

**А. А. Фастович**

## АНГЛИЦИЗМЫ В ИТАЛЬЯНСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ О МОДЕ

В настоящее время лексический состав многих языков пополняется за счет заимствования из английского языка. Англицизмы называют явления и понятия в различных областях человеческой деятельности и функционируют не только в традиционных текстах, но и в текстах новых медиа.

Данная работа посвящена выявлению тематической характеристики англицизмов, употребляющихся в итальянских медиатекстах о моде. Под англицизмом, вслед за датским ученым Х. Готтлибом, мы понимаем единицу языка, заимствованную из английского языка, а также вдохновленную и усиленную английскими моделями, которая используется во внутриязыковой коммуникации на языке, отличном от английского (Н. Gottlieb, 2005).

Источником материала исследования выступила онлайн версия газеты *la Repubblica*. Было проанализировано 50 статей, которые отбирались мето-

дом случайной выборки в разделе *Moda e Beauty* 'Мода и красота' за период с 26 мая по 23 сентября 2023 г. В ходе анализа статей было выявлено 314 лексических заимствований из английского языка.

В соответствии с тематической принадлежностью исследуемые англицизмы могут быть разделены на следующие тематические группы: общие понятия моды (*beauty, brand, fashion icon, macro trend, made in Italy, must have*); профессиональная деятельность в сфере моды (*beauty influencer, global artistic director, shoe designer, trend setter*); стили одежды (*athleisure, glam, menswear, womenswear, workwear*); фасоны одежды (*cropped, short baggy, skinny, slinky, slip-dress*); одежда унисекс (*blazer, catsuits, jeans, jorts, trench, t-shirt*); женская одежда (*bike shorts, bikini, body, stirrup pant*); мужская одежда (*briefs, smoking, suit*); обувь (*biker boots, chunky boots, flip flop, jelly shoes, slingback*); аксессуары (*bucket hat, crossbody, frame bag, satchel bag, smiley pocket*); ткани, материал (*cashmere, fishnet, latex, poli-viscosa, metal mesh*); цветообозначения, расцветки (*green, neon, tartan, total black*); макияж (*contouring, make-up, nude*); «оценочная» лексика (*cool, eye-catching, luxury, super sexy*); современные информационные технологии (*app, Instagram, like, post, selfie, social media, social network*); гастрономия (*chips, fast food, French fries, hamburger*); развлечения (*performance, show, trunk show*); высшее общество (*celebrities, glamour, shooting, vip*); музыка (*pop, popstar, rapper, rock*); спорт (*basket, fitness, sport, tennis, tenniscore, workout*).

Проведенный анализ показывает, что в итальянских медиатекстах о моде функционирует большое количество английских заимствований, обозначающих предметы и понятия, непосредственно связанные с миром моды; также в исследуемых текстах используются заимствования из смежных областей, таких как музыка, спорт, гастрономия, развлечения, высшее общество, современные информационные технологии.