

«Trecani». В результате нашего исследования в обоих языках были обнаружены тождественные лексико-семантические группы: *Modes of travel* (41 %) и *Modo di turismo* (30 %) ‘Способы путешествий’, *Types of tourists* (21 %) и *Tipi di turisti* (13 %) ‘Типы туристов’, а также *Leisure and activities* (13 %) и *Le attività degli turisti* (15 %) ‘Досуг путешественников’ соответственно.

С семантической точки зрения широко представлена вариативность ядерных значений в каждой из групп: так, в группе «Способы путешествий» описывается разнообразие мест и целей путешественников. Однако следует упомянуть воспроизводимость некоторых понятий в итальянском языке, заимствованных из английского полностью или частично: *glamping* ‘гламурный кемпинг’, *medical tourism – turismo medico* ‘лечебный туризм’, *fertility tourism – turismo procreativo* ‘детородный туризм’. Такая же тенденция наблюдается и в группе «Типы туристов», где *begpacker – backpacker* ‘турист, покрывающий свои расходы на питание, проживание или транспорт, за счет подаяния’, претерпело фонологическое изменение в итальянском, *narco-tourist* ‘наркотурист’ адаптировалось до *narcoturista* в итальянском языке, а *transumer* ‘человек, путешествующий ради покупок’ осталось неизменным в обоих.

Группа «Досуг путешественников» представляет особенный интерес, т.к. обладает множеством уникальных сем в английском языке: *green care* ‘терапия природой’, *urban caving* ‘городской альпинизм’. Что касается итальянского, то 14 из 15 слов данной группы – это заимствования из английского. Со структурной точки зрения образование туристических инноваций происходит преимущественно при помощи словосочетаний (49 %), сокращений (34 %) и аффиксации (14 %) в английском языке; заимствований (58 %), словосочетаний (16 %) и аффиксации (14 %) в итальянском языке.

Исходя из полученных данных, можно отметить склонность английского языка детализировать объективную действительность во всех ее проявлениях, используя национальный состав языка, а также его авторитетность по отношению к языку-реципиенту, проявляющуюся в престижности употребления заимствований в итальянском языке. В свою очередь такие способы образования, как сокращение и аффиксация, одинаково продуктивны в процессах неологизации обоих языков.

## А. Полукошко

### СПЕЦИФИКА НОВОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛИЙСКОМ И ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКАХ

Сфера информационных технологий является наиболее быстро развивающейся областью знаний. Это влечет за собой появление огромного количества новых понятий. Английский язык, как и итальянский, обладает естественно заложенными инструментами обогащения лексики. Помимо этого, лексика может обогащаться посредством заимствований. Чтобы проследить

данную тенденцию, из ста итальянских неологизмов и ста английских, отобранных из таких словарей, как «WordSpy» и «Трессани», были сформированы различные лексико-семантические группы на основании общего компонента в значении. Рассмотрим ЛСГ «Участники интернет-коммуникации», в которую входят разновидности интернет-пользователей и их характеристики. Так, в итальянском данная группа составила 16 % от всего количества слов, а в английском – 13 %.

При анализе появления компьютерных терминов в английском и итальянском языках наблюдаются три тенденции. Первая – это изменение значения внутри языка при сохранении формы. Например, английское словосочетание *sock puppet* первоначально имело значение ‘игрушечный персонаж или животное, сделанное из носка, в который обычно засовывают руку’. В компьютерной лексике данное выражение посредством метафоризации обрело другое значение: ‘фальшивая онлайн-личность, используемая для комментирования или обсуждения другого человека’. Вторая тенденция – это заимствование лексики из одного языка в другой с сохранением формы, но с изменением значения. Так, термин *geek* в английском обозначает ‘человека, который увлекается компьютерами’, а в итальянском – это ‘человек, который не может обойтись без Интернета’. Третья тенденция – при заимствовании в итальянский язык английские слова сохранили как форму, так и значение: *net-community* ‘интернет-сообщество’, *foodblogger* ‘блогер-кулинар’, *instagirl* ‘девушка с большим количеством подписчиков в инстаграм’.

В данной ЛСГ также встречались неологизмы, образованные морфологическим путем: *googleganger* ‘google-двойник’ образовался посредством чистого словосложения уже существующих в английском языке слов *google* и *ganger* ‘двойник’, *domainer* ‘домейнер’ образовался при помощи добавления суффикса *-er* к основе *domain*. В итальянском же зачастую к английской основе добавляется характерный итальянский суффикс, например, *-ista*, обозначающий человека, выполняющего определенный вид деятельности: *googlista* ‘пользователь поисковой системы Google’, *bloggista* ‘блогер’. Также наблюдались случаи словосложения: *bloggista-fashionista* ‘модный блогер’, *messaggiodipendente* ‘человек, который зависим от отправки сообщений’.

Таким образом, в сфере новой компьютерной терминологии английский оказывается языком-источником, а итальянский – языком-реципиентом, который, однако, адаптирует заимствованную лексику согласно своим нормам.

## Е. Полуянова

### МАГИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ ЯЗЫКА

С помощью языка мы не только общаемся, но и строим нашу внутреннюю модель мира, воспринимаем реальность и реагируем на нее. Из многих разных функций выделим магическую.

Магическая функция языка – одна из старейших языковых функций. С древнейших времен люди осознавали силу слова. Еще до нашей эры целители, знахари и шаманы практиковали мистические средства речевого