

**ФИЛОЛОГИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И
СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА
PHILOLOGY. THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE
LINGUISTICS**

Научная статья
УДК 81'42+81'373

Филологические науки
<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2026.9.1.73-82>

**ИТАЛЬЯНСКИЕ ВКРАПЛЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ
ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУТЕВОДИТЕЛЯ
“EXPERIENCE FLORENCE”)**

Н.Н. Бобырева

*Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Республика Татарстан,
Россия*

Nathalienb@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4680-7902>

Аннотация. Целью статьи является раскрытие роли итальянских вкраплений в англоязычном туристическом дискурсе. Исследование осуществлено на материале текста книги Л. Артузи “Experience Florence”, представляющей собой путеводитель по Флоренции. Актуальность исследования обусловлена устойчивым общественным интересом к межкультурной коммуникации в сфере туризма и научно-лингвистическим интересом к языковой организации текстов, обслуживающих туристическую отрасль. На современном этапе в лингвистической науке сохраняется потребность исследования межъязыкового взаимодействия, а также изучению средств придания тексту оригинальности, аутентичности, и достоверности. Подчеркивается важность функционирования итальянских имен собственных, включения цитат на итальянском языке и других вкраплений для описания городских достопримечательностей, создания атмосферы, обеспечения доступности для потенциального реципиента текста. В качестве ключевых методов исследования выступили методы семантического и контекстуального анализа, дескриптивный метод. Описывается функционирование антропонимов и урбанонимов, включая наименования улиц, музеев, площадей, мостов и др. Анализируется включение итальянских цитат, надписей на памятниках и т.п. Итальянские имена собственные позиционированы как смыслообразующие элементы текста. Представлены примеры из исследуемого текста, иллюстрирующие функционирование италоязычных элементов, использующихся для сообщения понятий, значимых с точки зрения информационной и коммуникативной функций путеводителя как жанра туристического дискурса.

Ключевые слова: туристический дискурс; имя собственное; атропоним; урбаноним; цитата; вкрапление

Для цитирования: Бобырева Н.Н. Итальянские вкрапления в англоязычном туристическом дискурсе (на материале путеводителя “Experience Florence”). *Казанский лингвистический журнал*. 2026;9(1): 73–82. (In Eng.) <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2026.9.1.73-82>

Original article

Philology studies

<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2026.9.1.73-82>

ITALIAN INSERTIONS IN THE ENGLISH TOURISM DISCOURSE (BASED ON THE GUIDEBOOK “EXPERIENCE FLORENCE”)

N.N. Bobyрева

Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Republic Tatarstan, Russia

Nathalienb@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4680-7902>

Abstract. The aim of the article is to reveal the role of Italian insertions in the English-language tourism discourse. The study was based on the text of the book by L. Artusi “Experience Florence”, which is a guide to Florence. The relevance of the study is due to the stable social interest in intercultural communication in the field of tourism and linguistic interest in the language organization of texts serving the tourism industry. At the present stage, linguistics still needs to study interlingual interaction, as well as the means of giving originality, authenticity, and reliability to the text. The importance of the functioning of Italian proper names, the use of quotations in Italian and other insertions to describe city attractions, create the atmosphere, and ensure accessibility for a potential recipient of the text is emphasized. The key research methods were those of semantic and contextual analysis, and the descriptive method. The article describes the functioning of anthroponyms and urbanonyms, including names of streets, museums, squares, bridges, etc. The inclusion of Italian quotations, inscriptions on monuments, etc. is analyzed. Italian proper names are positioned as meaning-forming elements of the text. Examples from the text under study are presented, which illustrates the functioning of Italian-language elements used to convey concepts that are significant from the point of view of the informational and communicative functions of the guidebook as a genre of tourism discourse.

Keywords: tourism discourse; proper name; anthroponym; urbanonym; quotation; insertion

For citation: Bobyрева N.N. Italian insertions in the English tourism discourse (based on the guidebook “Experience Florence”. *Kazan Linguistic Journal*. 2026;9(1): 73–82. (In Russ.) <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2026.9.1.73-82>

Туризм является одной из самых развивающихся и востребованных отраслей в современном мире. Коммуникация в сфере туризма связана с когнитивной деятельностью общества и характеризуется взаимодействием языков и культур. Основной целью туристического дискурса выступает создание положительного образа объекта, представление аттрактивной для реципиента информации [1]. В работе Т.Н. Хомутовой, М.Г. Денисенко описывается интегральная метамодель туристического дискурса как рассредоточенный объект, включающий когнитивный, языковой, культурный и социальный секторы, единицы которых актуализуются в процессе коммуникации [2]. Туристическому дискурсу свойственно наличие рекламных стратегий, лингвокогнитивных приемов, тематически маркированной лексики и средств выразительности [3]. Пу-

теводители как один из жанров туристического дискурса характеризуются своей языковой и прагматической спецификой, а на структуру описания объектов влияет язык, на котором представлена информация, языковая личность автора и принятые стандарты [4]. Коммуникативные задачи, стоящие перед автором путеводителя, влияют на языковую организацию создаваемого текста, его графический образ, выбор лексических средств и стилистических приемов.

Специфика объекта описания также неизбежно отражается в лексическом наполнении дискурса. Тексты туристической сферы характеризуются интердискурсивностью, прежде всего включением описаний предметов искусства (архитектуры, живописи). В туристическом дискурсе происходит вербализация искусства, интерпретирующая мысль автора, а также различные символы и образы [5]. Представляется информация об истории репрезентуемого объекта, экстерьере и внутреннем убранстве зданий, особенностях городского ландшафта. Коммуникативной целью автора книги выступает приглашение читателя погрузиться в атмосферу города, привлечение потенциальных туристов.

Анализируемый текст – путеводитель "Experience Florence" (2007) на английском языке под авторством Лучано Артузи, сочетающий представление городского искусства, истории и анекдотов, объемом 184 страницы [6]. Флоренция традиционно является одним из туристических центров Италии, богатым на достопримечательности, объекты культуры и искусства. Путеводитель снабжен цветными фотографиями, картами города, что обеспечивает поликодовость дискурса. Особое внимание уделяется графическому образу текста – оформлению курсивом или жирным шрифтом особо значимых с коммуникативной точки зрения элементов текста, посредством чего автор заостряет внимание читателя на определенных словах и фразах. В частности, к таким единицам относятся италоязычные вкрапления, т.е. использование итальянских языковых единиц с сохранением фонетических и грамматических признаков, указывающих на их иносистемный характер [7]. Вкрапления являются универсальными с точки зрения стилистической функциональности – они используются в текстах раз-

личных стилей, например художественных текстах, текстах интернет-пространства и др. [8; 9]. Текст туристической сферы является инструментом продвижения локальной культуры и языка [10]. Это предполагает обращение к языковым средствам, передающим национальный колорит, культурное своеобразие, определенные ассоциации.

Потенциальными реципиентами англоязычных текстов сферы туризма выступает очень широкий круг людей, принадлежащих разным этнокультурам, имеющих разный социокультурный опыт, уровень образования и владения иностранными языками. Для снятия возможных лингвистических затруднений у читателя в текст включаются пояснения относительно итальянских наименований. Приведем следующее предложение в качестве иллюстративного примера: 1) *In the fourteenth century it was known as the “New” Piazza di Santa Maria Novella to distinguish it from the “old” or **vecchia** piazza which is today’s Piazza dell’Unità Italiana* [6]. В данном контексте читатель воспринимает слова *new* и *novella*, *old* и *vecchia* как межъязыковые эквиваленты благодаря корректной подаче информации. Представим следующий пример: *The Italian word for lullaby is **ninna-nanna**, hence the Florentines called this painting of the Virgin looking like all mothers who sing their infants to sleep, “La Ninna”. <...> the street name was changed from Via di San Pier Scheraggio – for the church – to **Via della Ninna*** [6]. В данном фрагменте автор раскрывает историю и происхождение названия улицы, апеллируя к итальянскому языку и реалиям, что не только информирует читателя, но и облегчает восприятие текста. Рассмотрим следующий контекст: *In the Middle Ages it was the fulcrum for the city’s division into **quartieri** or districts, as well as the symbol of the market’s abundance of foods* [6]. В данном предложении итальянское слово *quartieri* соотносится с английским эквивалентом *districts*, что вводится в текст посредством союза *or*. Представление оригинального варианта названия и его англоязычного аналога – это попытка придать тексту элемент аутентичности, при этом делая его максимально понятным. В некоторых контекстах автор дает более подробные объяснения относительно грамма-

тических, фонетических, этимологических характеристик итальянских номинаций: 1) *Curiously enough, ever since the beginning Florentines have called it **Santa Trinita**, and not **Santissima Trinità**, i.e. **The Most Holly Trinity** as would be liturgically and grammatically more correct – with the accent on the last syllable* [6]. 2) *The punishment was called **Acculata** or **Acculattata** from the verb **acculattare** meaning to lift up and then set down with a bump* [6]. Оптимальное сочетание лингвистической и энциклопедической информации помогает автору знакомить читателя с экстралингвистическими понятиями и этимологией наименований.

Итальянские вкрапления также имеют функцию соблюдения подлинности, придания точности описанию. Например: 1) *Originally the corners were decorated with motifs (known as **fiamme** or **gattonate**) like those on the bell tower of the Badia and of the church of San Pier Maggiore that has since been demolished* [6]. 2) *There was a rotating cylinder with an opening facing the small window; it was here that unknown hands would place the fouldings (**innocenti** or **noncentini** or **gettatelli** are the Florentine words for fouldings)* [6]. 3) *Above, in an acute-angle tympanum, there is a low-relief carving of the cylindrical vessel with a handle – called **staio** or **moggio** used to measure grain, and feed*. Подобного рода языковые единицы выделяются графически и пунктуационно, что акцентирует их иноязычное происхождение и усиливает номинативную функцию в контексте. Они выражают специфическую информацию об описываемых архитектурных объектах, способствуют подробной характеристике деталей.

Особым лексическим пластом в ткани туристического текста выступают имена собственные. Ономастическое пространство туристического дискурса формируется из функционирующих в нем онимов различных типов. Содержание путеводителей предопределяет высокую частотность урбанонимов. Урбанонимическая картина мира отражает своеобразие восприятия и осмысления действительности, проявляет специфические черты ментальности народа [11]. К таковым относятся наименования улиц, площадей, мостов и других городских объектов на итальянском языке с графическим оформлением курсивом

или жирным шрифтом: 1) *Now we have reached **Piazza della Signoria**, that offers a wealth of fine monuments* [6]. 2) *Across the street is the **Palazzo Panciatichi**, (seat of the Tuscan Regional Council)* [6]. В некоторых случаях англоязычный вариант дублирует оригинальное название объекта: 1) *Above the fourteen tabernacles with the statues of the protector saints are medallions of the insignias or thirteen guilds and the **Tribunale di Mercatanzia** (The Merchant's Court)* [6]. 2) *The palazzo of the same name houses the **Museo della Casa Fiorentina Antica** (Museum of the Antique Florentine Home)* [6]. В данных контекстах автор отдает приоритет итальянскому наименованию; оно является первичным, о чем свидетельствует его графическое выделение, английский эквивалент при этом следует в скобках как вторичный. Итальянские лексемы *piazza*, *palazzo*, *galleria*, *museo*, *ponte*, *via*, *mercato*, *casa*, *loggia*, *porta*, *archivio* и др. в наименованиях типа *Ponte Vecchio*, *Piazza Santa Felicita*, *Palazzo Antinori*, *Casa dei Monellini*, *Loggia del Grano*, *Porta della Mandorla*, *Via dei Lamberti*, *Accademia di Belle Arti* подчеркивают уникальность объектов, их историчность, связь с национальной культурой. Именно оригинальное название в сочетании и сопроводительными иллюстрациями формируют ассоциации с конкретным городским объектом или местом в сознании реципиента туристического текста.

Имена итальянских правителей, архитекторов, ученых, поэтов и др., функционирующие в дискурсе, выступают маркерами как национальной, так и общечеловеческой культуры, важными с точки зрения межъязыкового и межкультурного взаимодействия. Прецедентные антропонимы служат источником дополнительных концептуальных знаний, развивают имеющийся когнитивный потенциал [12]. В исследуемом тексте зафиксировано использование, например, таких антропонимов, как *Dante Alighieri*, *Leon Battista Alberti*, *Leonardo da Vinci*, *Michelangelo*, *Niccolò Machiavelli*, *Francesco da San Gallo*, *Benvenuto Cellini*, *Baccio Bandinelli*, *Vincenzo Danti*, *Bartolomeo Ammannati*, *Giambologna*, *Cosimo I de' Medici*, *Francesco I de' Medici* и др. Антропонимы находятся в сильной позиции в контекстах, повествующих об исторически и культурно значимых фак-

тах, событиях, сопутствующих обстоятельствах: 1) *On this street that goes slightly uphill, in the lobby of number 2, there is an epigraph commemorating the fact that **Leonardo da Vinci** once lived on the site, in an old building that belonged to the Merchant's Guild* [6]. 2) *Work on the complex was carried on by **Giulio Parigi** in 1620 and twenty years later by his son, **Alfonso** who completed the palace by extending the façade so that it looked the way we see it today* [6]. Имена собственные, связанные с личностями, получившими широкую известность, отражают жизненный опыт национального и глобального сообществ. Они сопряжены с реалиями, относящимися к национальной культуре и мировому наследию, что существенно для содержательной стороны текстов туристической сферы.

В туристическом дискурсе также фиксируются иноязычные включения на уровне предложений. К таковым, например, относятся надписи на архитектурных объектах. В тексте путеводителя они представлены прописными буквами, за ними следует английский перевод: 1) *DOPO QUATTRO SECOLI FU COLLOCATA QUESTA MEMORIA. This memorial was placed after four centuries* [6]. 2) *IL 4 NOVEMBRE 1966 L'ACQUA D'ARNO ARRIVO' A QUESTA ALTEZZA. On 4 November 1966 the waters of the Arno reached this height* [6]. Надписи, связанные с историческими фактами, флорентийскими реалиями, дают представление об атмосфере города, обогащают культурный фон текста.

Особым типом италоязычных включений является приведение цитат. Цитата характеризуется семантической емкостью и экспрессивностью. Обращение к цитатам на языке первоисточника придает тексту такую характеристику, как документальность. Например, в одном из контекстов представлены слова Микеланджело, которые он произнес, увидев статую Святого Марка: *Se tale era la sembianza del Santo da vivo, gli si poteva credere a tutto ciò che aveva scritto, tanto mostra aria da galantuomo!* [6]. В книге приведен перевод на английский язык: *If that was how the Saint looked when he was alive, one could believe everything he wrote, he seems like such a fine man!* [6]. В качестве цитаты на итальянском языке также приведены слова Карла V о красоте колокольни Джотто: *E'degno di es-*

sere coperto e mostrato di rado. Оригинальная фраза сопровождается англоязычным переводом: *It should be covered and only shown on special occasions* [6]. Прием цитации подчеркивает достоверность информации, апеллируя к авторитетности цитируемых личностей, а также выполняет оценочную и экспрессивную функции.

Таким образом, иноязычные вкрапления (в данном случае итальянские) выполняют в англоязычном туристическом дискурсе текстообразующие функции и обусловлены прагматически. Они используются для подкрепления и обогащения смыслового плана текста. К подобным включениям относятся архитектурные термины, урбанонимы, наименования уникальных объектов, антропонимы, надписи на архитектурных памятниках, цитаты и др. С одной стороны, их функционирование в тексте обеспечивает информативность, достоверность, точность. С другой стороны, их использование имеет стилистические функции, поскольку включения на иностранном языке придают тексту аутентичность, аттрактивность, экспрессию, образность. Наличие иноязычных лексем в англоязычном туристическом дискурсе повышает его познавательную эффективность как в языковом, так и в энциклопедическом плане. С лингвокультурологической точки зрения, вкрапления выполняют функцию отсылок к прецедентным феноменам. Возможные сложности восприятия итальянских вкраплений читателем снимаются благодаря пояснениям и комментариям автора и представленному переводу.

Список литературы

1. Кириллова Ю.Н. Специфика функционирования метафоры в туристическом дискурсе (на материале немецкого и русского языков). *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2022; 1 (164): 265–270.
2. Хомутова Т.Н., Денисенко М.Г. Туристический дискурс: интегральный подход. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика*. 2021; 18 (4): 81–84.
3. Семушина Е.Ю., Дзивицкая М.В. Стилистические особенности репрезентации категории аттрактивности в туристическом дискурсе (на материале английского, русского и итальянского языков). *Казанская наука*. 2024; 4: 409–411.
4. Инь Ц. Структура описания достопримечательностей в русско- и китайскоязычном туристическом дискурсе (на примере описания Великой Китайской стены).

Вестник Челябинского государственного университета. 2021; 9 (455). *Филологические науки.* Вып. 126: 200–205.

5. Оломская Н.Н., Бажан А.С. Искусствоведческий дискурс: специфика и классификация. *Казанский лингвистический журнал.* 2022; 5 (3): 346–359.

6. Artusi L. *Experience Florence. A unique tour of the city's art, history and anecdotes.* Florence: Comune di Firenze, Assessorato al Turismo; 2007.

7. Жеребило Т.В. *Словарь лингвистических терминов.* Изд. 5-е, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим»; 2010.

8. Голубкова Е.Е., Канашина С.В. Романские вкрапления в дискурсивном пространстве интернет-мемов. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки.* 2022; 13 (868): 24–28.

9. Олейникова О.Н. Иноязычные вкрапления в текстах художественного стиля А.А. Ахматовой. *Известия Воронежского государственного педагогического университета.* 2022; 1 (294): 195–199.

10. Абрамова Е.И. Иноязычные вкрапления и экзотическая лексика в текстах туристических сайтов: форма и функционирование. *Современные лингвистические и методико-дидактические исследования.* 2020; 2 (46): 148–159.

11. Дорофеев М.Л. Урбанонимы Беларуси и Франции, отражающие физико-географические особенности местности. *Вестник Мозырского государственного педагогического университета им. И.П. Шамякина.* 2024; 1 (63): 143–148.

12. Золотарев М.В., Привалова И.В. Развитие когнитивного потенциала прецедентного антропонима. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание.* 2020; 19 (2): 159–170.

References

1. Kirillova Yu.N. Specifics of the functioning of the metaphor in the texts of the tourist advertisement (based on the German and Russian languages). *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University.* 2022; 1 (164): 265–270. (In Russ.)

2. Khomutova T.N., Denisenko M.G. Tourism Discourse: an Integral Approach. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics.* 2021; 18 (4): 81–84. (in Russ.)

3. Semushina E.Y., Dzivitskaa M.V. Stylistic peculiarities of representation of the category of attractiveness in the tourist discourse (based on English, Russian and Italian). *Kazan Science.* 2024; 4: 409–411. (in Russ.)

4. Yin Z. The structure of sights description in the Russian and Chinese discourses (on the example of the description of the Great Wall of China). *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2021; 9 (455). *Philology Sciences.* Iss. 126: 200–205. (In Russ.)

5. Olomskaya N.N., Bazhan A.S. Art Criticism Discourse Specificity and Classification. *Kazan Linguistic Journal.* 2022; 5 (3): 346–359. (In Russ.)

6. Artusi L. *Experience Florence. A unique tour of the city's art, history and anecdotes.* Florence: Comune di Firenze, Assessorato al Turismo; 2007.

7. Zherebilo T.V. Dictionary of linguistic terms. 5th edition. Nazran: LLC "Piligrim"; 2010. (In Russ.)

8. Golubkova E.E., Kanashina S.V. Romanic Insertions in English Internet Memes. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities.* 2022; 13 (868): 24–28. (In Russ.)

9. Oleynikova, O.N. Foreign language inclusions in the artistic style texts of A. A. Akhmatova. *Izvestia Voronezh State Pedagogical University.* 2022; 1 (294): 195–199. (In Russ.)

10. Abramova E.I. Foreign elements and exotic lexis in the tourist website texts: forms and functions. *Scientific Journal Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches.* 2020; 2 (46): 148–159. (In Russ.)

11. Darafeyenka M.L. Urbanonyms of Belarus and France, reflecting the physical and geographical features of the areas. *Vestnik of Mozyr State Pedagogical University named after I.P.Shamyakin.* 2024; 1 (63): 143–148. (In Russ.)

12. Zolotarev M.V., Privalova I.V. Cognitive potential development of precedent anthroponym. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics.* 2020; 19 (2): 159–170. (In Russ.)

Авторы публикации

Бобырева Наталья Николаевна –
доктор филологических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный
университет
Казань, Республика Татарстан, Россия
Email: Nathalienb.@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4680-7902>

Authors of the publication

Bobyreva Natalia Nikolaevna –
Doctor of Philology, Associate Professor
Kazan (Volga Region) Federal University
Kazan, Republic of Tatarstan, Russia
Email: Nathalienb.@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4680-7902>

**Раскрытие информации о конфликте
интересов**

Автор заявляет об отсутствии
конфликта интересов.

Conflicts of Interest Disclosure

The author declares that there is no conflict of interest.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 07.04.2025
Одобрена после рецензирования: 25.10.2025
Принята к публикации: 27.11.2025

Article info

Submitted: 07.04.2025
Approved after peer reviewing: 25.10.2025
Accepted for publication: 27.11.2025

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

The author has read and approved the final manuscript.

Информация о рецензировании

«Казанский лингвистический журнал» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за их вклад в рецензирование этой работы.

Peer review info

Kazan Linguistic Journal thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.