

*И.И. Косинец, О.В. Сычева*

**Особенности ассимиляции англицизмов  
в итальянской терминологии в сфере гостиничного  
и ресторанного бизнеса**

Современные итальянские лингвистические традиции испытывают влияние англицизмов не только через обновление и расширение лексической системы языка, но и также через ее структурную реорганизацию. Многие итальянские деятели культуры, журналисты и, конечно, лингвисты, считают заимствования-англицизмы чужеродными элементами и спорят об их приемлемости в современном итальянском языке. По мнению итальянского лингвиста Паоло Д'Акилле, проводимая в годы фашизма в Италии политика пуризма, направленная на чистоту и регламентацию языка и строго запрещающая заимствования, является одной из возможных причин отсутствия языковой политики сегодня [10:75].

В силу языковых контактов [1; 5] и в результате этого наполнения

немецкого, испанского, итальянского и других языков англицизмами лингвисты всё чаще говорят о так называемых «локальных формах английского» [8:144] и используют термины *Denglisch*, *Spanglish*, *Itangliano*. Следует отметить, что современные итальянцы охотно употребляют в своей речи слова иностранного происхождения, в особенности англицизмы, пытаясь продемонстрировать таким образом свой статус образованного человека, владеющего английским языком, а также претендуя на деловое и культурное превосходство [17; 18].

В условиях глобализации туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей, английский язык не теряет позиции языка международного общения, и, естественно, наблюдается всё большее использование англоязычных профессиональных терминов в различных областях туристской индустрии. Поскольку массовый туризм в Италии можно назвать относительно молодым явлением, следует учитывать, что профессиональный язык, профессиональный лексикон формируется и постоянно обновляется вслед за новшествами, появляющимися в различных секторах туристической индустрии [2:124].

В качестве источников исследовательского материала нами были выбраны официальный сайт Национального агентства Италии по туризму [13; 15], учебник “*La Guida Turistica*” Джорджо Кастольди [9:3], по которому реализуется обучение на факультетах туризма некоторых университетов Италии, разделы по туризму и путешествиям интернет-версий итальянских новостных изданий [7, 12], сайт турагентства “*Coccinella viaggi*” [11], сайты *Tripadvisor* [16] и *Trivago* [14], использующие принципы пользовательского контента, а также сайт Академии дела Круска [6], которую представляют эксперты в области лингвистики, занимающиеся регулированием итальянского языка. Основной целью нашего исследования является и анализ англицизмов в современной итальянской терминологии в области гостиничного и ресторанного бизнеса и особенностей их фонетической, орфографической, морфологической ассимиляции.

Тщательно изучив выбранный исследовательский материал, мы обратили внимание, что в терминологии ресторанного бизнеса преобладают заимствования французского происхождения, к которым относятся названия профессий, блюд, технологических процессов приготовления блюд, некоторых предметов сервировки и т.д., а вот среди терминов в области гостиничного бизнеса преобладают заимствования англоязычного происхождения.

Лексические единицы, выявленные нами в вышеуказанных источниках, были распределены по следующим тематическим группам:

- средства размещения туристов (hotel, B&B, motel, bungalow, residence, resort);
- помещения гостиницы (lounge, reception, lobby, hall, room);
- условия размещения и обслуживания туристов (American Plan, back-to-back, day-use, allotment, European Plan, no-show, overbooking);
- услуги (spa, booking online, campo da golf, Miniclub per bambini, connessione Wi-Fi);
- объекты общественного питания, приемы пищи и условия питания туристов American breakfast, continental breakfast, coffee-break, catering, cocktail, cocktail-party, kick-off dinner, lunch, open-bar, welcome drink, self-service, snack).

Различаются три основных вида ассимиляции: фонетическая, орфографическая, морфологическая (грамматическая). Основываясь на этом, проанализируем основные особенности ассимиляции англоязычных заимствований в итальянском языке.

К важным фонетическим отличиям итальянского языка от английского можно отнести отсутствие аспирации и редуции. Редуцируемые английские гласные, а также согласные звуки (фонемы, обозначаемые буквами r, ng, e) произносятся максимально четко: resort [re 'zɔrt], booking [ 'bʊkiŋ].

В общем плане фонетическая ассимиляция англицизмов минимальна, поэтому английские фонемы произносятся максимально близко к соответствующему итальянскому звуку, например: cocktail-party[kokteil 'parti], Miniclub[mini 'klab], overbooking [over 'bʊkiŋ], fastfood[fastfud].

Согласный зв в начале слова перед звонким согласным всегда должен озвончаться: snack [znak], slogan [ 'zlɔgan]. Некоторые англицизмы сохраняют написание, но читаются в соответствии с итальянскими правилами: reception [re 'iʃepʃon]. Итальянская буква h не обозначает никакого звука, это правило чтения сохраняется: hotel [o 'tel], hall[ 'ɔll].

Итальянский и английский языки используют латиницу, поэтому орфографическая ассимиляция встречается крайне редко [4:34; 16: 92]. Нам удалось обнаружить только один случай: *yoghurt* был заменен на *yogurt*.

Морфологическую, или грамматическую ассимиляцию можно назвать самой распространенной. Так как в английском языке, в отличие от итальянского, отсутствует категория рода у имен существительных, их морфологическая ассимиляция происходит следующим образом:

1) категория рода присваивается по роду слова-референта: *ilbarman*, *iltravelblogger* / *latravelblogger*.

2) категория рода присваивается в соответствии с родом эквива-

лента заимствованного слова: *losnack* (lospuntino), *l'hotelm* (l'albergom), *lahall* (lasala).

Ещё одним фактором присвоения категории женского или мужского рода являются суффиксы и флексии в словах английского происхождения. Как правило, англицизмам с суффиксом –ing присваивается категория мужского рода: *ilbooking*, *l'overbooking* (m).

Анализ ассимиляции существительного *allotment* показал, что, несмотря на то, что в английском языке эта лексическая единица имеет несколько значений (распределение, доля, надел, раздача, участок земли, квота, контингент, выплата др.), в итальянский язык она пришла с одним точным значением: условия работы туроператора и отеля, определяющие количество предварительно выкупленных гостиничных номеров, но не оплачиваемых предварительно, а только перед заездом туристов.

Таким образом, изучив особенности ассимиляции англицизмов в итальянской терминологии гостиничного и ресторанного бизнеса, мы пришли к выводу, что английские заимствования адаптируются, следуя нормам современного итальянского языка, а механизм активизации англицизмов основан на взаимодействии слов-референтов языка-реципиента со словами-референтами и эквивалентами.

#### **Библиографический список**

1. Елькин В.В. Лингвостилистические особенности лексики французского происхождения в современном английском языке // Актуальные проблемы гуманитарного знания: теоретические и прикладные аспекты. Межвузовский сборник научных трудов. Пятигорск: ПГЛУ, 2015. С. 94-100.
2. Косинец И.И., Сычева О.В. Особенности ассимиляции англицизмов в итальянской туристской терминологии // Университетские чтения – 2017. Материалы научно-методических чтений ПГУ. Пятигорск: ПГУ, 2017. С. 123-127.
3. Маркарян Е.В. Профессиональный язык специалистов в области сервиса и туризма // Университетские чтения – 2013. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: ПГЛУ, 2013. С. 103-109.
4. Мартыненко О.И., Нейленко Л.Л. Влияние латыни на развитие романских языков // Материалы I международной научно-практической конференции «Universum romanum». Пятигорск: ПГЛУ, 2010. С. 32-37.
5. Мельникова Е.Н. Модальный инфинитив в типологическом аспекте // Университетские чтения – 2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: ПГЛУ, 2015. С. 89-93.
6. Accademia della Crusca. Parole piu segnalate. URL: <http://www.accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/parole-nuove/comera-parole-nuove-2002-2018> (дата обращения: 09.12.2018).
7. Aspettando la Rossa: ecco i ristoranti italiani che meriterebbero le tre stelle. URL: [https://www.repubblica.it/sapori/2017/11/15/news/presentazione\\_guida\\_michelin\\_italia\\_2017-181148877/](https://www.repubblica.it/sapori/2017/11/15/news/presentazione_guida_michelin_italia_2017-181148877/) (дата обращения: 04.01.2019).
8. Calvet L.-J. L'Europe et ses langues. Paris: Plon, 1993. 237 p.

9. Castoldi G. La guida turistica. Milano: Hoepli, 2012.
10. D'Achille P. L'italiano contemporaneo. Il Mulino, Bologna, 2006.
11. Dizionario dei termini usati dalle agenzie e compagnie di viaggio. URL: [http://www.coccinellaviaggi.it/coccinella/index.php?option=com\\_content&view=article&id=138&Itemid=81&jj=1485408269268](http://www.coccinellaviaggi.it/coccinella/index.php?option=com_content&view=article&id=138&Itemid=81&jj=1485408269268) (дата обращения: 10.01.2019).
12. Hotel: Italia al top delle classifiche internazionali. URL: [https://www.tgcom24.mediaset.it/viaggi/mondo/hotel-italia-al-top-delle-classifiche-internazionali\\_3118871-201802a.shtml](https://www.tgcom24.mediaset.it/viaggi/mondo/hotel-italia-al-top-delle-classifiche-internazionali_3118871-201802a.shtml) (дата обращения: 04.01.2019).
13. I miglior hotel del mondo: l'Italia in vetta alle classifiche. URL: <https://www.viagginews.com/2018/01/23/miglior-hotel-mondo-italia-vetta-classifiche/> (дата обращения: 20.12.2018).
14. La classifica dei migliori hotel d'Italia: la top 20 di ogni regione. URL: <https://magazine.trivago.it/classifica-migliori-hotel-italia/> (дата обращения: 04.01.2019).
15. Mangiare e bere. URL: <http://www.italia.it/it/idee-di-viaggio/mangiare-e-bere.html> (дата обращения: 04.01.2019).
16. Migliori Ristoranti di Roma. URL: [https://www.tripadvisor.it/Restaurants-g187791-Rome\\_Lazio.html](https://www.tripadvisor.it/Restaurants-g187791-Rome_Lazio.html) (дата обращения: 04.01.2019).
17. Барышников Н.В. Профессиональная межкультурная коммуникация. Пятигорск: ПГЛУ, 2010. 263 с.
18. Барышников Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации. М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. 368 с.