будучи национально-специфическими языковыми и культурными знаками, способны отражать социальные процессы, происходящие в обществе, а также маркировать лингвистические предпочтения населения.

Вышесказанное позволяет говорить о важной роли исследований, целью которых является разноаспектное изучение *эргонимов*. Под эргонимом в работе понимается собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка [7, с. 151]. Внимание к ономастическому пространству итальянской области Валле д'Аоста, расположенной на границе с Францией, объясняется уникальной социолингвистической ситуацией, которая исторически сформировалась на данной территории. Регион Валле д'Аоста имеет автономный статус с 26 февраля 1948 г., а в качестве официальных языков здесь на государственном уровне признаны итальянский и французский.

Активное распространение французского языка в области и его статус государственного наравне с итальянским связаны с географическим положением, а также историческим развитием данного региона.

Существуют источники, подтверждающие, что в XV веке обучение грамоте велось приходскими священниками на французском языке. Уже в это время французский становится официальным языком делопроизводства в долине Аоста на основе указа герцога Савойского Эмануила Филиберта. Этот статус сохранялся за французским языком вплоть до 1861, когда объединение королевств, разбросанных на территории Апеннинского полуострова в одно государство, делает актуальным внедрение единого языка для населения. Французский начинает сдавать свои позиции в начале Первой мировой войны, когда миграционные волны способствовали вымыванию коренного населения, владевшего французским языком. Усугубил ситуацию фашистский режим. В 1925 г. в Италии были упразднены языки меньшинств, к которым относился и французский. За период господствования фашизма начальная школа была полностью итальянизирована. В это время происходит и активная итальянизация топонимов Вальдостанского региона. Следует, однако, отметить, что вальдостанская интеллигенция, представители като-

лической церкви, местная знать постоянно ведут борьбу за восстановление в правах французского языка. Эта борьба принесла свои плоды, в 1948 г. Валле д'Аоста получает статус автономного региона и возвращает паритетность французского и итальянского языков на официальном уровне.

Изучая современную языковую ситуацию в Валле д'Аоста, лингвисты сходятся во мнении о постепенном отмирании французского языка в данном регионе и отмечают парадокс сложившейся языковой ситуации, заключающийся в том, что, имея статус официального языка наравне с итальянским, французский изучается только в школе, на нем не говорят в семьях. Исчезновение французского языка в регионе подтверждается фактами: теоретически обучению французскому языку уделено 50 % академического времени, однако фактически выполняется это лишь в начальной школе; должностные лица не обязаны знать французский язык; нет никакого официального предписания делать надписи, например, на плакатах, афишах, объявлениях и т.п., на обоих официальных языках [8, с. 90–91].

Интересно проследить, как эта региональная языковая ситуация отражается на выборе названий коммерческих предприятий, в частности отелей. Объектом исследования является одна из разновидностей эргонимических единиц – названия отелей, расположенных в регионе Валле д'Аоста. Материалом исследования послужил онлайн-сервис бронирования Booking.com. В поисковую строку было введено название «Валле д'Аоста». Система предложила около 1000 объектов размещения, относящихся к различным видам, среди них апартаменты, отели и т.п. Выборка формировалась с учетом фильтра «отель», что позволило отобрать 187 наименований отелей в качестве единиц для анализа.

Систематизация материала исследования по языковому признаку привела к выделению четырех групп: номинации, созданные с использованием итальянского, французского и английского языков, а также гибридные номинации.

Итальянскими, французскими и английскими мы считаем номинации как исконного, так и заимствованного характера, графически оформленные в соответствии с нормами соответствующего языка.

Например, в разряд итальянских входят такие эргонимы, как «*La Madonnina del Gran Paradiso*», «*Hotel Lo Scoiattolo*», «*Hotel Stella Del Nord*» и т.п.

В составе группы «французские» размещены эргонимы типа «*Petit Dahu*», «*Hotel Vallée Blanche*».

Группа «английские» представлена эргонимами на английском «*Grand Hotel Royal E Golf*», «*Aosta Hotel & Balcony SPA*».

В группу «гибридные» входят названия, в которых в различных комбинациях представлены итальянский, французский, английский, немецкий и шведский языки. Например, «*Hotel Residence Universo*», «*Residence Hotel Moderno*», «*Residence Felik*».

Количественный анализ показал, что наиболее многочисленной является группа франкоязычных эргонимов, она включает 102 единицы. Группа италоязычных представлена 44 названиями отелей, гибридные номинации встречаются в 20 примерах, группа англоязычных номинаций состоит из 21 примера. Наглядно данная информация представлена в таблице.

Количественная характеристика эргонимов региона Валле д'Аоста по языковому признаку

Языковая характеристика	Кол-во, единицы	Кол-во, %	Пример
Итальянские	44	23,5	« <i>La Madonnina del Gran Paradiso</i> », « <i>Hotel Miramonti</i> », « <i>Hotel Lo Scoiattolo</i> », « <i>Hotel Stella Del Nord</i> »
Французские	102	54,5	« <i>Petit Dahu</i> », « <i>Hotel Vallée Blanche</i> »
Английские	21	11,3	« <i>Grand Hotel Royal E Golf</i> », « <i>Aosta Hotel &amp; Balcony SPA</i> »
Гибридные (фр, итал., англ., швед.)	20	10,7	« <i>Hotel Residence Universo</i> » (фр., итал.), « <i>Residence Hotel Moderno</i> » (фр., итал.), « <i>Residence Felik</i> » (фр., швед.)
Всего	187	100	

Таким образом, приходим к выводу о том, что, несмотря общепринятое учеными мнение об угасании роли французского языка в регионе, существуют области его функционирования, в которых французский язык не сдает свои позиции. Как выясняется, одна из них – это название отелей.

Следующий этап исследования связан с изучением тематической вариативности эргонимов. Для решения задач данного этапа была предпринята попытка систематизации материала с учетом мотивационных признаков, которые лежат в основе названия отелей. Следует отметить, что при возникновении трудностей классификации использовалась дополнительная информация вербального и невербального характера, обнаруженная на сайтах соответствующих отелей. Такой подход позволил выделить группы эргонимов, в основе которых лежат различные мотивационные признаки: номинации лиц, названия растений, животных, географические номинации и т.п. Рассмотрим подробнее эти группы.

Группа эргонимов, мотивированных номинациями лиц, включает несколько разрядов: имена собственные, род деятельности, социальный статус. Наименования отелей, созданные на основе антропонимов, пред-

ставлены в следующих примерах: «*Hotel Elena*», «*Locanda Rita*». Использование рода деятельности и социального статуса в названиях обнаруживается в таких эргонимах, как «*Hotel Tavernier*» (*tavernier* фр. ‘трактирщик’), «*Duca d’Aosta Hotel*» (*duca* итал. ‘князь, граф’).

Группа «фитонимы» выделена на основе эргонимов с мотивирующим признаком ‘названия растений’, например, «*Hotel Des Roses*» (*roses* фр. ‘розы’), «*Hotel Bouton d’Or*» (*bouton d’or* фр. ‘лютик’).

Группа «топонимы» с мотивирующим признаком ‘географические названия, сообщающие о месте расположения’ включает в себя различные лексемы, отсылающие к названию городов, гор, рек, озер и т. п. Так, топонимические названия создаются от оронимов – названий поднятых форм рельефа, например, «*Albergo Punta Zerbion*» (*Zerbion* – гора Зербион), «*Hotel Vallée Blanche*» (*Vallée Blanche* фр. ‘Белая долина’); полисонимов, собственного имени города, например, «*Hotel Roma*», «*Hotel Miravidi a Cervinia*»; макротопонимов, например, «*Hotel California*», «*Hotel Europa*».

Группа «зоонимы» представлена наименованиями, мотивированными названиями животных: например, «*Residence Le Marmotte*» (*le marmotte* итал. ‘сурки’), «*Hotel Lo Scoiattolo*» (*lo scoiattolo* итал. ‘белка’).

Группа «библейзмы» включает названия отелей с мотивирующим признаком ‘христианские ассоциации’, основанные на библейском контексте. Такие эргонимы обычно являются метафорическими и описывают различные качества или оценку места номинатором. Например, в основе названия «*Chalet Eden*» лежит метафорический перенос. Входящие в его структуру лексемы *Chalet* ‘шале’ и *Eden* ‘Эдем’ привлекают внимание и призывают сравнить пребывание в отеле с состоянием вечной совершенной жизни, отсылая к одноименному саду, описанному в Библии.

Для выделения отдельной группы эргонимов послужил мотивирующий признак ‘стиль объекта размещения’: например, «*Hotel La Grange*» (*la grange* фр. ‘амбар’), «*Hotel Gran Baita*» (*la baita* итал. ‘хижина’). Такие названия основаны на метонимическом переносе, который связывает название с архитектурными особенностями зданий отелей, дизайном их комнат.

Было обнаружено незначительное количество эргонимов (менее 0,5 %), не включенных ни в одну группу. Например, «*Hotel Bijoux*» (*bijoux* фр. ‘украшение’), «*Hotel Joli*» (*joli* фр. ‘красивый’), «*Hotel Rendez-vous*» (*rendez-vous* фр. ‘встреча’). Причиной этого послужила их малочисленность и сложность установления мотивационного признака.

Следует отметить, что синтагматические эргонимы относятся к гибриднему типу со сложной мотивацией. Это связано с тем, что различные компоненты названий отелей могут иметь отличные мотивирующие признаки. Так во внутренней форме названий могут быть отражены одновременно а) топоним и вид дополнительных услуг, оказываемых в отеле («*Relais Mont Blanc Hotel & Spa*»); б) фитоним и вид дополнительных услуг, оказываемых в отеле («*Hotel Boton D’Or & Wellness*»); в) стиль объекта размещения

в сочетании с антропонимом и видом дополнительных услуг («*Chalet François Ski & Spa Rooms*»). Особенностью синтагматических эргонимов является принадлежность их компонентов к разным языкам.

Количественная обработка материала исследования показала, что среди названий отелей на французском и итальянском языках наиболее представленными являются эргонимы, образованные на основе топонимов и номинаций лиц. При этом не наблюдается взаимосвязи мотивационного признака и языкового. Функционирование английского языка ограничивается обозначением дополнительных услуг отеля (Spa, Ski, Wellness), вероятно, поэтому он работает в группе «стиль объекта размещения» и в синтагматических эргонимах.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Обнаруженное доминирование французского языка при систематизации материала по языковому признаку в некоторой степени противоречит утверждениям исследователей об угасании языка на территории Вальдостанского региона. Можно предположить, что в некоторых сферах жизнедеятельности вальдостанцев его использование является предпочтительнее итальянского. Например, в туристической сфере французский целесообразно использовать как инструмент международного общения, который эффективнее воздействует на туристов.

Анализ тематической вариативности эргонимов позволил определить в качестве мотивирующих признаков номинации лиц, топонимы, зоонимы, фитонимы, библеизмы, стиль объекта размещения. При этом английский язык появляется в названиях для обозначения дополнительных услуг отелей и чаще – в группе «стиль объекта размещения» и в синтагматических эргонимах. Что касается французского и итальянского языков, они служат для образования всех выделенных групп, среди которых наиболее частотными являются названия с мотивирующей основой «номинации лиц» и «топонимы».

## ЛИТЕРАТУРА

1. Кубрякова, Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки слав. культур, 2004. – 560 с.
2. Поплавская, Т. В. Поликультурная идентичность в контексте городского пейзажа [Электронный ресурс] / Т. В. Поплавская. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/polikulturnaya-identichnost-v-kontekste-gorodskogo-peyzazha>. – Дата доступа : 14.12.2021.
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та им. М. В. Ломоносова, 2000. – 624 с.

4. *Backhaus, P.* Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo / P. Backhaus. – Clevedon : Multilingual Matters. 2007. – 158 p.
5. Linguistic landscape and language awareness by young children: A case study in Montreal / D. Dagenais [et al.] // Linguistic landscape: Expanding the scenery / E. Shohamy, D. Gorter (Eds.). – N. Y. : Routledge, 2009. – P. 253–269.
6. *Кузнецова, А. В.* Концепт города: код культуры и нарратив [Электронный ресурс] / А. В. Кузнецова, И. А. Петрулевич. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-goroda-kod-kultury-i-narrativ>. – Дата доступа : 02.05.2022.
7. *Подольская, Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – 2-е изд. – М. : Наука, 1988. – 170 с.
8. *Лиходкина, И. А.* Французский язык в Валле-д’Аоста: вчера и сегодня / [Электронный ресурс] / И. А. Лиходкина. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/frantsuzskiy-yazyk-v-valle-d-aosta-vchera-i-segodnya>. – Дата доступа : 14.12.2021.

*Поступила в редакцию 18.05.2022*