
ANNALES
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE - SKŁODOWSKA
LUBLIN – POLONIA

VOL. XXVIII, z. 2

SECTIO FF

2010

ANNA GROCHOWSKA
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

*La pastasciutta non è più trendy?
Anglicismi di lusso nell’italiano contemporaneo*

Pastasciutta nie jest już trendy? Anglicyzmy we współczesnym języku włoskim

STRESZCZENIE

Jesteśmy świadkami tego, jak duży wpływ wywiera angielszczyzna na rozmaite języki. Anglicyzmy są wszechobecne, opanowały świat i bez problemu przekraczają granice narodowe i kulturowe. Język angielski jest istotną częścią odmian specjalistycznych, a w przypadku języka włoskiego anglicyzmy pojawiają się coraz częściej w codziennej komunikacji.

Celem artykułu jest przedstawienie zjawiska dotyczącego grupy anglicyzmów, które zakorzeniły się już w języku włoskim i są często używane w komunikacji codziennej, mimo iż język włoski dysponuje rodzimymi słowami o tym samym znaczeniu (tzw. *prestiti di lusso*).

Przedstawię *prestito di lusso* na tle innych zapożyczeń występujących w języku włoskim oraz pokróćce prześledzę obecność anglicyzmów we włoskiej rzeczywistości, by następnie przeanalizować stanowiska jazykoznawców zajmujących się poruszoną kwestią. Artykuł zakończą wyniki ankiety, przeprowadzonej wśród Włochów, dotyczącej użycia form zapożyczonych oraz rodzimych synonimów.

Slowa kluczowe: zapożyczenia, anglicyzmy, język włoski, warianty

INTRODUZIONE

Il prestito linguistico è uno dei costituenti fondamentali della lingua italiana. Oltre all'ereditario fondo latino e greco l'italiano ha accolto, e continua ad accogliere in varie quantità, vocaboli provenienti da diverse lingue straniere. Inarrestabilmente a partire dalla fine del secolo scorso il primato nella quantità di voci straniere penetrate nella lingua italiana spetta all'inglese.

Il presente contributo è volto a delineare la questione degli anglicismi di lusso ed analizzare la loro funzione nella lingua italiana, nonché il motivo per il quale l'utente ricorre ad un forestierismo nonostante abbia un corrispondente nella propria lingua. Tramite una breve classificazione dei prestiti si cercheranno di individuare le caratteristiche e la natura dei prestiti di lusso. Seguiremo succintamente la presenza degli anglicismi nell'italiano attraverso i secoli ed analizzeremo le posizioni prese nei confronti dei forestierismi dalla parte dei maggiori linguisti italiani. Infine, con lo scopo di verificare se i prestiti di lusso tendono effettivamente a soppiantare i corrispondenti italiani, presenteremo i risultati di un'analisi condotta, sotto forma di questionario, tra le persone di madrelingua italiana.

LA DEFINIZIONE DEL PRESTITO DI LUSSO

La linguistica abbonda nelle definizioni del prestito che volgono l'attenzione ai suoi diversi aspetti. Secondo la formulazione di M. Dardano e P. Trifone¹, »si ha prestito linguistico quando la nostra lingua utilizza e finisce per assumere un tratto linguistico che esisteva precedentemente in un'altra lingua e non esisteva nella nostra«. Occorre inoltre tenere in considerazione la delimitazione suggerita da R. Gusmani², ovvero che »la definizione di prestito spetta solo a quegli elementi che una lingua [...] ha effettivamente modellato su un'altra«. Ciò è necessario per escludere le parole che vengono erroneamente ritenute prestiti perché mostrano qualche loro caratteristica, mentre in realtà sono effetto di una creazione indipendente (uno degli esempi di R. Gusmani è *snob* che rappresenta un prestito a tutti gli effetti, ma il verbo *snobbare* è una derivazione italiana priva di rapporti con l'inglese)³.

Il nuovo vocabolo può essere accolto nella lingua nella sua forma originale oppure può essere sottoposto ad una serie di adattamenti (grafico, fonetico, morfologico). Di conseguenza si distinguono i prestiti non adattati (o integrati) ed i prestiti adattati (o integrati). Come nota A. Bisetto⁴ vi sono anche i casi in cui l'adattamento risulta parziale, ovvero »coinvolge solo la parte della parola presa a prestito« lasciando il prestito riconoscibile (è il caso di *folclore*).

Il calco rientra nella categoria dei prestiti e costituisce un'interferenza che però si serve della traduzione della parola nella lingua di arrivo. Seguendo la terminologia di M. Dardano e P. Trifone⁵, si distinguono calco semantico e calco traduzione.⁶ Il calco semantico » sfrutta l'affinità formale tra parole appartenen-

¹ M. Dardano, P. Trifone, (1995:638)

² R. Gusmani, (1981:10)

³ R. Gusmani, (1981:10–11)

⁴ A. Bisetto, (2003:88)

ti a lingue diverse e fa sì che il significato del primo condizioni quello dell'altra, affiancandosi o sovrapponendosi al significato originario⁷ (ad esempio *supermercato* e *supermarket* od il verbo 'realizzare' che influenzato dall'inglese *to realize* ha allargato il suo significato accogliendo, accanto al tradizionale 'attuare', anche 'rendersi conto di qualcosa'). Il calco traduzione, chiamato anche strutturale, si avvale della traduzione letterale nella lingua di arrivo della parola o dei suoi elementi, come nell'esempio di 'grattacielo' e *skyscraper*.

Infine, il prestito può essere considerato »di necessità« quando viene accolto per indicare un concetto nuovo, sconosciuto (ad es. termini tecnici, informatici) e »di lusso« (o »di moda«, come li chiama Massimo Fanfani⁸), che designa un concetto già presente e disponente di un nome nella lingua di arrivo (p. es. *week-end*, *leader*; *optional*). Il prestito di lusso si presenta sempre sotto la forma non integrata. Nella maggior parte dei casi la differenza tra il forestierismo ed il corrispondente italiano è di natura stilistica ed espressiva. M. Fanfani nota che:

tale valore stilistico poggia tutto sull'assenza di connotazioni propria dell'anglicismo: quando si accoglie un termine straniero [...] vanno infatti perduti tutti quegli elementi evocativi che possedeva nella sua lingua. E così, proprio perché entra in scena privo di connotazioni complementari, può subito acquistare un tono di elevatezza, di distinzione, di prestigio tecnico-scientifico che lo pone su un piano diverso rispetto a un suo sinonimo italiano⁹.

I prestiti di lusso vengono adottati, come riassume A. Coco¹⁰ »per ottenere effetti stilistici ed espressivi, per darsi un tono, per snobismo, per il prestigio accordato ad una data civiltà e cultura«.

L'entrata di un prestito di lusso in un sistema linguistico può sconvolgere il campo semantico di una determinata area e di conseguenza provocare la marginalizzazione, od addirittura la neutralizzazione della parola alloglotta e dei suoi sinonimi. È successo così con *okay* che indubbiamente ha bloccato una serie di opzioni come 'bene', 'va bene', 'd'accordo', 'giusto', 'intesi', 'd'accordo'¹¹.

LA PRESENZA DEGLI ANGLICISMI NELL'ITALIANO

Gli anglicismi¹², dopo qualche apparizione nel Medioevo (*sterlini*, *costuma* nel senso di 'dogana'), cominciano a fare capolino nella lingua italiana a parti-

⁵ M. Dardano, P. Trifone, (1995:639)

⁶ Per una categorizzazione più dettagliata consultare in primo luogo Bombi Raffaella (1987-88)

⁷ A. Coco, (2003:44)

⁸ M. Fanfani, (2003:175)

⁹ M. Fanfani, (2003:175-176)

¹⁰ C. Giovanardi, R. Gualdo, (2003:40)

¹¹ Cfr G. L. Beccaria (2008:152), A. Castellani, (1987:151)

re dal Cinquecento, ma neanche in quel periodo vi si ancorano, hanno il carattere piuttosto episodico¹². Con il Seicento ed il crescente interesse verso il mondo anglosassone, appaiono i primi forestierismi non integrati quali *coffee*, *house* (negli scritti di Lorenzo Magalotti) o vocaboli che si riferiscono alla vita di corte, frutto del viaggio a Londra di Alessandro Segni¹³. Nel Settecento il contingente degli anglicismi è numeroso, anche se nella maggior parte dei casi si tratta di anglolatini (parole di origine latina entrate in italiano attraverso l'inglese), calchi (*biglietto da banco*, *libero pensiero*, *libero muratore*, *senso comune* ecc.), o delle parole che penetrano l'italiano attraverso il francese. Appaiono *Milord(o)* e *Miledi* che si propagano come appellativi di gentiluomo e gentildonna inglesi, nonché, nel senso lato, indicano una persona che fa la vita dispendiosa. Entrano anche diversi termini riguardanti la vita politica, alcuni periodici vengono chiamati *mazzolini*, per quanto a cibi e bevande, appaiono il *toast*, il *punch* ed il *pudding*, quest'ultimo ora in forma non integrata, ora adattata *pudino*, *puddingo*, e più tardi, sotto l'influsso del francese *boudin*, si trasforma in *budino*. I vocaboli nuovi provengono anche dalle opere inglesi, tra cui *I viaggi di Gulliver* di Johnathan Swift (1749, prima traduzione italiana).

Nell'Ottocento l'apporto dell'inglese è assai copioso. Capitano i prestiti diretti, ma a stento riescono ad attecchire, più frequenti invece sono quelli che giungono attraverso il francese. Abbondano i prestiti del campo politico. Come riporta Bruno Migliorini, nella costituzione siciliana del 1812 concessa sotto le pressioni inglesi e redatta su modelli inglesi, si parla di *bill*¹⁵. In seguito appaiono anche *budget*, *leader*, *meeting*, *speech*. È l'Inghilterra a fornire il lessico riguardante le ferrovie (*tunnel*, *locomotiva*, *vagone*), a formare le preferenze riguardanti ippica (*poney* con grafia francese invece di *pony*). Nel campo della moda arriva *dandy*, *fashion*, *fashionable* e *high life*. *Comfort* diventa non altro che agio e comodità della vita.

L'influsso dell'inglese non si arresta più. Nel Novecento, a seguire la quantità dei francesismi, sono proprio i prestiti inglesi. Riguardano politica, economia, moda, voci riferite alle città, ai mezzi di comunicazione, usanze sociali, cibi, bevande, gioco e sport. Con lo sviluppo del turismo nasce, sotto il nome semi inglese, il Touring Club Italiano. Il successo immediato riscuote *film*, inizialmente di genere femminile (la *film*), influenzato dalla voce pellicola, in seguito diventerà maschile (il *film*) e con questa forma si assesterà nella lingua italiana.

¹² La parola stessa ,anglicismo' risulta essere il calco dall'inglese (ingl. *anglicism*) entrato nella lingua italiana alla metà del Settecento grazie a Giuseppe Baretti. Cfr R. Gualdo, (2003:55)

¹³ Per un analisi più approfondita, cfr B. Migliorini, *Storia della lingua italiana* e Gualdo R., *Dagli 'sterlini' al 'world wide web'*

¹⁴ Cfr R. Gualdo, (2003:55)

¹⁵ B. Migliorini, (2007:597)

La diversità strutturale tra l’inglese e l’italiano fece sì che vi fossero poche forme integrate che ebbero successo. La loro scarsa fortuna fu dovuta anche ai moventi snobistici. Uno caso isolato dell’adattamento si ritrova nella lettera di Giuseppe Verdi del 8 febbraio 1865 in cui leggiamo »Avevo preparato il mio *spice* [invece di *speech*] che pareva un capo d’opera«¹⁶. Nascono invece, immediatamente al momento della penetrazione, gli innumerevoli calchi che attecchiscono senza alcun problema.

Gli anglicismi come *jazz*, *tennis*, e poi ancora *dancing*, *flirt*, *hall*, *poker*, *cocktail*, *sport* ed altri sono stati rintracciati dalla linguista Gabriella Cartago¹⁷ come prestiti con le maggiori ricorrenze in un campione di romanzi italiani scritti tra il 1917 e il 1935.

Vale la pena sottolineare che esiste anche un gruppo di vocaboli che furono accolti dagli immigrati italiani negli Stati Uniti. Sono le parole adattate oralmente con forti segni di alterazioni fonetiche e morfologiche, alcune di esse sono ancora presenti nei dialetti, per lo più meridionali e nel lucchese (p. es. ‘giobba’ dall’inglese-americano *job*, ‘mecciu’ da *match*)¹⁸.

Dopo la caduta del fascismo, segnato dalla guerra contro i forestierismi, l’italiano entrò in contatto diretto con l’inglese, senza la mediazione francese, e si aprì alle forme non integrate. I nuovi contatti con l’inglese parlato garantirono conseguentemente una maggiore aderenza alla pronuncia. Crescente influenza politica, militare, culturale e tecnologica degli Stati Uniti accompagnata dal fascino magico dell’*American lifestyle* fece sì che l’attenzione si spostasse dal modello britannico su quello americano. La seconda guerra mondiale pose a contatto diretto i militari americani con la popolazione della Penisola, e di conseguenza molti anglicismi entrarono a far parte del parlare quotidiano degli italiani.

Col passare del tempo il numero degli anglicismi legati al progresso tecnologico (trasporto aereo, campo finanziario, politico, informatico ecc.) si allargava abbracciando sempre più discipline e categorie, ma a partire dagli anni Cinquanta del Novecento si può parlare del vero e proprio *boom* dei prestiti inglesi nell’italiano di oggi. Nella postfazione a GRADIT (Grande Dizionario Italiano dell’Uso) si viene informati che gli anglicismi non adattati presenti nella lingua italiana sono 4303, mentre quelli adattati 1989, per un totale di 6292.

PERCHÉ WEEK-END E NON FINE SETTIMANA?

Gli anglicismi sono diventati una parte inseparabile dell’italiano d’oggi e vengono intercalati nei discorsi quotidiani, nei programmi televisivi o radiofonici.

¹⁶ Citato in B. Migliorini, (2007:664)

¹⁷ G. Cartago, (1994:740)

¹⁸ G. L. Beccaria, (2008:162–163)

ci, nelle pubblicità, nei giornali. Anche se con meno frequenza, essi appaiono anche nei testi scritti del registro formale. La domanda che si pone subito è quali siano i motivi di questo fenomeno e cosa spinga gli utenti a ricorrere ad un vocabolo inglese piuttosto che ad uno indigeno.

L'inglese è una lingua caratterizzata dal potere icastico, dalla velocità e dall'economia i quali si rispecchiano sia nelle scelte lessicali che nelle semplificazioni della grammatica. Questo fattore viene inteso non soltanto per sottolineare un'espressività più compatta, ma anche per indicare un'espressività più facile nel senso del risparmio di fatica mentale¹⁹. Concentrandosi sulle questioni lessicali riguardanti i prestiti si può constatare indubbiamente che molti anglicismi permettono di esprimere un significato con minor dispendio di parole, e di conseguenza anche impiegando meno tempo. Beccaria denota, tra l'altro, la comodità ed il successo di economicità dei monosillabi inglesi (*bar, boss, break, quiz, spot, trend, team, test, zip* ecc.)²⁰. Con la traduzione in italiano si perde la loro concisione, visto che spesso non è possibile riassumere il concetto con una parola sola. L'espansione dell'inglese viene spiegata dunque dalla sua composizione strutturale che sembra essere più funzionale e più semplice.

Un altro fattore, non di poca importanza, che abbraccia il settore della pubblicità e del commercio è attirare l'attenzione. Secondo I. Klajn²¹ un abbondante uso di terminologia inglese nell'attività commerciale crea un richiamo snobistico presso i clienti italiani. In breve, ciò che è straniero esercita un fascino più forte.

I motivi per i quali gli anglicismi vengono inseriti così facilmente e frequentemente non sono da ricercare solamente nel puro campo linguistico, ma anche nel forte fattore sociologico. La parola ha anche una funzione psicologica, e di conseguenza la comunicazione linguistica è un'esperienza psicologica, dove alcune parole hanno un impatto maggiore di altre. » I prestiti linguistici «, precisa G. Italiano,

si trovano tra le parole cariche di un potere socio-psico-linguistico che va al di là del significato nudo e crudo loro assegnato dalla società a cui appartiene la singola lingua, e straripa ad interrelazionare con altre lingue. Un conglomerato di parole prese a prestito è capace di esercitare una tale importanza da apportare un cambiamento nelle abitudini culturali di una società a seconda delle ragioni per cui è avvenuto il prestito²².

L'uso dei prestiti linguistici appartiene di diritto alla pragmatica, dato che le implicazioni sociali svolgono un ruolo di rilievo nella loro scelta e propagazione. Visto che il lessico detiene la misura del cambiamento linguistico e sociale, il

¹⁹ G. Italiano, (1999:49)

²⁰ Per una lista più dettagliata consultare Beccaria, s. 177

²¹ G. Italiano, (1999:33)

²² *Ibidem*.

potere economico o culturale viene riflesso nel numero dei prestiti che una lingua assimila in un dato periodo²³. Con la fine della seconda guerra mondiale in Italia nacque non solo la volontà di essere liberi come nazione, ma anche di districarsi nei modi di vivere. In modo particolare il punto di riferimento rappresentava l'America, percepita come il liberatore alleato. Non era difficile per gli americani imporre la propria cultura e i propri modelli alla popolazione italiana del Dopoguerra »affamata di novità«. È cominciata l'esplosione del sogno americano: tutto quello che sapeva di americano, partendo dal modo di vestire e di comportarsi fino all'assumere il loro linguaggio emanava la promessa di futuri guadagni. Per scordare i modelli che voleva imporre il fascismo bisognava adottare la lingua inglese come segno visibile dei cambiamenti. Vivere all'americana significava dichiararsi esplicitamente contro il vecchio regime. Col passare del tempo l'*American dream* si è infilato nelle case italiane con la commercializzazione dei media di comunicazione di massa, che distribuiva nomi esplicativi di prodotti assieme ai valori culturali. Così si è diffuso il concetto di *fast food*, *musica rock*, vestito *casual* ed altri che sono tuttora ben presenti nella vita quotidiana contemporanea²⁴.

I prestiti, innanzitutto quelli inglesi, sono circondati da un'aura di prestigio. La scelta dei vocaboli stranieri ha le sue radici in una molla di potere, anche se inconscia. Ogni valutazione terminologica è nettamente connessa alla voglia di creare un determinato effetto.

Nel caso dei prestiti di lusso non si tratta solamente di un'imitazione superflua. Quando un prestito non introduce né un nuovo significato né un nuovo oggetto è molto probabile che si tratti dello stesso tipo di stimolo da cui nascono i gerghi, ossia il desiderio di distinguersi da un ambiente sociale denunciando la propria appartenenza ad un altro. Rispetto al contenuto diventa più importante il modo in cui il messaggio viene espresso. Spesso i prestiti vengono usati come manifestazioni di cosmopolitismo. Al fattore sociale dell'uso delle voci straniere, qui inglesi, si può anche aggiungere il valore di moda, che come ben noto, spesso di carattere effimero, e di conseguenza anche i vocaboli in voga dureranno finché durerà la memoria. Nell'Italia di oggi arricchire il discorso con la terminologia inglese equivale a presentarsi con una sorta di alone di modernità e di superiorità²⁵.

Infine, vi sono delle situazioni in cui un prestito considerato di lusso assume le vesti di un prestito di necessità in quanto il significato denota una differenziazione simbolica e semantica ormai affermata. È, ad esempio, il caso della *baby-sitter*²⁶. L'anglicismo in questione indica una persona, che custodisce i bambini

²³ *Ibidem*.

²⁴ G. Italiano, (1999:4).

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ La proposta di A. Castellani di sostituire la parola *baby-sitter* con l'italiano *guardabimbi* non ha attecchito, (Castellani, 1991:143).

ni durante l'assenza dei genitori, con la connotazione verso le persone piuttosto giovani, mentre 'bambinaia' connota una persona, di solito avanzata negli anni, che si occupa dei bambini per professione. Lo stesso tipo di differenza nel significato lo troviamo anche nella coppia *shopping*/spesa (lo *shopping* viene connotato con l'acquisto di abbigliamento, scarpe ed accessori, mentre 'spesa' si riferisce all'acquisto dei generi alimentari e di prima necessità per il mantenimento di una famiglia).

Riassumendo, i motivi che spingono o provocano l'uso delle voci straniere piuttosto che i loro corrispondenti nella lingua madre sono diversi. Possono essere fattori linguistici come l'economia della lingua che intende risparmiare lo spazio del messaggio ed il tempo in cui esso viene percepito, ma anche quanto concerne la fatica mentale del destinatario. Il mondo della pubblicità spera che sfogliando qualche anglicismo si procurerà l'attenzione maggiore dei clienti ed aumenterà le vendite. Infine si presentano i motivi sociologici, che riguardano il valore di prestigio, derivati da una certa immagine che si trascinano i prestiti dall'inglese, oppure il fatto di essere alla moda grazie all'uso delle parole inglesi.

MORBUS ANGLICUS

Claude Hagège riferendosi alle lingue in generale, afferma che la minaccia di morte che grava su esse assume oggi il volto dell'inglese: »oggi l'imperialismo dell'inglese svolge un ruolo di primo piano tra i fattori della morte delle lingue«²⁷. In Italia la questione degli anglicismi sempre più presenti viene affrontata con reazioni che passano dal grido d'allarme ai salti d'entusiasmo. Si affrontano le tematiche riguardanti la quantità degli anglicismi che continuano ad entrare nella lingua, la loro forma e la pronuncia. Viene sollevato l'argomento se gli anglicismi siano indispensabili in italiano nella loro forma originaria, o se sia più opportuno sostituirli con i vocaboli italiani. Da una parte si parla dell'italiano che pian piano viene anglicizzato, dall'altra si nega il pericolo »della morte« della lingua di Dante provocata dall'invasione degli anglicismi.

Nel 1987 Arrigo Castellani²⁸, conosciuto della sua impronta neopurista, sollevò la questione dell'invasione dei termini anglo-americani nel saggio *Morbis Anglicus* sostenendo come la lingua italiana venga sottoposta ad un processo di frantumazione e sia necessario intervenire attraverso mezzi di informazione ed organi ufficiali. Secondo A. Castellani »gli anglo-americanismi non adattati minacciano le strutture stesse della lingua e provocano il diffondersi di un senso d'incertezza che è lungi dall'essere salutare«²⁹. Nel confronto dei forestierismi

²⁷ C. Hagège, (2002:99).

²⁸ A. Castellani, (1987:137–153).

²⁹ A. Castellani, (1987:140).

bisogna assumere il comportamento retto dall'indiscutibile principio »adottare e adattare«, ribadisce più volte il linguista, e paragona gli anglicismi non integrati ai »sassolini nelle scarpe« ed anche se con essi è possibile camminare, »se non ci fossero si camminerebbe meglio³⁰. Inoltre A. Castellani è il fautore della sostituzione dei vocaboli inglesi e conia una serie dei potenziali corrispondenti alle parole forestiere: *fubbia* (fumo + nebbia) per *smog*; *vendissimo* per *bestseller*; *intrèdima* per *weekend*; *velopattino* per *windsurf*, nonché propone di assimilare gli anglicismi alle parole del sistema linguistico italiano aggiungendovi la vocale -e od -o (*filme, sporte, bosso, bluffo, buldogo*). Sottolinea che l'abuso degli anglicismi è dovuto, oltre che alla pigrizia ed alla mancanza di fantasia, allo snobismo.

Alle idee di A. Castellani si opposero Anna Laura e Giulio Lepschy³¹ attribuendo ai prestiti inglesi la stessa funzione dei latinismi presenti nella lingua comune che non disturbavano a nessuno, anzi, godevano di un certo prestigio. Per quanto riguarda un eventuale adattamento fonetico del prestito, al quale alludeva A. Castellani nel suo saggio, i Lepschy lo videro in quanto una contraddizione alla ragione principale per cui un prestito viene utilizzato, vale a dire, proprio il suo essere forestiero ed il suo suono esotico.

Nella *Presentazione al Dizionario degli anglicismi nell'italiano postunitario* di G. Rando Luca Serianni³² sostiene che il pericolo di sconvolgimento linguistico a causa dell'entrata dei termini inglesi sembra sopravvalutato. Prendendo in considerazione il lessico fondamentale, il numero degli anglicismi entrati nell'italiano è esiguo. La situazione cambia nel campo dei linguaggi settoriali dove l'inglese domina, però è anche visibile la tendenza verso l'italianizzazione dei forestierismi, soprattutto nel linguaggio informatico. L. Serianni descrive tale fenomeno come una forma di resistenza all'espansione degli anglicismi, mentre per Giovanni Nencioni esso si presenta come »segno di una buona coscienza linguistica«³³. Secondo L. Serianni sono i parlanti ad essere responsabili del destino della loro lingua.

Gaetano Berruto³⁴ ammette che il fenomeno dell'invasione degli anglicismi ha raggiunto dimensioni vistose, di cui l'esempio più eclatante è il linguaggio giornalistico. Egli indica tre punti basilari di tale influenza: la tendenza al concentramento degli anglicismi nello scritto, la loro presenza nei linguaggi settoriali e tra gruppi di parlanti poco rappresentativi, ed infine numerosi calchi che alterano meno la struttura della lingua rispetto ai prestiti.

³⁰ A. Castellani, (1987:141)

³¹ A. L. Lepschy – G. Lepschy, (1990: 53–54)

³² G. Rando, (1987: X–XII)

³³ G. Nencioni, (1994)

³⁴ G. Berruto, (1987: 86–87)

Al contrario Tullio De Mauro³⁵ non è affatto turbato dallo stato di salute dell’italiano. Ribadisce che è »tipico delle grandi lingue egemoni, e tutte le lingue legate alla tradizione e alla vita di società complesse, è stato ed è l’essere disponibili non solo a prestare vocaboli, ma a riceverne da ogni dove«. Nell’intervista di Emiliano Picchiorri il linguista conferma che l’allarme per l’invasione degli anglicismi resta ingiustificato perché la lingua, più che dagli anglicismi, è allarmata da altri fattori come ad esempio il basso livello di conoscenza delle lingue straniere a livello nazionale³⁶ oppure che il due terzi degli italiani hanno difficoltà a leggere e scrivere, per cui la metà ne rischia di ripiombare nell’alfabetismo totale. »Questi mi paiono fenomeni più minacciosi e profondi rispetto all’esibizione di qualche anglismo di troppo«³⁷ riassume la risposta De Mauro.

Dopo un’analisi della questione inglese nella lingua italiana, Gian Luigi Beccaria³⁸ arriva a diverse conclusioni. Riesce ad individuare sia lati positivi che negativi dell’influenza che esercita la lingua inglese sull’italiano. Una delle conseguenze negative della diffusione dei vocaboli inglesi è il fatto che gli italiani non sempre ne sono consapevoli, soprattutto se si tratta degli strati meno colti. Beccaria accorda con il fatto che si sta esagerando con gli anglicismi, »siamo arrivati al punto che, in certi casi, è più nota al comune parlante la voce inglese della corrispondente italiana. [...] Finiamo talvolta di essere più inglesi degli inglesi«.³⁹ Il linguista mette in risalto che la crisi della lingua italiana inizierà solamente quando ne verranno intaccate le strutture, quando l’italiano, lo si penserà in inglese, quando si cercherà di riprodurre la struttura inglese con i materiali italiani, e tranquillizza che finora le strutture fondamentali dell’italiano (fonetica, sintattica, morfologica) non sono state intaccate in modo cospicuo.

Come abbiamo avuto la possibilità di notare, dalle opinioni della maggior parte dei linguisti citati non risulta una particolare preoccupazione rivolta alla presenza degli anglicismi nella lingua italiana. Vi è solamente un consiglio di limitarsi ai forestierismi necessari che non invadano l’integrità della lingua madre.

³⁵ De T. Mauro, (1995)

³⁶ Per quel che concerne l’inglese, da quanto emerge dalle statistiche dell’ISTAT (2006) il 43,6% della popolazione italiana di 6 anni e più parla la lingua inglese. Il 30% delle persone intervistate dichiara di avere una scarsa conoscenza, mentre solo il 5,7% un’ottima conoscenza dell’inglese. Lo conoscono innanzitutto le nuove generazioni, anche se a partire dal 2000 si osserva l’aumento della conoscenza dell’inglese tra le persone tra 55 e 64 anni, con un incremento del 32%.

³⁷ E. Picchiorri, *Gli anglicismi? No problem my dear*, intervista con Tullio de Mauro.

³⁸ G. L. Beccaria, (2008:152)

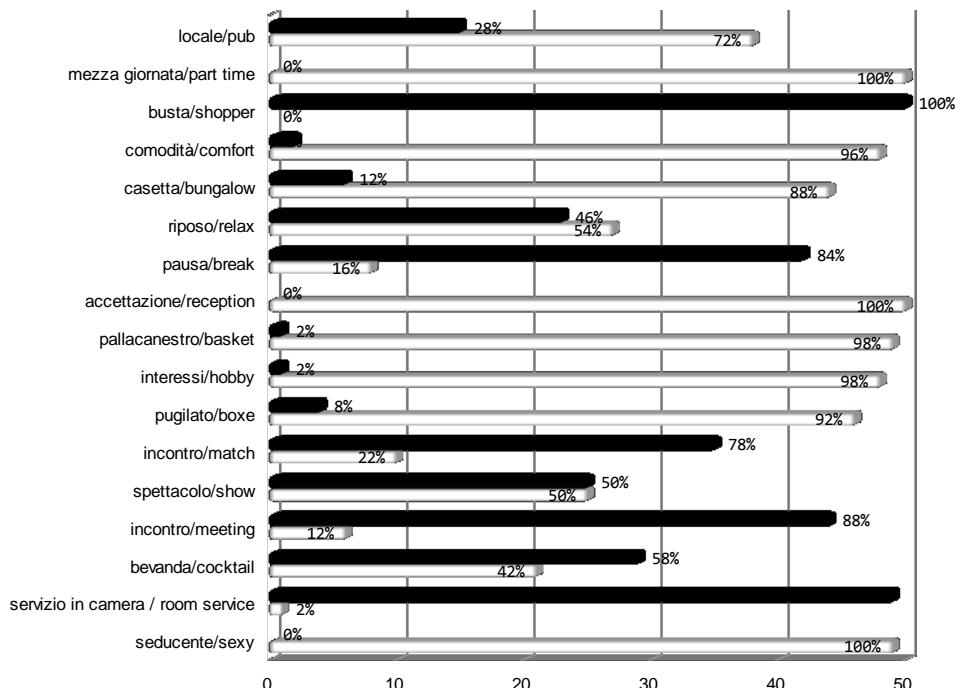
³⁹ G. L. Beccaria, (2008:154, 160)

ANALISI DEL QUESTIONARIO

Mi accingo ora a presentare i risultati della ricerca condotta su un campione di parlanti nativi dell’italiano. Il questionario è stato compilato da 50 soggetti, 30 maschi (60%) e 20 femmine (40%), di cui età è stata divisa in tre categorie: 18–25 (30%); 25–35 (34%) e 35–45 (36%). La maggior parte dei rispondenti ha dichiarato di essere in possesso del diploma di maturità (56%), mentre il restante 44% ha concluso il percorso universitario. Infine, la maggioranza del campione proviene dalle regioni settentrionali dell’Italia (Trentino-Alto Adige – 15 persone, Lombardia – 12, Piemonte – 8, Veneto – 5), 7 persone vengono dalla Sicilia e 3 dalla Svizzera italiana.

I rispondenti hanno compilato un questionario che si articolava in tre parti, di cui la prima consisteva nello scegliere tra coppie di parole inserite in un contesto preciso (una parola italiana ed una inglese in uso nell’italiano di oggi) quella che nel determinato contesto verrebbe usata dall’intervistato, la seconda valuta la capacità di attribuire un corrispondente italiano ad un anglicismo in uso nell’italiano comune e la terza riguardava la sostituzione dei vocaboli italiani con le voci inglesi.

Il grafico espone quanto emerso dalla prima parte del questionario:



Il colore nero indica la percentuale delle scelte della parola italiana, mentre il colore bianco dell'anglicismo. Possiamo osservare che il 100% o quasi degli intervistati hanno scelto la parola inglese nelle coppie: mezza giornata / *part-time*; comodità / *comfort*; casetta / *bungalow*; accettazione / *reception*; pallacanestro / *basket*; interessi / *hobby*; pugilato / *boxe*; seducente / *sexy*. Si assiste però alla prevalenza dei vocaboli italiani come *bevanda*, *incontro* (sia nel senso di un appuntamento in generale, sia in quello di una competizione). Anche *pausa* prende il sopravvento sul *break*. Si nota un evidente primato del vocabolo italiano *busta* che è preferibile invece di *shopper*.⁴⁰ Vi sono poi solamente due coppie di parole dove non vi è una preferenza netta vuoi per la parola indigena vuoi per quella straniera. Come osserviamo, esse sono riposo / *relax* e spettacolo / *show*. Dalla prima parte del questionario risulta dunque la maggiore propensione per la parola inglese, nonostante la parola italiana sia la parola di uso abbastanza frequente, non antiquata.

Nella seconda parte del questionario i rispondenti sono stati invitati ad attribuire ad un anglicismo in uso nell'italiano comune, una parola italiana. Le parole scelte appaiono sia nel parlato quotidiano che nello scritto, soprattutto nel linguaggio giornalistico. Lo scopo di questa parte del questionario era di vedere se usando i vocaboli stranieri, i parlanti sono in grado di sostituirli con un corrispondente della madre lingua e se sanno indicare il loro significato. Presentiamo in questo luogo gli esempi più significativi.

La parola *manager*⁴¹, diventata popolare nell'italiano nel periodo del *boom* economico, si riferisce al dirigente di un settore o di un'impresa con potere decisionale, e tale corrispondente è stato indicato da 21 persone. Il vocabolo » imprenditore «, un eventuale iperonimo di *manager*, non risulta del tutto esatto, ciò nonostante è stato scelto da 29 persone.

Leader non ha costituito nessun tipo di difficoltà per la stragrande maggioranza degli intervistati che hanno indicato *capo* come equivalente italiano ed è proprio il vocabolo proposto anche dai vocabolari della lingua italiana come Garzanti e Sabatini-Coletti. Tutti invece erano unanimi per lo spettacolo in quanto equivalente di *show*.

*Boom*⁴² significa in italiano periodo di intenso sviluppo economico, rapido fiorire, improvviso successo, rapida diffusione e simili. Gli intervistati hanno fornito diverse spiegazioni tra le quali nessuna ha preso il sopravvento. Con la parola *boom* riusciamo quasi a palpare l'icasticità, la velocità e la comodità di cui parla

⁴⁰ Secondo A. Castellani comunemente viene usata la parola italiana *sacchetto* al posto del forestierismo qui citato, ma negli scontrini dei supermercati l'articolo viene chiamato *shoppers*, al plurale. (1987:152)

⁴¹ Zingarelli, »manager« (2005:1045)

⁴² Zingarelli, »boom«, (2005:246)

Beccaria.⁴³ L'onomatopeico *boom* negli anni Trenta del Novecento veniva usato per indicare la rapida salita dei prezzi riferendosi alla borsa; nel Dopoguerra il significato si è esteso sull'intenso sviluppo dell'economia e dell'industria, oggi può riferirsi ad un qualsivoglia successo ed espansione. Il suo significato è ben noto ai parlanti ed il fatto che lo esprimono con corrispondenti diversi significa quanto la parola inglese risulti radicata nel parlare comune.

Con la parola *spot* assistiamo ad un altro fenomeno assai frequente nell'ambito dei prestiti dall'inglese. Si tratta del funzionamento del prestito nella lingua di arrivo con il significato diverso da quello con il quale esso funziona nella lingua di origine. In inglese, *spot*⁴⁴, abbonda di significati, vuol dire ad esempio, un luogo, posto, punto; una macchia; un po' di qualcosa, o nel campo cinematografico, si parla di faretto. Lo *spot* vuol dire anche nella realtà anglofona »a short period of time when someone can speak or perform on radio or television«⁴⁵ e per indicare la pubblicità si usa il binomio *spot advertising*. In italiano lo *spot* risulta avere due significati: 'punto luminoso', 'riflettore', nonché 'breve comunicazione commerciale', ma, come sottolinea Massimo Fanfani, il secondo significato si limita ad ambiti settoriali ed è accompagnato »costantemente [...] da aggettivi come *pubblicitario*, *televisivo* e simili«⁴⁶. Tra le risposte degli intervistati appare soprattutto la voce di uso comune 'pubblicità'. Vi troviamo anche 'luogo' che corrisponde al significato inglese, ma non a quello corrente in italiano. Vi appaiono inoltre le proposte come 'immagine' e l'avverbio di tempo 'ogni tanto' che non corrispondono né all'uso italiano né all'uso inglese.

La situazione simile a quella del vocabolo precedente riguarda la parola *lobby*⁴⁷ che in italiano significa »gruppo di interesse che, mediante pressioni anche illecite su uomini politici, ottiene provvedimenti a proprio favore, gruppo di potere« oppure »salone principale delle banche dove si svolgono le operazioni importanti«, mentre in inglese significa anche atrio, ingresso o *foyer* (di una casa, di un albergo, di un teatro). I corrispondenti appena citati sono riscontrabili tra le risposte delle persone intervistate, benché in italiano non si usi la parola *lobby* riferendosi ad esempio all'ingresso di una casa.

La voce *residence* con il suo significato originario di villa, casa signorile, nonché domicilio, è stata accolta in italiano come »albergo con appartamenti completi di bagno e cucina, affittati per medie e lunghe permanenze, con la possibilità di fruire di alcuni servizi centralizzati (per es. lavanderia, stireria)«⁴⁸. La maggior parte delle risposte fornite rende l'idea del suo significato.

⁴³ G. L. Beccaria, (2008:177)

⁴⁴ Oxford Dictionaries, »spot«.

⁴⁵ Longman, Dictionary of Contemporary English, »spot«.

⁴⁶ M. Fanfani (2003:171)

⁴⁷ Garzanti, »lobby«.

⁴⁸ Garzanti, »residence«.

Backup è un termine informatico entrato nell’italiano con il linguaggio settoriale e di conseguenza viene utilizzato solamente in quel contesto e non costituisce nessun problema di significato per gli intervistati.

Privacy viene usato in italiano in riferimento alla vita privata, soprattutto nelle collocazioni come difendere la propria *privacy*, violare la *privacy* oppure riferendosi al diritto ed alla legge sulla *privacy*, vale a dire il complesso delle norme che regolano la tutela e l’utilizzo dei dati personali. Tra le risposte degli intervistati le più inappropriate risultano essere i sostantivi ‘seretezza’ e ‘riservatezza’, il significato italiano dei quali non corrisponde al vocabolo inglese.

*Optional*⁴⁹ in italiano è un sostantivo maschile e significa, come ha indicato la maggior parte degli intervistati, un accessorio, una variante che si può avere a richiesta pagando un sovrapprezzo rispetto al modello di serie (di un’autovetture, un elettrodomestico, una macchina utensile). Si ha anche l’aggettivo ‘opzionale’ che significa appunto »affidato a libera scelta«, »non compreso nella dotazione di serie«⁵⁰. Come riportato dai dizionari Zingarelli e Sabatini-Coletti, prima è entrato il prestito che è stato assimilato ed integrato (1963) sotto la forma di aggettivo ‘opzionale’, mentre quattro anni dopo è entrato nell’uso il prestito non integrato *optional* come sostantivo. Si nota dunque, con la risposta ‘opzionale’ la trasposizione fonetico-semantica che comporta il cambio del genere.

Nell’ultima, la terza parte, l’intervistato è stato chiesto di sostituire i vocaboli italiani inseriti in un determinato contesto con le voci inglesi (sono stati scelti per questo alcuni lessemi dal gruppo di parole più frequentemente sostituite da anglicismi). Le parole da sostituire erano: *ragazzo*, *fine settimana*, *bugia*, *compagno di vita*, *leggera (versione)*, *disabilità*, *parcheggio*, *aspetto*, *indossatrice*. Anche qui sono apparse alcune incomprensioni, specialmente riguardanti le parole *ragazzo*, *compagno* (inteso come compagno di vita), e *leggera* (nell’espressione *una versione leggera*). Nella frase: »Non sto cercando *il ragazzo* per il fine settimana« il complemento ‘*ragazzo*’ veniva sostituito, oltre il corrispondente inglese esatto *boyfriend* (in alcuni casi però con la scrittura staccata, cioè *boy friend*), la risposta data dal 90% degli intervistati era *boy* (che in inglese indica una persona giovane, adolescente, di sesso maschile). Anche la parola *compagno* intesa qui come compagno di vita ha creato una certa confusione: ad esempio, spesso invece di *partner*, il corrispondente attribuito era *friend*. Anche qui abbiamo nuovamente a che fare con un miscuglio e slittamento di significato. La traduzione di ‘*versione leggera*’ ha ottenuto, oltre alle due risposte *soft* e *light* usate dalla maggior parte dei rispondenti, due spiegazioni come *easy* (facile) e *short* (corto).

Dall’analisi dei questionari risulta vera la tendenza verso l’uso degli anglicismi da parte di persone di madre lingua italiana, indipendentemente dalla loro età,

⁴⁹ Zingarelli, »optional« (2005:1219)

⁵⁰ Zingarelli, »opzionale«, *ibid.*

dal loro livello di studi e dalla provenienza geografica. Si può dunque constatare che nella maggior parte dei casi l'abbondante, spesso superfluo, uso degli anglicismi è dovuto all'influsso esterno. La lingua dei mezzi di comunicazione di massa veicola con disinvolta le voci straniere, senza badare che esse penetrano, in seguito, anche la comunicazione quotidiana.

CONCLUSIONI

Per concludere, bisogna ancora una volta ricordare che la quantità degli anglicismi entrati negli ultimi anni nell'italiano contemporaneo è cospicua ed oggi non si tratta soltanto di linguaggi specifici, che sono nella maggior parte anglicizzati come quelli di finanza, informatica, economia, ecc., ma i prestiti entrano a far parte anche della lingua quotidiana. L'italiano standard sta effettivamente seguendo la tendenza inglese che viene diffusa dai mezzi di comunicazione di massa per poi entrare nel vocabolario degli italiani. In più, Massimo Fanfani sottolinea il fatto che la realtà italiana è scevra di un qualsiasi »filtro discriminante« e di conseguenza la lingua accoglie »ciò che è necessario e ciò che riesce di poca utilità«. »Per di più« conferma Fanfani

processi di „metabolizzazione“ delle novità solo di rado portano ad una effettiva eliminazione di superfluo: ciò che è stato ricevuto una volta sembra sopravvivere a tempo indeterminato, e così ogni nuova ondata di anglicismi si deposita su quella precedente, le mode continuano a non passare di moda, e alla fine tutto viene stoccatto in forma non sempre ragionevole nei vocabolari⁵¹.

Quasi senza accorgersene, gli italiani sono diventati utenti del lessico inglese che viene integrato nella lingua con un'estrema tolleranza, priva di un qualsiasi atteggiamento puristico, accettando frequentemente, oltre ai termini stranieri necessari, anche i prestiti di lusso. Sia il ritmo che la quantità del consumo ha raggiunto un livello talmente alto, che gli anglicismi molto spesso prendono il posto alle voci italiane. Partendo dall'osservazione che l'inglese viene considerato lingua di potere, l'uso degli anglicismi di lusso nell'italiano odierno sarebbe la manifestazione di modernità e di un cosmopolitismo mal inteso. Ovvero il fattore che determina in primo luogo l'utilizzo dei vocaboli stranieri è il prestigio.

La diffusione degli anglicismi di lusso domina il mondo italiano di oggi approfittando della posizione mondiale dell'inglese. Sarebbe però consigliabile stare attenti, e sapere fino a quale punto rispettare »l'evoluzione naturale« della lingua senza rivelarsi ignoranti nei confronti di essa, ed individuando inoltre, dove è il caso di intervenire consapevolmente per fermare le tendenze spontanee.

⁵¹ M. Fanfani, (2003:152–153)

BIBLIOGRAFIA

- Beccaria Gian Luigi (2002), »L’italiano, oggi: l’antico, il nuovo«, in *Cuadernos de Filología Italiana*, Vol. 9, s. 191–203;
- Beccaria, Gian Luigi (2008), *Per difesa e per amore. La lingua italiana oggi*, Garzanti: Milano;
- Berruto Gaetano (1987), *Sociolinguistica dell’italiano contemporaneo*, NIS: Roma;
- Bisetto Antonietta (2003), »Da formattare a calcio mercato: l’interferenza dell’inglese sull’italiano contemporaneo«, in Sullam Callimani Anna Vera (a cura di), *Italiano e inglese a confronto: problemi di interferenza linguistica*, Atti del Convegno, Venezia, 12–13.04.2002, s. 87–99;
- Bombi Raffaella (1987–88), »Alcune tipologie di calchi sull’inglese in italiano«, in *Incontri linguistici*, 12, s. 17–59;
- Cartago Gabriella (1994), »L’apporto inglese« in Serianni Luca – Trifone Pietro (a cura di), *Storia della lingua italiana. Vol. 3 Le altre lingue*, Einaudi: Torino, s. 721–743;
- Castellani Arrigo (1987), »Morbus anglicus«, in *Studi Linguistici Italiani*, XIII, s. 137–153;
- Coco Alessandra (2003), »Briciole di linguistica« in Giovanardi Claudio, Gualdo Riccardo, *Inglese – italiano 1 a 1. Tradurre o non tradurre le parole inglesi?*, Manni: Lecce, s. 28–52;
- Dardano Maurizio – Trifone Pietro (1995), *La nuova grammatica della lingua italiana con nozioni di linguistica*, Zanichelli: Bologna;
- Fanfani Massimo (2003), »Per un repertorio di anglicismi in italiano« in Sullam Callimani Anna Vera (a cura di), *Italiano e inglese a confronto: problemi di interferenza linguistica*, Atti del Convegno, Venezia, 12–13.04.2002, s. 151–176;
- Gualdo Riccardo (2003), »Dagli sterlini al world wide web«, in Giovanardi Claudio, Gualdo Riccardo, *Inglese – italiano 1 a 1. Tradurre o non tradurre le parole inglesi?*, Manni: Lecce, s. 53–74;
- Gusmani Roberto (1986), *Saggi sull’interferenza linguistica*, Le Lettere: Firenze;
- Hagège Claude (2002), *Morte e rinascita delle lingue. Diversità linguistica come il patrimonio di umanità*, [edizione originale in lingua francese], Feltrinelli: Milano;
- Italiano Gloria (1999), *Parole a buon rendere: ovvero l’invasione dei termini anglo-americani*, Cadmo: Fiesole;
- Lepschy Anna – Lepschy Giulio (1990), »L’italiano visto dall’estero«, pubblicato originariamente in *Lettera dall’Italia*, anno V, n. 20, ott-dic 1990, s. 53–54, riprodotto in *Tradurre*, giugno 2005, s. 15–17;
- Statistiche in breve. Famiglia e società. La lingua italiana, i dialetti e le lingue straniere. Anno 2006, Istituto nazionale di statistica. http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20070420_00/ (ultimo aggiornamento 17.07.2011)
- Marchei Francesca (2005), »L’italiano tra antico e moderno«, in *Tradurre*, giugno 2005, s. 12–14;
- Migliorini, Bruno (2007, 1961), *Storia della lingua italiana*, Bompiani: Milano;
- Nencioni, Giovanni, *La Crusca per Voi*, n. 9, ottobre 1994;
- Picchiorri Emiliano, »Gli anglicismi? No problem my dear«, intervista con Tullio de Mauro, http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/italiano_inglese/demauro.html (ultimo aggiornamento 18.06.2011);
- Porras Castro Soledad (2003) »Neologismi nell’italiano contemporaneo«, in Vincente Gonzales Martin (a cura di), *La filología italiana ante el nuevo milenio*, Universidad de Salamanca, s. 513–526;
- Trifone Pietro (2010), *Storia linguistica dell’Italia disunita*, Mulino: Bologna;
- Weinreich Uriel (1974), *Languages in contact*, Mouton: Parigi – New York.

DIZIONARI

Cambridge Dictionary Online, www.dictionary.cambridge.org;
De Mauro Tullio (1999), *Grande dizionario italiano dell'uso*, UTET: Torino;
Grande dizionario d'italiano Garzanti, versione on-line, www.garzantilinguistica.sapere.it;
Il Sabatini Coletti Dizionario della Lingua Italiana, versione on-line, www.dizionari.corriere.it;
Longman, Dictionary of Contemporary English, www.ldoceonline.com;
Oxford Dictionaries, versione on-line, www.oxforddictionaries.com;
Rando Gaetano (1987), *Dizionario degli anglicismi nell'italiano postunitario*, Olschki: Firenze;
Zingarelli Nicola (2005), *Lo Zingarelli Vocabolario della lingua italiana 2005*, Zanichelli: Bologna.

SUMMARY

Today we attend to an unstoppable spread of English which is becoming always more popular in the world. The anglicisms are present everywhere and without any difficulties crosses international and cultural borders. English is an important part of sectoral languages and in the case of Italian, we can observe as well the contamination of the daily language used by an average speaker.

The present contribute focuses on the phenomenon of luxury anglicisms present in Italian. It is going to face its theoretical aspects on the background of other loan-words. I am going to describe briefly the presence of anglicisms in the Italian reality from the historical point of view and to review the opinions of various linguists about the situation of the anglicisms in the Italian language. I will try to reveal which are the motivations of using an English word instead of one of the mother tongue and, in the end, I will summarize the replies gathered from the questionnaires completed by Italian native speakers about the use of luxury anglicisms.

Key words: borrowings, anglicisms, Italian, variants