

АНГЛИЦИЗМЫ В ИТАЛЬЯНСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Если обратить внимание на то, как носители итальянского языка используют его в повседневной жизни, становится заметно значительное влияние англосаксонского мира на итальянское общество. Англицизмы уже давно стали неотъемлемой частью итальянской лексики, а сами говорящие свободно включают их в свою речь. Причиной этому стали научно-технологический прогресс, глобализация и возможность общения, обмена информацией, между представителями разных культур и языковых социумов, а также знакомство с их традициями.

Для изучения использования англицизмов в итальянских средствах массовой коммуникации были проанализированы авторитетные печатные издания *La Repubblica*, *Corriere della Sera*, *La Stampa*, *Corriere dello Sport*, *La Gazzetta dello Sport*, телевизионные новостные программы телеканалов Rai и группы Mediaset.

СМИ, являясь сильным и влиятельным инструментом общества, представляют собой посредников и регуляторов языкового использования. Так, журналисты, освещающие тему пандемии коронавируса, которая стала самой обсуждаемой в Италии за эти два года, ввели в оборот среди населения такие английские термины, как *lockdown* ‘изоляция, карантин’, *COVID* ‘корона-

вирусная инфекция’, *no vax* ‘противники вакцинации’, *green pass* ‘паспорт вакцинации’, *droplet* ‘распространение вируса посредством респираторных капель’, *contact tracing* ‘отслеживания контактов’ и др. Несмотря на то, что в итальянском языке есть эквиваленты данным лексемам, в итальянской прессе устоялись именно англицизмы. В контексте пандемии на мировом уровне это объяснимо и логично, поскольку английский язык является языком международного общения и англоязычная терминология стала представлять собой особую лексику, которая используется теперь повсеместно.

Анализ английских заимствований в текстах итальянских СМИ выявил большое количество англицизмов, относящихся к сферам политики (*bipartisan* ‘двухпартийный’, *intelligence* ‘разведка’, *welfare* ‘благосостояние’, *soft power* ‘мягкая власть’, *leadership* ‘лидерство’, *summit* ‘встреча’, *movimento antiglobal* ‘движение против глобализации’ и др.); экономики (*budget* ‘бюджет’, *cash dispenser* ‘банкомат’, *joint venture* ‘совместное предприятие’, *leasing* ‘лизинг’, *new economy* ‘новая экономика’, *performance* ‘достижения в экономике’, *stock options* ‘опционы на акции’ и др.); бизнеса и торговли (*business* ‘дело’, *manager* ‘управляющий’, *marketing* ‘реклама’, *open space* ‘офис открытого типа’, *part time* ‘неполный рабочий график’, *partner* ‘партнер’, *sponsor* ‘спонсор’, *staff* ‘персонал’ и др.); информационных технологий (*blog* ‘блог’, *web scrapping* ‘веб-скрейпинг’, *cyber-* ‘кибер-’, *e-waste* ‘электронные отходы’, *slot* ‘слот’, *zoom* ‘масштабирование’, *mode* ‘режим’ и др.); развлечения (*bestseller* ‘бестселлер’, *star* ‘звезда’, *gag* ‘шутка’, *gossip* ‘сплетни’, *trash* ‘мусор’, *sequel* ‘сиквел’, *show* ‘шоу’, *sketch* ‘скетч’, *veejay* ‘виджей’, *performance* ‘выступление’ и др.); моды (*bomber* ‘куртка бомбер’, *cashmere* ‘кашемир’, *lurex* ‘люрекс’, *trendy* ‘трендовый’, *sneaker* ‘кроссовки’, *sportswear* ‘спортивная одежда’, *wearable* ‘то, что можно носить’ и др.); музыки (*boogie-boogie* ‘буги-буги’, *rapper* ‘рэпер’, *singer* ‘певец’, *glam* ‘гламур’, *jazz* ‘джаз’, *pop chart* ‘чарт поп-музыки’, *sound* ‘’ и др.); спорта (*corner* ‘угловой’, *match* ‘матч’, *set* ‘сет, период’, *basket* ‘баскетбол’, *golf* ‘гольф’, *football* ‘американский футбол’, *goal* ‘гол’ и др.).

Многие из представленных терминов имеют аналоги в итальянском языке, например, *goal* ‘гол’ – *rete*, *staff* ‘персонал’ – *personale*. То, что многие англицизмы внедряются в итальянский язык уже на протяжении нескольких десятков лет, несмотря на наличие эквивалентов, может обозначать, что английский термин обогащает речь не столько с семантической точки зрения, сколько с прагматической. Каждое слово имеет ассоциативное значение в дополнение к денотативному, и ассоциативные значения англицизмов тесно связаны со странами-носителями, такими как Великобритания и США. Вероятно, престиж этих стран, их экономическое развитие содействует воссозданию ассоциации благополучия и успеха, что способствует тенденции к использованию иностранных лексем. Таким образом, употребление в речи английских слов стало своеобразной модой.

Однако существует немало английских терминов, пришедших в итальянский язык журналистики из-за отсутствия эквивалента или сжатости значения. Под сжатостью значения здесь подразумевается ситуация, когда одно английское слово может заменить целое итальянское словосочетание, как например, *performance* ‘набор достижений благодаря определенному образу действий в экономике или политике’, *e-waste* ‘электронные отходы’.

Некоторые заимствованные слова используются в итальянском языке для заполнения лакуны, как, например, слово *football*. С первого взгляда кажется, что оно является излишним заимствованием ввиду того, что в итальянском языке существует и широко используется слово *calcio* ‘футбол’, но если проанализировать контекст использования англицизма, становится понятно, что *football* употребляется в отношении американского футбола, что можно увидеть на примере названия одной из статей газеты *Corriere dello Sport*, посвященной уходу из спорта звезды американского футбола Тома Брэди: *Tom Brady lascia il football americano a 44 anni* ‘Том Брэди уходит из американского футбола в 44 года’.

Использование заимствований, в особенности из английского языка, позволяет журналистам синхронно играть двумя языками, пренебрегая иногда правилами грамматики: в словосочетании *rischio black out* ‘риск отключения электричества’ отсутствует предлог *di*, соответствующих во многих случаях родительному падежу в русском языке. Грамматически правильно данное словосочетание должно было бы выглядеть как *rischio di black out*.

Современный журналист в Италии может писать то, что он думает и что хочет, чтобы его читатели или слушатели думали. Это означает, что СМИ не только способны описывать общество посредством языка, но и моделировать язык общества посредством используемых слов. В этом ему помогает нередко более лаконичный английский язык – язык научно-технологического прогресса, инноваций, международного общения. Глобализация несомненно повлияла на язык итальянской журналистики. Распространение новостей со всего мира привело к неконтролируемому введению новых терминов, некоторые из которых сложно перевести (*pink dollar* ‘деньги, зарабатываемые в индустрии гей-развлечений’), что приводит к укреплению английских заимствований, отвечающих потребностям современного итальянского общества: англицизмы часто кратко передают обширное значение, обладают свойством ассоциации с экономическим развитием, английский язык более гибкий с синтаксической точки зрения. Английские заимствования используются в журналистике сейчас не только для заполнения лакун, но и для создания нового типа текста, необходимого в стремительно меняющемся мире: быстрого, но информативного, привлекающего читателя легким, понятным и беглым чтением.