

**Лексико-семантический аспект неологизмов- англицизмов
в компьютерно-опосредованной коммуникации
на материалах современных англоязычных
и италияязычных сетевых ресурсов**

Распространение английского языка, а в особенности его цифровой лексики и та скорость, с которой эти неологизмы проникают в повседневный язык из английского в другие иностранные языки, очень велики.

Процесс, в котором новое слово становится частью принятой лексики сообщества, известен как институционализация (англ. – institutionalization: образование стабильных образцов социального взаимодействия, основанного на формализованных правилах, законах, обычаях и ритуалах).

Причина, почему интернет-неологизмы стали неотъемлемой частью повседневной лексики так стремительно, состоит в том, что они быстро проходят через все стадии этого процесса. Во-первых, они используются все чаще и чаще, поскольку они распространяются через социальные средства массовой информации и различные приложения в современных устройствах. Во-вторых, их смысл не требует сложных определений, так как фотографии, видео или приложения, как правило, не требуют пояснений. В конечном счете, эти слова начинают появляться в различных формах широко распространенных текстов [1].

Кульминацией этого процесса стало включение подобных неологизмов в лексику официальных словарей. Многие интернет-генерируемые неологизмы были включены в сетевые версии таких классических словарей английского языка, как Оксфордский Словарь английского языка [2], Словарь Вебстера [3], Кембриджский словарь [4]. Например, некоторые из них включают в себя такие лексические единицы, как «LOL», «tweet», «muahahaha / bahahaha».

Таким образом, в новых лексических единицах находят свое отражение все инновационные события, явления, прецеденты в общественной и политической жизни современного социума. В свою очередь, Интернет пространство представляет собой среду, которая реагирует наиболее быстро на внедрение новых технологий, появление новых объектов, устройств, средств коммуникации, явлений окружающей действительности, и, следовательно, возникают положительные предпосылки для появления неологизмов.

Создание, образование, появление и функционирование новых языковых средств обусловлены, прежде всего, потребностями общества

в номинации новых понятий, возникающих в результате развития науки, техники, культуры, общественно-политических реалий [5: 7].

На протяжении всего периода активного внедрения и использования компьютерных технологий лингвисты уделяли пристальное внимание лексико-семантическим единицам в данной коммуникативной среде (Н.В. Виноградова, О.А. Жилина, Н.А. Князев, Ю.А. Сорокин).

Нами был проанализирован активный пласт компьютерной лексики, и это позволило нам выделить из всего объема исследуемого материала следующие лексико-семантические группы неологизмов:

1) неологизмы, связанные с аппаратной частью компьютеров – hardware;

2) неологизмы, связанные с программным обеспечением и разработкой приложений и программных продуктов – software;

3) неологизмы в сфере коммуникации пользователей и технических специалистов- computer communication and operation, technical support;

4) неологизмы в сфере сетевой коммуникации – social networks, blogging, e-mail

В данной статье, мы хотели бы более подробно остановиться на лексико-семантических особенностях неологизмов- англицизмов в сфере сетевой коммуникации, на материале англоязычных и италияязычных сетевых ресурсов.

В англоязычной интернет-среде за последние 10-15 лет мы встречаем значительное количество неологизмов, связанных с появлением не только новых устройств, средств связи, приложений, но и модных поведенческих тенденций и архетипов отношений между участниками сетевой коммуникации. Например [6]:

1) Podcast- оцифрованная запись или радиопередача, размещенная в интернете для загрузки в персональные аудиоплееры;

Spambot- робот для рассылки нежелательной почты рекламного содержания- спама;

Techie or techies – человек, интересующийся техникой, «технар»;

Texting (p2p messaging, SMS, logograms, logographs, pictograms, pictographs) – обмен короткими текстовыми сообщениями;

Twintern – Интернет, которого наняли в компанию для работы с SMM (social media marketing);

Voice recognition- распознавание устройством голосовых сообщений или команд;

Wireless – беспроводной;

Zenware – Компьютерные программы, помогающие пользователю сфокусироваться на текущей задаче и избегать отвлекающих факторов;

2) Catfishing – использование выдуманной личности или выдуманных деталей биографии ради того, чтобы инициировать виртуальный роман;

Cyberbullying – оскорбления и преследование в сети;

Digital hangover – чувство стыда, накрывающее на следующее утро после вечеринки, если знакомые уже успели выложить фотографии или видеоролики с компроматом в социальную сеть;

Duck face- специфическая гримаса губами, типичная для молодых девушек;

Eye broccoli – непривлекательный человек;

To follow (tweeter)- «фоловить», читать микроблоги, подписаться на страницу кого-либо в соцсети;

Grammar Nazi- агрессивный грамотей, зануда с врожденной грамотностью и обостренным чувством прекрасного;

Guerrilla proofreading – склонность дотошно выискивать в текстах ошибки и публично на них указывать;

Pet shaming- публикация фото питомцев с табличкой, где описано их плохое поведение.

Начиная с 2000 г., количество английских слов, используемых в итальянском письменном языке, выросло на 773%, по результатам исследования, проведенного на выборке из 58 млн слов, опубликованных итальянскими организациями и фирмами. Анализ был проведен итальянской фирмой Agostini Associati.it, которая занимается письменными переводами с итальянского языка на различные языки и переводит более 90 млн слов в год [6]. В рейтинге английских слов повседневного употребления первые три места занимают слова look, business и fashion [7].

В общем рейтинге иностранных слов в итальянском языке первые 15 мест занимают английские слова и в первую десятку входят такие лексические единицы, как:

Weekend (11%), OK (10%), welfare (8%), briefing (5%), mission (4%), location (3%), devolution (3%), bookshop (3%), computer (2%), know how (2%).

Некоторые англицизмы уже практически полностью заменили итальянские эквиваленты, например, week end, privacy (также и в правовой сфере), news, scoop, star (в значении кинозвезда), и talk-show.

В различных профессиональных секторах использование английских заимствований стало уже практически нормой, например, очень широко распространены в финансовой среде термины broker, commodity,

hedging, range, spread и многие другие.

В некоторых случаях использование англицизмов становится своего рода модой или проявлением снобизма. Например, многие господа во время недели высокой моды в Милане ходят постричься к hair stylist, вместо того чтобы пойти к parrucchiere, а покупки делают в outlet и showroom, а не в negozio d'abbigliamento [7].

В нашей статье нами была сделана попытка провести сравнительный анализ лексики в области сетевой коммуникации и, в результате, на примере выбранных лексико-семантических единиц мы разделили неологизмы-англицизмы на следующие группы:

1) Англицизмы в италияязычной сетевой коммуникации

Blog – сетевой дневник, открытый для комментариев, содержащий ссылки, изображения, статьи, видео и т.д., опубликованные в хронологическом порядке;

Blogger – автор блога;

Blogtiquette – правила поведения, регулирующие отношения между блоггерами;

Travel blogger – увлеченный путешественник, выкладывающий в своем блоге фото-, видеоотчеты о поездках, комментарии и т.д.;

Fashion blogger – модный эксперт, дающий другим блоггерам модные советы;

Hashtag – это слово или словосочетание, отмеченное знаком решетки #. Служит для выделения тем, обсуждений и других явлений;

Social network – социальная сеть;

Avatàr – основная фотография (например, в анкете пользователя на сайте знакомств, в социальных сетях);

Feedback – обратная связь;

Selfie – снимок самого себя;

Slow food – гастрономическое движение, выступающее за здоровый образ жизни и здоровое питание;

Soft – мягкий, нежный, слабый;

Special guest – особый гость;

Ticket – билет, талон;

2) Италиянизированные англицизмы:

Активно используются возможности итальянской словообразовательной системы. Рассмотрим некоторые производные слова с заимствованными корнями:

Mixare – смешивать;

Brandizzare – регистрировать бренд, патентовать, наносить маркировку;

Briffare – информировать, осведомить;

Performante – то, что хорошо функционирует, работает;

Frendzonare – продинамить парня;

Blogghista – тот, кто пишет блоги или участвует своими комментариями в дискуссиях сообщества блоггеров в сети.

Примером уникального неологизма, пришедшего из итальянского языка в язык глобально сетевого общения является, такая лексическая единица, как *matagazzi*- мать, которая постоянно фотографирует своего ребенка и публикует фотографии в социальных сетях.

Суммируя все вышесказанное, мы можем сделать вывод, что английский язык, а вследствие и многочисленные неологизмы, появляющиеся в сфере сетевой коммуникации, активно внедряются в другие иностранные языки. Однако следует отметить и тот факт, что не всегда интернет-пользователи конкретного интернет-пространства полностью адаптируют англоязычную лексику и используют в сетевой коммуникации в своем языковом пространстве уникальную лексику, отражающую реалии и культурную среду их страны.

Библиографический список

1. Tom Chatfield, *Netymology: From Apps to Zombies: A Linguistic Celebration of the Digital World*, Quercus Publishing, 2013.
2. Оксфордский словарь английского языка. URL: <http://www.oxforddictionaries.com>.
3. Вебстерский толковый словарь. URL: <http://www.merriam-webster.com>.
4. Кембриджский словарь URL: <http://dictionary.cambridge.org/ru>.
5. Акопянц А.М. Языковые инновации в современном английском языке // Университетские чтения-2010, 14-15 января 2010 г., часть III. Пятигорск: ПГЛУ, 2010. С. 7-12.
6. Глоссарий сетевой терминологии, акронимов, сокращений. URL: <http://www.netlingo.com>.
7. Официальный сайт компании, занимающейся переводами с итальянского языка на различные языки. URL: <http://www.AgostiniAssociati.it>.
8. Официальный сайт он-лайн маркетинговой компании. URL: <http://www.Voraso.com>
9. Итальянская энциклопедия он-лайн. URL: <http://www.treccani.it>.