

**ОБУЧЕНИЕ ПОНИМАНИЮ И ПЕРЕВОДУ НЕОЛОГИЗМОВ
В СТРУКТУРЕ ТЕКСТА ИТАЛЬЯНСКОЙ ГАЗЕТНОЙ СТАТЬИ
(в рамках учебной дисциплины «Язык средств массовой коммуникации»)**

В последние годы стремительное развитие различных сфер жизни, в том числе науки и техники, экономики, политики, приводит к тому, что многие аспекты человеческой деятельности претерпевают постоянные качественные изменения. Результат этого процесса выражается в появлении огромного массива новых слов в языке, которые вместе с тем находят широкое практическое применение в современных СМИ.

Проблема понимания и перевода неологизмов особенно актуальна в ходе изучения студентами учебной дисциплины «Язык средств массовой коммуникации», поскольку за относительно сжатые сроки (2 учебных семестра) необходимо осуществить качественную подготовку будущих специалистов с целью развития компетенций, связанных с коммуникативной деятельностью в сфере массмедиа. Следует в том числе сформировать у обучающихся практические навыки анализа сложных языковых явлений, встречающихся в массмедийном дискурсе, к которым относятся и неологизмы.

Большинство ученых и лингвистов сходятся во мнении о том, что *неологизмы* – это слова или словосочетания, а также семантические дериваты, которые недавно появились в языке и воспринимаются его носителями как новые. Неологизмы постепенно становятся частью словарного запаса и закрепляются в соответствующих словарях. Так итальянский словарь «Zingarelli» каждый год дополняется появившимися в итальянском языке новыми словами. На лингвистическом и энциклопедическом портале www.treccani.it создан специальный раздел, где еженедельно размещаются последние неологизмы, а итальянская Академия делла Круска посвятила целый раздел своего сайта неологизмам-заимствованиям, цитируя десятки новых образований, пополняющих лексику итальянского языка.

В рамках исследования нами был проведен опрос среди студентов, изучающих дисциплину «Язык средств массовой коммуникации», с целью выявления уровня узнавания и определения значения неологизмов, обладающих высокой частотностью употребления в современной итальянской

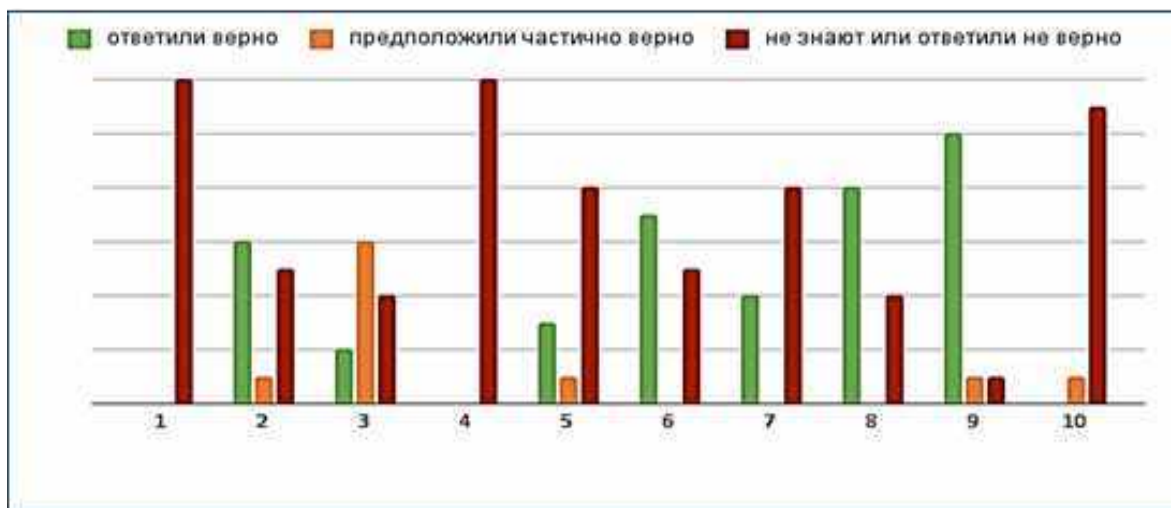
публицистике. Обучающимся было предложено без каких-либо контекстуальных подсказок определить значение следующих 10 неологизмов, отобранных из текстов газетных статей (основным материалом послужили статьи из архива газеты «La Repubblica»): *blastare*, *catcalling*, *doomscrolling*, *droplet*, *fomo*, *ghostare*, *ludopatia*, *mobbing*, *spoilerare*, *tamponare* (табл. 1).

Результаты выборки неологизмов
для проведения экспериментальной работы

Неологизм	Значение	Частотность употребления ¹
1. <i>blastare</i>	attaccare, deridere o zittire, con violenza (soprattutto sui social network), chi ha palesemente detto una sciocchezza	101 risultati
2. <i>catcalling</i>	molestia verso le femmine, prevalentemente verbale, che avviene in strada	94 risultati
3. <i>doomscrolling</i>	L'azione di scorrere compulsivamente le pagine di un sito sim., alla ricerca di cattive notizie	92 risultati
4. <i>droplet</i>	la distanza di sicurezza interpersonale da mantenere affinché le goccioline di saliva non arrivino alle persone circostanti	161 risultati
5. <i>fomo</i>	paura di essere tagliati fuori, estromessi da un evento o un'esperienza piacevole	154 risultati
6. <i>ghostare</i>	porre fine a una relazione con una persona cessando improvvisamente ogni forma di comunicazione con quest'ultima	101 risultati
7. <i>ludopatia</i>	condizione patologica di dipendenza dal gioco, in particolare dal gioco d'azzardo	959 risultati
8. <i>mobbing</i>	comportamento persecutorio, nei confronti di una persona, solitamente in ambiente lavorativo	>2000 risultati
9. <i>tamponarsi</i>	eseguire autonomamente un autotest COVID-19	95 risultati
10. <i>spoilerare</i>	rivelare, in rete o anche in altri contesti, dettagli rilevanti della trama di un libro, un film, una serie televisiva, ecc., rovinando l'effetto sorpresa	1991 risultati

Результаты опроса показали, что только 20 % студентов (4 студента из 21) смогли объяснить значение по крайней мере половины предложенных неологизмов, что еще раз доказывает актуальность темы исследования (рисунок).

¹ По результатам поиска в газетном Национальном корпусе (<https://ricerca.repubblica.it/ricerca/repubblica>)



Уровень способности студентов определять значения неологизмов

Проанализировав работы специалистов в области перевода (В. В. Лопатина, О. Д. Мешкова, Р. Ю. Намитоковой, А. Л. Пумпянского и др.), теории и методики профессионального образования (Т. Г. Аркадьевой, О. П. Белой, Ю. Н. Дрешера, И. Ю. Соколовой и др.), а также собственный опыт, мы выделили 5 основных этапов работы с неологизмами:

1. **Этап предпереводческого анализа** – заключается в выявлении неологизма в тексте итальянской газетной статьи и определении функции, которую он выполняет в предложении.

2. **Этап поиска эквивалента или дефиниции** в соответствующих словарях и на электронных ресурсах (www.treccani.it; www.accademia-dellacrusca.it)

3. **Этап определения способа образования.** В случае отсутствия неологизма в словарях или несоответствия значения контексту необходимо проанализировать неологизм с целью определения способа его образования (аффиксальный способ, словосложение, смысловое развитие, звуковое подобие, конверсия, сокращение, фразеология и т. п.).

4. **Этап консультации,** к которому прибегают, если определение значения неологизма особенно затруднено. В подобных случаях имеет смысл активно обсудить возможные варианты значения неологизма в учебной группе с помощью активных и интерактивных методов.

5. **Этап перевода** происходит на основе выявленного значения неологизма с помощью общепринятых переводческих приемов калькирования, транслитерации, транскрипции или описательного перевода.

В ходе ознакомления обучающихся с неологизмами мы также используем следующие методические принципы:

- **Неологизмы должны предлагаться в контексте.** Данное условие обязательно для выполнения, т. к. без учета контекста многие неологизмы теряют часть своего значения.

- Кроме проведения практической работы с конкретными неологизмами, необходимо обсудить со студентами и некоторые **теоретические аспекты**, прежде всего, способы словообразования.

- При обсуждении конкретных случаев употребления неологизмов следует касаться не только лексического значения новых слов, но и их **внутренней формы, стилистической принадлежности и коннотации.**

В заключение необходимо отметить, что работа над неологизмами в рамках изучения дисциплины «Язык средств массовой коммуникации» не только тесно связана с развитием лингвистической и межкультурной компетенции, способствует формированию аналитического подхода к содержанию дискурса массмедиа, но и помогает студентам осмыслить новый культурный опыт италоязычного общества, способствует развитию языкового воображения и творческих способностей обучающихся.