

NÉOLOGISMES ÉCONOMIQUES DANS LA PRESSE ITALIENNE D'INFORMATION GÉNÉRALE

Catarig Andra Teodora

*Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Str. Universității nr. 1, Oradea, cod 410087
acatarig@uoradea.ro, 0259-408799*

The written press is a continuously evolving organism, playing an important part in spreading the linguistic patterns. It is the privileged support of innovation, because it presents accurate facts, takes over the innovations from the specialized language and meanwhile it creates new words out of the necessity of naming the new objects, concepts and phenomena, but even out of stylistic reason or out of their desire to captivate the readers.

In the present paper we define our goal as being the identification and the description of neologisms present in the economic section of two Italian daily newspapers of general interest, Corriere della Sera and La Repubblica. This section defines itself through a great number of neologisms in comparison to the other sections. Some of them have immediate success and enter the common language, being immediately recorded in the dictionary; others are ephemeral, closely connected to certain events with no implications and that don't start another series of events.

Discours médiatique, néologie, formation des mots

Introduction

Jusqu'au début des années 1970, en Italie l'information économique était diffusée uniquement par la presse spécialisée, notamment par quatre quotidiens : *Il Sole*, *24 Ore*, *Il Globo*, *Il Fiorino*. En 1956, *Il Giorno* de Milan introduit la page *Économie*, comme section autonome du quotidien. Vers la moitié des années 1970 on assiste à deux grands événements: en 1976, à Rome, naît le quotidien *La Repubblica*, qui va s'imposer et devenir en 2007 le quotidien d'information générale le plus lu par les Italiens et qui réserve dès le début une place distincte à l'information économique ; en 1972 Piero Ottone est nommé directeur du *Corriere della Sera* et, parmi les changements qu'il a opérés, nous devons mentionner la création de la section *Économie*.

On assiste en même temps à la formation d'une nouvelle catégorie de journalistes spécialisés. Ces journalistes ne se limitent pas à relater les événements, mais cherchent à comprendre et à interpréter la signification des événements, en voulant attirer la part du public qui s'intéresse à l'information économique.

Leur écriture doit respecter les mêmes exigences de lisibilité, de clarté, de précision et de crédibilité que les autres sections du journal. Cela s'avère difficile, étant donné que les pages consacrées à l'information économique sont imprégnées de beaucoup de termes de spécialité et d'un nombre plus grand de néologismes que les autres sections, à l'exception des pages consacrées à la science et aux nouvelles technologies. D'ailleurs, le domaine même de l'économie est extrêmement dynamique et novateur. Ainsi, l'écriture de la section *Économie* est assez opaque pour le lecteur commun.

Les néologismes naissent du besoin réel de nommer les nouveaux objets, concepts, phénomènes, car la société est en permanente transformation et les progrès enregistrés dans le domaine de l'économie sont significatifs. Au près du lexique spécialisé de la discipline, nous retrouvons dans la presse écrite les paroles créées par les hommes politiques et les hommes d'affaires. Parmi les causes de l'apparition de nouvelles unités lexicales nous devons également mentionner le désir d'enrichir la langue ou la prédilection pour les jeux de mots et les allusions.

La fortune qu'aura le néologisme dépend du besoin réel du terme et de sa force expressive. Le premier contact avec le néologisme peut être plaisant ou désagréable, mais ces effets s'atténuent avec le temps. Ainsi, certaines paroles s'intégreront dans la langue, d'autres seront oubliées.

Corpus et méthode

Nous avons choisi un corpus formé de trois numéros du quotidien *La Repubblica* et de trois numéros du *Corriere della Sera* et nous avons identifié les néologismes des sections *Economia*, *Economia e politica*, *Finanza & Mercati*, *Imprese & Mercati* (R) et *Economia* (CdS).

Nous mentionnons dans notre travail les néologismes qui ne sont pas encore enregistrés dans les dictionnaires *Zingarelli*, *Sabatini & Coletti* et dans la version en ligne du dictionnaire *Garzanti* et ceux qui ont été récemment enregistrés. L'entrée dans un dictionnaire équivaut à la reconnaissance officielle du terme et peu à peu, le néologisme n'est plus senti comme tel.

Les exemples sont accompagnés de la citation des passages où ils figurent et de l'explication de leur mode de formation.

Les néologismes – définitions et fonctions

Ainsi qu'il résulte de l'étymologie du terme *néologisme* (*néo*, nouveau et *logos*, parole, discours) et conformément aux définitions données par les linguistes, le néologisme est un *mot nouveau* ou un *sens nouveau d'un mot qui existe déjà dans la langue*. Dans le premier cas nous avons affaire à la *néologie formelle*, dans le second à la *néologie sémantique*.

« Il neologismo è una parola o un'espressione nuova, non ancora registrata nei dizionari, che può avere origine da parole già in uso – talvolta combinandone insieme più d'una – o essere prelevata dal lessico di altre lingue, nella sua forma originaria o in una adattata. Anche un significato nuovo attribuito a parole già esistenti può essere considerato un neologismo, così come termini nati in ambito regionale o specialistico possono rifluire nel lessico dell'uso comune, arricchendolo e rinnovandolo costantemente. » (Adamo, Della Valle, 2005 : V)

Selon Pruvost et Sablayrolles la nouveauté consiste dans les rapports entre signifiant, signifié, et référent.

« Le néologisme est un signe linguistique comme les autres associant un signifié (sens) et un signifiant (forme) renvoyant globalement à un référent, extralinguistique. La nouveauté dans un ou plusieurs de ces trois pôles du triangle sémiotique modifie leurs rapports et affecte le signe dans son ensemble. » (Pruvost et Sablayrolles, 2003 : 54)

En donnant des exemples pour la langue française, ils envisagent quatre cas de néologie:

1. une nouvelle forme et un nouveau sens (on ressent le besoin de trouver une dénomination pour une nouvelle réalité)
2. un nouveau sens pour une forme existante (le mot *souris* acquiert un nouveau sens dans le vocabulaire de l'informatique)
3. une forme nouvelle pour un sens ancien (*sponsor* remplace *commanditaire*)
4. la réintroduction de formes (l'ancienne forme *retoquer*, ayant le sens de « refuser, rejeter », est actuellement employée pour des lois ou règlements qui doivent être améliorés) et ils remarquent le fait que le locuteur n'a pas toujours conscience d'émettre une nouvelle unité lexicale.

Quand ils sont volontaires, les néologismes reflètent un objectif stratégique du locuteur. Ainsi, Pruvost et Sablayrolles identifient trois fonctions des néologismes:

1. *une fonction d'appel*, fondée sur le fait que la singularité des néologismes focalise l'attention du lecteur. En effet, les deux linguistes affirment que le nombre assez grand des néologismes présents dans les titres ou sous-titres des journaux a le rôle d'inciter le lecteur à lire le contenu de l'article.
2. *des fonctions argumentatives*. En employant un néologisme, son créateur essaie d'agir sur l'interlocuteur. Par exemple, en inventant la dénomination d'un nouveau produit on veut induire une interprétation positive et en même temps on cherche à faire acheter le produit par le consommateur.

3. *des fonctions relationnelles*. Les néologismes servent parfois à établir une connivence avec l'interlocuteur. On emploie expressément un mot inventé au lieu du mot attendu, pour créer un certain effet ou pour provoquer une réaction de la part de l'interlocuteur.

L'emploi des néologismes peut se révéler bénéfique. Une unité lexicale nouvelle peut remplacer une périphrase plus longue et lourde. Le locuteur économise ainsi ses efforts et le néologisme arrive à combler une lacune du lexique.

Les néologismes constituent parfois la *marque identitaire* du locuteur. Les journalistes de la presse écrite forgent des néologismes qui deviennent par la suite leur marque. Nous en donnons seulement quelques exemples: Michele Serra forge *bioestetico*, *davantologico* (devant les yeux de tous), *leccascarpe* (adulateur), Ernesto Galli invente *sociologizzare* (considérer d'un point de vue sociologique), Umberto Eco appelle les conflits contemporains *neo-guerra*.

Les modes de création

L'italien est une langue moderne qui s'enrichit continuellement tant par des **procédés internes** (la dérivation et la composition) que par des **procédés externes** (emprunts aux langues étrangères).

A. La dérivation est le mécanisme le plus utilisé en italien pour former de nouveaux mots. Elle comprend :

- **la préfixation**, qui consiste dans l'ajout d'un affixe devant une base (*capace* → *incapace*).
- **la suffixation**, qui consiste dans l'ajout d'un affixe après une base (*fiore* → *fioraio*).

La préfixation ne modifie pas la classe grammaticale (à l'exception du préfixe *anti-* et des dérivés parasyntétiques) et de ce fait elle ressemble à la composition. Alors que le suffixe n'est jamais autonome, le préfixe peut l'être. Il y a des cas où il peut être préposition, adverbe ou conjonction (*con*, *contro*, *sotto*, *non*) et des cas où il acquiert une valeur adjectivale (*super*).

Dans notre corpus nous remarquons la prédilection des journalistes pour les préfixes *anti-*, *contro-*, *super-*. D'ailleurs, ces préfixes ont un très haut degré de productivité en italien contemporain.

Le préfixe *super-* apporte l'idée de supériorité, d'excès.

supereuro, s.m., euro fort

- dérivé de *euro* avec l'ajout du préfixe *super-*

[art.] Più indirette le ricadute del supereuro sui bilanci delle famiglie [...]. (R, 28/04/07, p. 42)

Ces préfixes s'ajoutent également à des mots étrangers :

supermanager, s.m., manager ayant des pouvoirs très grands

- dérivé de *manager* avec l'ajout du préfixe *super-*

[art.] Non molto, per un supermanager che a Crédit Suisse First Boston aveva guadagnato oltre 200 milioni negli anni d'oro della « new economy ». (CdS, 25/03/08, p. 31)

La suffixation est un des procédés les plus productifs de la langue italienne. En ajoutant un suffixe on peut changer de catégorie grammaticale. À partir d'un verbe on crée un nom ou un adjectif, à partir d'un nom on crée un verbe ou un adjectif, etc.

La transformation N → V est très productive.

calendarizzare, v.t., établir la date d'un événement (enregistré par les dictionnaires Zingarelli et Sabatini & Coletti, I-ère attestation : 1985)

- dérivé de *calendario* + le suffixe *-izzare*

[art.] La sortita di Rutelli [...] giunge in vista della ripresa del dibattito in commissione del disegno di legge delega ex rendite finanziarie calendarizzato per l'aula di Montecitorio a fine maggio. (R, 28/04/07, p. 40)

La transformation N → N est proche de l'altération.

tesoretto, s.m., « petit trésor », argent provenant d'un surplus de recettes, de rentrées fiscales inattendues, qui sont le résultat de la lutte contre l'évasion fiscale.

- dérivé de *tesoro* + le suffixe *-etto*. Le suffixe *-etto* n'a plus sa valeur habituelle de suffixe diminutif.
[art.] Riferendosi a quello che nel dibattito di politica economica è stato battezzato il « tesoretto », Rutelli ha precisato che « la priorità è ridurre il debito » ma che l'extraggettivo « può essere impiegato anche per la riduzione dell'Ici sulla prima casa ». (R, 28/04/07, p. 40)
[art.] Motivo in più per il presidente del Consiglio e il ministro dell'Economia di riflettere sulla distribuzione del tesoretto. (CdS, 24/07/07, p. 33)

La transformation Adj → N

automotoristico, adj, qui se réfère aux automoteurs

- dérivé de l'adjectif *automotore* + le suffixe *-istico*.
[art.] Poi sì, il presidente avverte anche che « occorre stare sempre con i piedi per terra, non dimenticare mai quanto siano difficili mercato e business automotoristico ». (CdS, 24/04/07, p. 31)

La transformation V → N

australianizzazione, s.f., la modification de la structure du capital de la compagnie Rio Tinto, pour que 51% du capital soit coté en Australie.

- dérivé de *australianizzare* (lui même obtenu de *australiano* + *-izzare*) + le suffixe *-zione*.
[tit.] Bhp Billiton e la « australianizzazione » di Rio Tinto (R, 03/12/07, p. 16)

La transformation V → Adj.

autorizzativo, adj., concernant l'assurance (enregistré par le dictionnaire Zingarelli, I-ère attestation : 1985)

- dérivé du participe passé du verbe *autorizzare* + le suffixe *-ivo*.
[art.] In passato, però, ci sono stati « blocchi normativi » di altro tipo, dall'incertezza sui finanziamenti pubblici (come nel caso di Pedemontana) ai blocchi autorizzativi. (CdS, 29/04/07, p. 24)

Les parasythétiques sont des unités formées d'un préfixe, d'une base et d'un suffixe : *impoverire*, *sdoganare*. Ces formations ont encore une certaine vitalité en italien contemporain.

B. La composition suppose l'union de deux unités lexicales pour en former une nouvelle. Selon M. Dardano (1978 : 141), la composition représente le grand réservoir dans lequel l'italien moderne puise pour renouveler de l'intérieur son patrimoine lexical.

Les mots composés stricto sensu, c'est-à-dire la composition avec des éléments italiens :

La séquence typique de l'italien est le type *déterminé* + *déterminant* : le second élément détermine le signifié du premier.

Les composés N + A proviennent de la transformation d'une phrase prédicative avec le verbe *essere* :

auto blu, s.f., les véhicules destinés au transport des représentants des institutions (enregistré par le dictionnaire Zingarelli, I-ère attestation : 1980)

- [tit.] Rutelli: avanti tutta con il taglio dell'Ici. Il Tesoro dimezza le spese per le auto blu. (R, 28/04/07, p. 40)

La composition néoclassique :

Il s'agit d'un type particulier de composition, qui utilise des éléments savants (d'origine grecque ou latine) ou pseudo-savants, nommés *confissi*, *semiparole* ou *prefissoidi* et *suffissoidi*, en fonction de la position qu'ils occupent dans les mots composés. D'habitude, ces éléments ne sont pas libres, ils apparaissent seulement dans les mots composés, même si dans les langues d'origine ils étaient des mots pleins. Dans ce type de composition l'ordre traditionnel *déterminé* + *déterminant* est inversé ; nous remarquons donc l'antériorité du déterminant, propre au latin, au grec et aux langues germaniques. De plus, ce type de mot composé ne se limite pas à deux éléments. Certains éléments développent des sens particuliers, différents

de ceux qu'ils avaient dans les langues d'origine. Ainsi, l'élément d'origine grecque *-poli (ville)* est actuellement utilisé dans le langage journalistique avec le sens de « *scandale* » : *affittopoli*.

Dans le langage journalistique les couples *maxi-/mini-*, *macro-/micro-* sont particulièrement productifs. Ces éléments expriment des signifiés augmentatifs ou appréciatifs, diminutifs ou péjoratifs.

maxiprestito, s.m., un emprunt de très grandes dimensions

- composé par l'élément *maxi-*(< lat.) et le substantif masculin *prestito*
[soustit.] Jp Morgan quintuplica l'offerta. Maxiprestito dalla Fed. (R, 25/03/08, p.22)

micro azienda, s.f., entreprise de petites dimensions

- composé par l'élément *micro-* (< gr.) et le substantif féminin *azienda*
[art.] Sono micro aziende, fornitori e subfornitori, che a Napoli o nella provincia di Prato (trasformata in un fortino di clandestinità per lavoratori cinesi sfruttati giorno e notte), sono pronte a modo loro a dare un contributo al successo delle griffe. (R, 03/12/07, p.17)

Il faut signaler également d'autres éléments productifs : *multi-* (d'origine latine), *auto-*, *eco-*, *tele-* (d'origine grecque).

Nous mentionnons la fréquence élevée des mots composés avec les éléments *caro* et *euro*:

caro-euro, s.m., croissance de la valeur de la monnaie européenne

- composé par l'élément *caro-* et le substantif masculin *euro*
[art.] In Italia poi il caro-euro amplifica i suoi effetti: è un toccasana sul fronte energetico [...]. (R, 28/04/07, p. 42)

eurogruppo, s.m., groupe politique représenté dans le Parlement européen (enregistré dans Adamo & Della Valle, 2005 : 173)

- composé par l'élément *euro-* et le substantif masculin *gruppo*
[art.] Il confronto nell'Eurogruppo sarà fondamentale, è probabile che arrivi la richiesta di lasciare, per ora, i tassi invariati al 4%, per poi decidere una nuova stretta della politica monetaria agli inizi del 2008. (R, 03/12/07, p. 10)

eurozona, s.f., ou **zona euro**, le nouvel espace monétaire européen (enregistré par le dictionnaire Zingarelli, I-ère attestation : 1998)

- composé par l'élément *euro-* et le substantif féminin *zona*.
[art.] Resta il fatto che in tutta la zona euro la spesa è diminuita (in media dal 47,5 al 47,4% del pil). E che nell'eurozona solo in Italia e Francia (53,5%) lo Stato si mangia più di metà della ricchezza nazionale [...] (CdS, 24/04/07, p. 33)

C. La troncation et la siglaison

L'italien contemporain a développé une série de mécanismes de réduction de paroles ou de locutions :

La troncation suppose la réduction des unités polysyllabiques.

coop[erativa], s.f.

- [surtit.] Il network delle coop europee ha rilevato l'80 di Palink (R, 03/12/2007, p. 16)

La siglaison comprend les sigles et les acronymes.

Le sigle est formé des lettres initiales des éléments d'un syntagme plus ample. On obtient les formations suivantes :

- lettres majuscules séparées par des points
- seule la lettre initiale est majuscule (*Bce* = Banque centrale européenne)
- toutes les lettres sont minuscules (*ddl* = disegno di legge, *cda* = consiglio d'amministrazione, *ad* = amministratore delegato)

D'habitude la première occurrence d'un sigle est expliquée entre parenthèses. Quand le sigle n'est pas suivi d'une explication, il est déjà connu par la majorité des lecteurs: par exemple, les sigles des Institutions européennes (*Bce*), ceux des partis politiques (*DS*), etc.

Il arrive parfois que les sigles employés fréquemment par les spécialistes ne soient pas expliqués ; le lecteur habituel a du mal à en identifier l'origine. La difficulté de décoder le sigle provient également du fait que l'italien emprunte des sigles anglo-américains :

ceo (chief executive officer) = direttore generale (CdS, 24/04/07, p. 30)

Dans le langage journalistique, les sigles des partis politiques servent également à indiquer les membres des partis : *il diesse*, avec le dérivé *diessino*.

Les acronymes sont formés des lettres ou des parties des mots qui composent un syntagme :

Istat = Institut Central de Statistique Italien

Eurostat = Office Statistique des Communautés Européennes

ipo = offerta pubblica iniziale (une introduction en bourse), provient de l'anglais *Initial Public Offering*.

➤ [surt.] L'ipo (CdS, 25/03/08, p. 35)

Ifo = Institut für Wirtschaftsforschung (Institut de recherche économique)

➤ [tit.] « Riforme in ritardo ». L'Ifo critica la Merkel (CdS, 24/04/07, p. 24)

D. Les mots-valises combinent des fragments de mots qui ont une partie de signifiant commun. Ils sont fréquents dans le langage économique.

infotainment, s.m., anglicisme formé de *information* et *entertainment*, info-spectacle. (enregistré par le dictionnaire Zingarelli, I-ère attestation : 1991)

➤ [art.] Suo padre è Rupert Murdoch, il re dell'« infotainment », e suo marito è Matthew Freud, barone delle relazioni pubbliche [...] (CdS, 25/03/08, p. 35)

E. Les locutions

Les néologismes de combinatoire lexicale sont des séquences à l'intérieur desquelles on ne peut pas insérer d'autres éléments. En italien le type le plus fréquent est formé de *nom + préposition + nom* : *stile di vita, addetto alle vendite*.

F. L'emprunt

Les nouveautés peuvent être empruntées à d'autres systèmes linguistiques. L'italien importe massivement de l'anglais. Les emprunts apparaissent surtout dans les pages spécialisées des quotidiens : dans la section consacrée à la science et à la technologie, dans celle dédiée à l'économie, etc.

Selon Carmelo Scavuzzo (1992), grâce à leur présence massive dans le langage financier, les anglicismes en constituent le trait le plus frappant. Les journalistes spécialisés les manient avec une maîtrise particulière.

Nous remarquons qu'après des anglicismes importés dans les années 1970-1980, tels que : *holding, pool, joint venture, boom, leader*, il y en a toujours d'autres qui s'imposent : *target, board*. Pour de nombreux termes anglais il y a un équivalent en italien, mais les journalistes préfèrent utiliser le terme étranger, surtout dans les articles consacrés aux événements du marché international. Ils obtiennent ainsi un effet particulier. Nous indiquons seulement un petit nombre de termes extraits des quotidiens analysés :

asset – *attività, attivo*

authority – *autorità*

board – *consiglio d'amministrazione*

corporation – *corporazione*

corporate governance – *direzione d'azienda*

decoder – *decodificatore*

hostess – *assistente di volo*

network – *rete*

outsourcing – *esternalizzazione*

shopping mall – *centro commerciale*

short list – *elenco ristretto*

top manager – amministratore delegato

utility – servizi di pubblica utilità

vendita on line – vendita in linea

Le journaliste peut utiliser exclusivement le terme anglais :

public company – *società per azioni quotata in borsa*

- [tit.] En plein dei fondi alla Parmalat. Bondi: una vera public company
- [art.] Noi siamo una public company a capitale diffuso e con un capitale che partecipa attivamente alla vita della società. (CdS, 29/04/07, p. 23)

Pourtant, il y a des cas où dans le titre le journaliste utilise le mot anglais et dans le corps de l'article l'on trouve le mot italien: **Authority** – *Autorità*

- [tit.] L'Authority: via l'Iva sul nucleare dalla bolletta
- [art.] Ed è quello che chiede al governo e al Parlamento l'autorità per l'Energia presieduta da Alessandro Ortis. [...] Secondo l'Autorità non dovrebbero quindi essere assoggettati all'Iva, che invece grava mediamente per il 13,3%. (CdS, 24/04/07, p. 31)

Nous indiquons aussi des termes pour lesquels il n'y a pas d'équivalent italien ou bien dont l'explication serait trop longue pour être utilisée dans les pages de journal:

hedge fund = fond d'investissement hedge (R, 03/12/07, p. 11)

stranded cost = costi non recuperabili del mercato elettrico (coûts non récupérables du marché de l'électricité, coûts non compétitifs) (CdS, 24/04/07, p. 31)

Par l'intermédiaire de la presse, certains anglicismes arrivent à passer dans la langue commune (*broker, business, manager, target*). Après une certaine période de temps, ils entrent dans les dictionnaires.

Certains termes anglais reflètent les réalités de l'économie anglaise ou américaine (*il mercato dei subprime*), d'autres termes sont empruntés au moment où l'économie italienne adopte l'objet ou le phénomène en question :

un contratto « spot » = un contrat au comptant qui prévoit la livraison immédiate des biens

- [soustit.] Un contratto « spot » per Asm-Aem-Hera
- [art.] Con un contratto « spot » della durata probabilmente di 12-18 mesi [...]. (CdS, 24/04/07, p. 29)

Nous avons identifié très peu de calques :

ambientalista – écologiste, environnementaliste (enregistré par le dictionnaire Zingarelli, I-ère attestation : 1984)

- dérivé de *ambientale* + le suffixe *-ista*, c'est en fait un calque de l'anglais *environmentalist*
- [surtit.] Esce il libro dell'ex leader ambientalista divenuto banchiere. (CdS, 25/03/08, p.35)

advisor legale (< legal adviser) – avvocato

- forme hybride, formée du substantif anglais *advisor* + la traduction en italien de l'adjectif
- [art.] La riunione presieduta da Roberto Mazzotta [...] e alla quale hanno preso parte 18 consiglieri su 20, gli advisor e i consulenti legali dello studio Lombardi è iniziata intorno alle 10.30 ed è terminata alle 14. (CdS, 29/04/07, p.23)

Nous signalons aussi des emprunts au japonais, par l'intermédiaire de l'anglais :

tycoon – un magnat ou un grand entrepreneur dans le domaine de l'industrie, du commerce, des finances.

- attesté pour la première fois en 1975, cet emprunt est signalé par les dictionnaires Zingarelli, Sabatini & Coletti et Garzanti on line.
- [surtit.] La mossa di Elisabeth, figlia del tycoon e sposata al nipote di Freud. (CdS, 25/03/08, p.35)

La parenté lexicale de l'italien et du français fait en sorte que les emprunts à cette langue soient aisément adaptés. Pourtant, dans notre corpus il n'y a aucune occurrence récente. Nous avons trouvé un seul terme, attesté en italien depuis 1986 : *capi griffati* (*griffato* = dérivé de *griffe* + *-ato*) (R, 03/12/2007, p. 17).

Quant aux néologismes sémantiques, nous avons trouvé un seul cas : *Il Leone*, l’emblème de la compagnie d’assurances *Generali*, est employé pour désigner la compagnie :

- [surtit.] Il Leone concentrerebbe le attività nell’area. Convocato per giovedì un consiglio straordinario della compagnia, sabato l’assemblea per la nomina dei vertici.

[art.] Il Leone avrebbe battuto i concorrenti più agguerriti [...] (CdS, 24/03/08, p.29)

Conclusion

Par l’intermédiaire de la presse, les termes économiques, connus par un nombre restreint de spécialistes, arrivent à s’intégrer dans le langage commun. Le journal constitue donc un moyen de diffusion du lexique de spécialité.

De plus, chaque numéro du journal apporte de nouvelles créations, sur la base des termes existants dans la langue ou bien en empruntant à des langues étrangères, surtout à l’anglais. Nous avons donné des exemples extraits des quotidiens les plus lus par les Italiens.

Les journalistes italiens ont la tendance à transformer tout en spectacle : ils reprennent les termes inventés par les hommes politiques (*tesoretto*), ils utilisent des termes anglais à la place du terme italien équivalent (*authority*), ils créent des néologismes occasionnels (*australianizzazione*) en partant des possibilités virtuelles que leur offre la langue.

Les néologismes, utilisés surtout dans les titres et les surtitres, induisent une charge émotionnelle particulière, qui incite à la lecture de l’article. De même, l’emploi d’un terme anglais à la place du mot italien équivalent peut avoir des explications d’ordre affectif. Dans le corps de l’article, les néologismes servent à construire un message concis, ayant un impact très fort sur le lecteur.

D’autre part, les sigles et les anglicismes non adaptés, qui apparaissent avec une fréquence très élevée dans les pages consacrées à l’économie, ont parfois comme conséquence le fait que le langage devient opaque pour le lecteur non avisé.

Le phénomène le plus frappant reste l’emprunt à l’anglais. Une grande quantité d’anglicismes entrent dans la langue italienne et la plupart de ces formes sont des substantifs. Le style nominal est d’ailleurs une des principales caractéristiques du langage journalistique. Nous avons remarqué que la tendance actuelle est de ne plus adapter les emprunts à la langue italienne. Une possible explication en serait la rapidité avec laquelle le message doit être transmis : par conséquent, les journalistes n’essaient plus de traduire les mots et les expressions provenant de l’anglais. Une autre explication consiste dans le fait que les spécialistes en économie utilisent les termes anglais, empruntés par nécessité, et les médias les transmettent tels quels.

Le langage journalistique subit en permanence des transformations, c’est pourquoi les résultats d’une recherche synchronique ne peuvent jamais être donnés comme étant définitifs.

Bibliographie

1. Adamo, G., Della Valle, V., *2006 parole nuove*, Milano, Sperling & Kupfer, 2005.
2. AAVV, *Grande grammatica italiana di consultazione*, a cura di L. Renzi, G. Salvi e A. Cardinaletti, vol III, Il Mulino, Bologna, 1995.
3. Conti, P., “Un italianese antisintattico e sessualmente corretto”, in *Corriere della Sera*, 11 dicembre 2003.
4. D’Achille, P., *L’italiano contemporaneo*, il Mulino, Bologna, 2003.
5. Dardano, M., *La formazione delle parole nell’italiano di oggi*, Roma, Bulzoni, 1978.
6. Dardano, M., *Il linguaggio dei giornali italiani*, Editori Laterza, Roma-Bari, 1981.
7. Papuzzi, A., *Manuale del giornalista. Tecniche e regole di un mestiere*, Donzelli Editore, Roma, 1993.
8. Pruvost, J., Sablayrolles, J.-F., *Les néologismes*, PUF, Coll. Que sais-je?, Paris, 2003.
9. Sabatini F., Coletti V., *Il Sabatini Coletti. Dizionario della lingua italiana*, Rizzoli Larousse, Milano, 2003.
10. Scavuzzo, C., „Il linguaggio delle pagine economiche” in Medici, M., Proietti, D. (éds.), *Il linguaggio del giornalismo*, Mursia, Milano, p. 173-189, 1992.

11. Zingarelli, N., Lo Zingarelli 2008. Vocabolario della lingua italiana. Con cd-rom, Zanichelli, 2007.
12. www.garzantilinguistica.it.

Sources

La Repubblica, 28/04/2007, 03/12/2007, 25/03/2008

Corriere della Sera, 24/04/2007, 29/04/07, 25/03/2008