

ПРОБЛЕМЫ АНГЛИЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКЕ

Н. Г. Закутская, И. В. Побегайло

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 июня 2014 г.

Аннотация: статья посвящена анализу английских заимствований в итальянском языке. Особое внимание уделено причинам их появления. В качестве исследовательской задачи авторами была предпринята попытка определить сферу употребления англицизмов и выявить их грамматические особенности.

Ключевые слова: заимствования, англицизмы, итальянский язык, ассимиляция, адаптация.

Abstract: the article is devoted to the analysis of English borrowings in Italian. Particular attention is paid to the reasons of their appearance. The aim of the research was an attempt to determine the English borrowings sphere of use and identify their grammatical features.

Key words: borrowings, Anglicism, Italian, assimilation, adaptation.

Непрерывное изменение экстралингвистических факторов в современном мире порождает ситуации, при которых языки вступают в контакт друг с другом в сложных мультикультурных обстоятельствах, что приводит к значительным изменениям внутри самих языков и к возникновению многочисленных неологизмов-заимствований.

Заимствование лексики англо-американского происхождения и ее структурно-семантическая адаптация – закономерные явления во многих языках, в том числе в итальянском. Его лексическая система с разной степенью интенсивности пополняется новыми языковыми единицами, которые активно взаимодействуют с его исконными элементами. Итальянская Академия делла Круска посвятила целый раздел своего сайта неологизмам-заимствованиям, цитируя десятки новых образований, пополняющих лексику итальянского языка [1].

Языковые заимствования – факты, перенесенные в какой-либо язык из другого языка. Заимствоваться могут отдельные слова, их сочетания и формальные части слов, т.е. основы и аффиксы, а также синтаксические обороты. Звуки чужого языка могут усваиваться независимо от слов и переноситься на слова своего языка только в том случае, если говорящему приходится очень часто говорить на этом чужом языке. Заимствования из других языков подчиняются законам, действующим в усвоившем их языке, и подвергаются тем же изменениям [2].

Некоторые англицизмы, опосредованные латынью, появились в итальянском языке еще в XVIII в.: *adepto, colonia, costituzionale, inoculare, legislatura, parziale, petizione*. XIX и XX века принесли их в еще

большем объеме, во многом благодаря появлению газет, а также популярности в Италии романов Вальтера Скотта и Джеймса Финимора Купера: *antidiluviano, autobiografia, gentleman, inflazione, milady, whisky, pellerossa* (и его калька *viso pallido*), *sceriffo* (изначально арабизм). Большая часть англицизмов, или, точнее, англо-американизмов, вошла в итальянский язык после Второй мировой войны. По словам Ивано Пакканьелла, профессора Падуанского университета, занимающегося проблемами исторического и современного языкознания, многие из этих англицизмов уже прочно укоренились в итальянской лексике и используются повсеместно итальянцами всех возрастов: *jeans, killer, kit, okay, partner, punk, puzzle, scout, spray, west*. Профессор Пакканьелла прямо называет английский язык культурным адстратом по отношению к итальянскому, отмечая, что такие факторы, как миграция населения, торговые и культурные связи, влияние средств массовой информации и Интернета обеспечивают гораздо более тесный контакт между языками, чем географическая близость [3, с. 11].

Профессор нескольких итальянских университетов (Венеции, Рима, Милана, Турина) Аннамария Теста посвятила серию публикаций английским заимствованиям в итальянском языке [4], которые вызвали невероятный интерес итальянских интернет-пользователей, продолживших начатый исследовательницей список из нескольких сотен популярных в современной Италии англицизмов, дополнив его более чем четырьмястами комментариями, уточняющими значения заимствований.

Проблема, так взволновавшая не только лингвистов, но и общественность, заключается в том, что в последние десятилетия в итальянский язык хлынул

неконтролируемый поток англицизмов. Исследователи не пытаются объявить войну тем заимствованиям, которые обозначают такие не имеющие итальянских эквивалентов термины, как *computer*; а заявляют лишь о необходимости сокращения избыточных заимствований, навязывающих понятия и ценности иноязычной, чужой культуры итальянскому языку, который из-за этого иронично называют *italiese / itanglese / itangliano*. И в самом деле, некоторые газетные заголовки практически полностью состоят из англицизмов: «*Ecco l'outfit più cool secondo i top trend*», «*Critics' Choice Television Award 2014: trionfano Breaking Bad, Fargo e Orange is the New Black*», «*Facebook Slingshot l'anti-Snapchat di Zuckerberg: Rilasciata l'app per conversazioni flash. Su cui Fb conta per recuperare l'utenza "teen"*» (Repubblica 22.06.14).

Заимствования в итальянском языке подразделяются на безальтернативные, вошедшие в язык вместе с новым референтом (*computer, mouse, display, hardware, software, driver*), и альтернативные, вошедшие в язык при имеющейся уже исконной лексеме (*ticket* – билет, талон, имеющий итальянское соответствие *biglietto, buono*; а также *show, boom, click*, имеющие итальянские эквиваленты *spettacolo, sviluppo (economico), schiacciare il puntatore*, соответственно). Опираясь на результаты своего исследования заимствований, А. Теста утверждает, что данным англицизмам отдают предпочтение в современной итальянской лингвокультуре благодаря их краткости и емкости, они вошли в разговорный язык через средства массовой информации и прочно заняли место среди исконно итальянских слов.

Кроме того, проблема осложняется отсутствием специальной языковой политики в Италии, принятой и успешно функционирующей в ряде других европейских стран (во Франции, Испании) и защищающей язык от вторжения иностранных языка и культуры. Одной из вероятных причин отсутствия языковой политики в Италии профессор Паоло Д'Акилле считает реакцию на пуристическую политику, проводимую в Италии фашизмом, направленную на чистоту и регламентацию языка и, в том числе, запрещающую заимствования [5]. Многие лингвисты – Клаудио Джованарди, Риккардо Гуальдо, Паоло Д'Акилле – пытаются бороться с бездумным заимствованием указанием на наличие собственных синонимичных средств итальянского языка.

Личия Корболанте, профессор университетов Дублина и Милана и переводчик продукции компании Microsoft на итальянский язык, в течение 20 лет (с 1990 по 2009 г.) уточняет, что англицизмы зачастую пополняют состав специальной, профессиональной лексики. В этом случае их следует предпочесть исконно итальянским словам, имеющим слишком общее или размытое значение [6]. Обычно заимствование

сохраняет только одно значение, тем самым отдаляясь от своего прототипа [7]. Так, англицизм *banner* имеет в итальянском языке лишь значение из сферы информатики, т.е. «графический элемент рекламного характера на веб-странице». Итальянские эквиваленты *bandiera, striscione* имеют более общее значение «флаг, рекламная полоса, растяжка». Англицизм *browser* имеет более узкое значение, чем итальянское *navigatore*, которое может обозначать также спутниковый навигатор. Заимствование *cameraman* не является синонимом *operatore*, так как последнее имеет намного более широкое значение и применимо не только к телеоператору, но и к различного рода рабочим-операторам. Англицизм *baby-sitter* имеет коннотацию временной работы, обычной для молодежи, в то время как итальянская *bambinaia* предполагает работу постоянную, имеющую более высокий социальный статус. Обилие заимствований иногда порождает сомнения самих итальянцев, не успевающих следить за появлением новой лексики. Так, англ. *barman* имеет несколько вариантов: *il barman* – работающий в ночном клубе, пабе и готовящий в основном алкогольные напитки, коктейли; *il / la barista* – отвечает за любые напитки, например, кофе; *il bartender* – специализируется не только на напитках, но и на закусках к ним; *la barmaid* – девушка-помощница в баре. Англицизм *tablet* имеет итальянское соответствие *tavoletta digitale*, однако оно может использоваться скорее как описание, а в качестве термина все же предпочитается *tablet*, прочно вошедшее в рекламные тексты и принятое на международном рынке. Возможно, появление некоторых неассимилированных терминов служит лишь данью моде, как, например, в случае с *lo smartphone*. Возможно, если бы рекламная кампания называла бы смартфоны только *intellifonini* – «*telefoni intelligenti*» (калька) или «*multifonini*» (имея в виду *telefonino multimediale*), то эти термины прижились бы довольно быстро и не воспринимались бы как странновозвучающие, ведь новый iPhone 6 знаменитой компании Apple в итальянском носит название *Mela fonino*, в котором *mela* (ит.) = *apple* (англ.). В связи с этим Личия Корболанте выдвигает несколько возражений, полагая, что в языке в целом и особенно в терминологии, например в технических терминах, очень редко происходит возврат к архаичным, длинным или непрозрачным терминам, это общая тенденция языка. Кроме того, отмечает автор, в наш век тесных культурных связей и мобильности английские слова узнают все, а потому и в фонетическом плане англицизмы не представляют сложности для произнесения. По ее мнению, */smartofono/** звучало бы просто смешно, ведь произнести */'zmartfon/* с окончанием на согласную или с непривычным сочетанием согласных */rtf/* легко, не говоря уже о написании через *ph*. При этом автор как

будто не замечает, что даже в такой транскрипции слово звучит несколько иначе, чем в английском [ˈsma:t, fəʊn].

Еще одним примером неуверенного использования неадаптированных заимствований может служить реклама итальянской сотовой компании Wind, все названия тарифов которой носят неизменные английские слова, входящие в состав базовой лексики, и потому легко узнаваемые рядовыми итальянцами (*fresh, super, big, king, summer, international, unlimited, best price*). В телерекламе тарифа «All inclusive» пожилая синьора рекомендует «Scelga *olinclusiv*», после чего мужской голос за кадром описывает тариф, называя его уже «*olinclusiv*». Возможно, рекламодатели выбрали форму с ударением на третьем с конца слоге вследствие гиперкоррекции, ведь как в английском *inclusive* /Inˈclʊ:sɪv/, так и в итальянском *inclusivo* ударение падает на второй от конца слог.

После выборов в Европарламент 25 мая 2014 г. в итальянских соцсетях (в Твиттере, Фейсбуке) появилось огромное количество сообщений, из которых видно, что неологизм-заимствование *экзит-полл* – опрос избирателей, производимый социологическими службами на выходе из избирательных участков после голосования, – также является еще не до конца ассимилированным словом в итальянском языке. Многие пользователи пишут этот термин как *exit *pool*, а не *exit poll*, а некоторые даже как *exit *pole*. В английском языке слово *poll* [pɒl] означает подсчет голосов, опрос избирателей, оно не входит в список базового, минимального количества лексических единиц, изучаемых обычно школьниками или туристами, и потому может подвергаться интерференции со стороны других похожих и более известных английских слов, таких как *pool* [pu:l] (бассейн, резерв), *pole* [pəʊl] (полюс, шест) или даже *pull* [pʊl] (тянуть), тем более что разница в произношении для итальянского восприятия почти неуловима [8].

По справедливому замечанию Т. З. Черданцевой, термины и «специальные» слова в результате присущей лексической системе способности порождать новые значения путем переноса смысла, образования вторичных значений слов за счет устойчивых метафор, эвфемизмов и других тропов переходят в общепотребительную лексику и вытесняют привычные литературные слова, вызывая часто справедливое сожаление и возмущение не только пуристов, но и литераторов, писателей, ученых [9].

Кроме классификации по степени необходимости, заимствования подразделяются в зависимости от степени адаптации, на *неадаптированные* – заимствования с фоно-морфологическими характеристиками, не свойственными языку-реципиенту (*bar, computer, tram*); и *адаптированные* фоно-морфологической системой настолько, что без обращения к

этимологическим словарям их не отличить от исконно итальянской лексики (*bistecca* от английского *beefsteak*). Основными критериями для процесса адаптации заимствования являются отрыв слова от языка-источника, включение в систему языка-реципиента и оформление по правилам и средствами этого языка [10].

В процессе адаптации происходит частичная или полная трансформация фоно-морфологических и лексико-семантических характеристик заимствованного слова и появление его различных форм в итальянском языке. Как правило, заимствование отличается от формальной структуры исконной итальянской лексики тем, что выражается в сохранении характерных английских начальных и конечных формантов и в отсутствии выражения морфологических категорий рода и числа. В процессе адаптации наблюдается неустойчивость во внешней оформленности англицизмов в итальянском языке, что приводит к образованию различных вариантов слова.

Особым видом заимствования является калькирование, при котором используются лексические элементы собственного языка, построенные по образцу структуры иностранного языка.

В свою очередь, кальки могут быть *семантическими*, когда итальянское слово меняет свое значение на значение иностранного слова. Из них можно выделить кальки *омонимичные*, основанные на фонетическом сходстве (*realizzare* – понимать, от английского *to realize*), и *синонимичные*, основанные на сходстве значения (*fuorilegge* от английского *outlaw*). Кроме того, выделяют «переводные» кальки, образованные путем буквального перевода отдельных компонентов (*grattacielo* от *skyscraper*; *relazioni pubbliche om public relations*, *guerra fredda* от *cold war* [11]).

Неадаптированные заимствования интегрируются в систему языка с помощью процесса деривации, переходя из одной категории в другую: *click* > *clickare, manager* > *manageriale, bar* > *barista, speaker* > *speakeraggio, sponsor* > *sponsorizzazione*, а также *babysitteraggio, bypassare, sponsorizzato, photoshoppato, il surfista, il massmediologo, cliccare, filmare, postare* (la foto).

Широкий пласт заимствований относится к молодежному жаргону, сленгу и связан с общением в соцсетях. Так, *i selfie* – автопортреты, сделанные при помощи мобильного телефона, или, выражаясь языком завсегдагаев соцсетей, «селфи», стали в последнее время настолько популярными, что само слово *selfie* стало главным словом 2013 г. по версии Оксфордского словаря. Появляются глаголы *piacere* – поставить метку «mi piace» («лайкнуть») под фотографией, комментарием, страницей и т.д.; *amicare / amicarsi* – добавить в друзья, например, в Фейсбук «non l'ho amicato; ci amichiamo?»; *favvare* – отметить

как понравившуюся публикацию (от англ. *favorites*) «*te l'ho favvato anch'io*», *pinnare* – поделиться фото или видео в Pinterest «прикрепив их» (*pin*) на своей странице.

В процессе адаптации заимствованные существительные приобретают либо категорию мужского рода (*il web, il gossip, il marketing, il look, lo spot, il router, il server, un link, i monitor dei computer, il testimonial, lo smartphone*), либо категорию синонимичного существительного родного (итальянского) языка: *la gallery* (<*la galleria*), *la community* (<*la comunità*), *la privacy* (<*la privacy*), *la mail* (<*la posta elettronica*) *l'app* (<*l'appendice*), *il selfie-gate* (<*l'autoscatto*), *la password* (<*la parola d'ordine*), *la Romantic collection* (<*la collezione*), *il city tour* (<*il giro*), *la biopiracy* (<*la biopirateria*).

Во множественном числе изменяется только артикль (*le mail, gli sport, i film, le migliori app, i cybercriminali*).

Прилагательные не изменяются никак: «*Video hard con la Miss*», *un giorno Next, Una spending review, Coaching caffè, asta record, un look romantic, la Romantic collection, le reti wireless; Il city tour si fa eco e trendy*.

Аббревиатуры бывает трудно интерпретировать, поскольку часто они представляют собой сокращения английских слов: *laser* (Light Amplification By Stimulated Emission of Radiation), *sos* (Save Our Souls), *cd* (Compact Disc), *dvd* (Digital Video Disc), *sms* (Short Message Service), *il ceo* (Chief Executive Officer), *FYI* (ит. Per Tua conoscenza), *aids* (acquired immune-deficiency syndrome (ср. исп. и фр. *sida*, т.е. сокращено переведенное словосочетание), отсюда трудности в понимании и произношении).

Что касается правописания и произношения заимствований, то здесь можно отметить несколько особенностей.

1. Общая тенденция в современном итальянском языке сводится к принятию неадаптированных заимствований. Раньше же предпочитались кальки и адаптированные заимствования. В связи с этим появились комбинации графем, чуждые традиционной итальянской орфографии: *budget, deadline, show*.

2. Довольно редка графическая адаптация, т.е. адаптация написания по традиционной модели, например: *nailon* вместо *nylon*. Иногда встречается явление гиперкоррекции, из-за которой некоторые буквы заменяются более «иностранными»: *byke* вместо *bike*.

3. Морфологическая адаптация – образование новых слов с помощью итальянского суффикса, соответствующего английскому: *-ation* > *-azione* – (*standardizzazione*); *-ism* > *-ismo* (*turismo*) с добавлением гласной к существительным (*alligator* > *alligatore*;

shakespeareian > *shakespeareiano*); суффикса *-are* к глаголам (*format* > *formattare*).

4. Итальянизация английских согласных, отсутствующих в итальянском алфавите, характерна в прошлом для адаптированных заимствований. Например, *J* превратилась в *GI*, (*jungle* > *giungla, pyjamas* > *pigiama*), *K* > *C* (*beefsteak* > *bistecca, folklore* > *folclore*), *CH* > *CI* (*lynch* > *linciare*), *SH* > *SC* или *SCI* (*sheriff* > *sceriffo, shawl* > *scialle*) и т.д.

5. Итальянизация английских гласных и их сочетаний, не характерных для итальянского языка: *OO* и *OU* приняли форму *U* (*taboo* > *tabù, tourism* > *turismo*).

В заключение отметим, что постоянно растущие политические, экономические и культурные связи Италии со многими странами мира ведут к развитию и расширению контактов итальянского языка с другими языками. Изучение заимствований представляет собой одну из важнейших проблем в кругу лингвистических изысканий в условиях интенсивного расширения языковых контактов. Ни один язык не может обойтись без естественного и закономерного процесса заимствования элементов из других языков. Это и определяет актуальность предпринятого нами исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Accademia della Crusca. Parole più segnalate. – Mode of access: <http://www.accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/parole-nuove/parole-piu-segnalate>
2. Словарь литературных терминов. Заимствования в языке. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/word/z/Zaimstvovaniya-v-jazke-36426.html>
3. Ivano Paccagnella. Avviamento alla Storia della lingua italiana. – Mode of access: http://www.maldura.unipd.it/romanistica/paccagnella/aa2004_2005/lezione1.pdf
4. Annamaria Testa. 300 parole da dire in italiano : la lista definitiva. – Mode of access: <http://nuovoutile.it/300-parole-da-dire-in-italiano/>
5. D'Achille P. L'italiano contemporaneo / Paolo D'Achille. – Il Mulino, Bologna, 2006. – P. 75–76.
6. Licia Corbolante. L'invasione degli anglicismi. – Mode of access: <http://blog.terminologiaetc.it/2012/06/04/pericolo-forestierismi/>
7. Федорова И. А. Графические маркеры иноязычной лексики в синхронном и диахронном аспектах : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. А. Федорова. – 2011.
8. Licia Corbolante. I problemi degli exit pool / pole. – Mode of access: <http://blog.terminologiaetc.it/tag/pronuncia/>
9. Черданцева Т. З. Очерки по лексикологии итальянского языка : учеб. пособие / Т. Черданцева. – Изд. 2-е. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 192 с.
10. Свинцова С. В. Специфика структурно-семантической адаптации заимствований и их функционирова-

ние в условиях опосредованных и непосредственных языковых контактов : на материале англо-американизмов в испанском языке Испании и США : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. В. Свинцова. – 2006.

Воронежский государственный университет

*Закутская Н. Г., кандидат филологических наук,
доцент кафедры романской филологии
E-mail: natza@yandex.ru*

*Побегайло И. В., кандидат филологических наук,
доцент кафедры романской филологии
E-mail: Pobegaylo@list.ru*

11. *Licia Corbolante*. Prestiti e calchi in italiano. – Mode of access: <http://blog.terminologiaetc.it/2009/02/27/prestiti-e-calchi-in-italiano/>

Voronezh State University

*Zakutskaya N. G., Candidate of Philology, Associate Professor of the Romance Philology Department
E-mail: natza@yandex.ru*

*Pobegaylo I. V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Romance Philology Department
E-mail: Pobegaylo@list.ru*