

Пантелеенко О. А.

г. Минск,

Белорусский государственный университет

РОЛЬ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЛАНДШАФТА ИТАЛИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЭРГОНИМОВ РЕГИОНА ВАЛЬ Д'АОСТА)

Интерес к изучению французского языка в ономастическом пространстве вальдостанского региона обусловлен социолингвистической уникальностью данной территории. С 26 февраля 1948 г. в качестве официальных языков здесь признаны итальянский и французский, а за самим регионом закреплен статус автономного (*Statut spécial de la Vallée d'Aoste / Statuto speciale della Valle d'Aosta*). Актуальность исследования обусловлена важностью эргонимов в повседневной жизни населения: имена собственные, будучи национально-специфическими языковыми и культурными знаками способны отражать социальные процессы, происходящие в обществе, а также маркировать лингвистические предпочтения населения. Данная работа посвящена определению роли французского языка в лингвистическом ландшафте вальдостанского региона Италии.

Объектом исследования является одна из разновидностей эргонимических единиц – названия отелей, расположенных в регионе валь д'Аоста.

В связи с постоянным изменением числа эргонимов наше исследование носит выборочный характер. Материалом исследования послужил онлайн-сервис бронирования *Booking.com*. В поисковую строку было введено название «валь д'Аоста», а также установлен фильтр «отель», что позволило сформировать выборку единиц для анализа. Она состоит из 84 наименований, которые в дальнейшем подверглись многоаспектному изучению.

На первом этапе исследования была установлена степень представленности франкоязычных наименований в выборке. Было выявлено, что для номинации отелей в регионе валь д'Аоста в основном используются французский и итальянский языки, кроме того, обнаружены единичные случаи использования английского и шведского языков. В ходе анализа было принято решение классифицировать эргонимы по языковой принадлежности на итальянские, французские, английские и гибридные. Уточним, какие эргонимы относятся к каждой из названных групп.

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 Miramonti*», «*Hotel Lo Scoiattolo*», «*Hotel Stella Del Nord*» и т. п.

В составе группы «французские» размещены эргонимы типа «*Petit Dahu*», «*Le Charaban*», «*Hotel Vallée Blanche*», «*Hotel Diana Jardin et Spa*».

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

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

Следует объяснить распределение по группам эргонимов, в состав которых входит имя существительное «*hotel*». Оно принадлежит к разряду интернациональных и имеет практически одинаковое написание во всех языках, использующих латинский алфавит. Поэтому, если в состав эргонима входит компонент «*hotel*», для установления языковой принадлежности определяющим элементом был собственно ономастический.

Например, в наименовании отеля «*Hotel Saint Pierre*» явно прослеживается черты французского языка в написании антропонима Saint Pierre, а вот название «*Hotel Stella Del Nord*» содержит италоязычные лексемы и имеет синтаксическую, которая также характерна для итальянского языка. Поэтому наименование «*Hotel Saint Pierre*» было отнесено к группе франкоязычных наименований, а «*Hotel Stella Del Nord*» италоязычных наименований.

Таким образом, если имя существительное «*hotel*» сопровождается французским именем, было принято решение относить единицу к группе франкоязычной, несмотря на обязательность диакритического знака над буквой «*o*», т. е. «*hôtel*». Если компонент «*hotel*» сопровождается итальянским именем, то, эргоним относился к италоязычной группе, если английским, то к группе «*другие*».

Также следует уточнить, каким образом производилась систематизация эргонимов с компонентом «*резиденция*». Данное имя существительное по-английски пишется «*residence*», по-французски «*résidence*», по-итальянски «*residenza*». Учитывая, что графическое оформление во французском и английском языке отличается лишь диакритическим знаком «*accent égu*», языковая принадлежность названия отеля устанавливалась по ономастическому компоненту. Например, в группу франкоязычных эргонимов были включены такие названия как «*Residence Le Marmotte*», «*Residence Oberteil*», в группу гибридных – «*Residence Hotel Moderno*», в группе италоязычных эргонимов не обнаружено единиц с компонентом «*residenza*».

Количественный анализ привел к следующим выводам: наиболее многочисленной является группа франкоязычных эргонимов, она включает 44 единицы, группа италоязычных представлена 15 названиями отелей, гибридные номинации встречаются в 20 примерах, группа «*другие*» состоит из 8 эргонимов.

Доминирование французского языка для номинации отелей обусловлена, на наш взгляд следующими факторами: Валь д'Аоста единственный регион Италии, который имеет общую границу с Францией, лингвистические франко-вальдостанские контакты восходят ко времени возникновения самого французского языка, т. е. к IX в. [1, p. 196 – 197].

На втором этапе исследования были выявлены структурные особенности в номинации отелей вальдостанского региона. Следует обозначить, что мы будем принимать за единицу анализа. Поисковая система Booking.com предлагает различные по композиции названия отелей. Некоторые в пре-, интер- и постпозиции имеют имя существительное («hotel», «albergo», «résidence» и т. п.), идентифицирующее типологию объекта проживания. Например, «Hotel Bellevue», «Albergo Punta Zerbion», «Laghetto Alpine Hotel & Restaurant». В ряде примеров такие существительные отсутствуют: «Le Coeur du Pont».

В исследованиях ученые по-разному подходят к вопросу, какие компоненты включать в структуру эргонима. В одних при анализе не учитываются артикли, такой подход авторы аргументируют служебным статусом артикля [2, с. 306]. В других в состав эргонима не включается обязательная часть наименования предприятия, обозначающая организационно-правовую форму. Например, в наименовании ОАО «Нефтяная компания «Лукойл»» – эргонимы: Нефтяная компания «Лукойл» (собственно наименование), «Лукойл» (оригинальное название). То есть ОАО – это не эргоним [3, с. 8]. В третьих определяется, что в структуре эргонимов присутствуют компоненты, называющие тип предприятия и тем самым, выполняющие функцию «введения в ряд» и компонент, служащий для индивидуализации и индентификации, т. е. собственно ономастическая часть [4, с. 59]. Такой подход к определению структуры эргонима, когда учитываются все его составляющие компоненты, кажется наиболее корректным.

Таким образом, за единицу анализа в данной работе принимается эргоним состоящий из компонентов, называющих тип предприятия и собственно ономастическая часть. Анализ выборки позволил обнаружить эргонимы с различными вариантами построения, которые были систематизированы на две группы.

К первой относятся названия, содержащие имя существительное, выполняющее функцию «введения в ряд» («hotel», «résidence», «albergo», и т. п.) и собственно ономастический элемент. Эта группа представлена такими эргонимами, как «Hotel Bellevue», «Laghetto Alpine Hotel & Restaurant», «Albergo Punta Zerbion».

Вторая группа состоит из наименований, которые включают лишь собственно ономастический элемент. В качестве примера приведем эргонимы «Le Coeur du Pont», «La Belle Epoque», «Cervinia Coin au Paradise».

Количественные подсчеты показали, что эргонимы первой группы является более многочисленными – 74 единицы относительно 10 эргонимов второй группы. При этом все единицы второй группы являются франкоязычными. Вероятно, можно говорить о том, что на французском языке способы номинации отелей являются более разнообразными.

Итак, анализ эргонимов итальянского региона валь д'Аоста привел к следующим выводам: во-первых, при номинации отелей предпочтение отдается французскому языку; во-вторых, структурная организация франкоязычных эргонимов более разнообразна относительно италоязычных. Данные результаты позволяют говорить об активности франко-вальдостанских

контактов, которые способствуют укреплению престижности французского языка в долине и определяют его коммерческую привлекательность при выборе названия отеля. Причина этих процессов видится в тесной взаимосвязи языковой ситуации с географическими и историческими факторами. Вместе с тем, на наш взгляд, второй вывод для достоверности требует дополнительных исследований с привлечением большего количества эргонимов, что определяет перспективу дальнейшего исследования.

Список цитированных источников

1. Bauer, R. Position et fonctions du français en Vallée d'Aoste: un aperçu historique / R. Bauer // Repenser l'histoire du français. – Chambéry : Université de Savoie. – 2014. – № 16. – P. 195–214.

2. Моисеева, И. Ю. Структурно-семантическое исследование образования эргонимов: сравнительный аспект / И. Ю. Моисеева, Е. А. Осыченко // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8, № 2 (27). – С. 305–308.

3. Фонг, Фам Ван Особенности образования и функционирования русских эргонимов (с точки зрения межкультурного контакта) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Фам Ван Фонг. – М., 2012. – 229 с.

4. Хоанг, Тхи Бен Эргонимы городов Минска и Ханоя: компонентный состав и грамматическая структура / Тхи Бен Хоанг // Веснік БДУ. Сер. 4. – 2016. – № 1. – С. 56–61.