

ИТАЛЬЯНСКИЙ ЯЗЫК СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Социальные сети породили параллельный мир со своим языком, нравами и, конечно же, новыми терминами, которые множатся ежедневно. Сегодня это один из самых популярных источников не только получения, но и обмена информацией. Характерное для современного общества широкое распространение информационных технологий, стремление к освоению новых форм общения привели к появлению особого вида коммуникативного взаимодействия между людьми, получившего название компьютерно-опосредованной коммуникации, или интернет-коммуникации. Интернет-коммуникация – это специфическая форма общения, представляющая собой диалоговое взаимодействие людей в Интернете, осуществляемое путем обмена знаковыми (текст, графические символы) и мультимедийными (видеоролики, фотографии, картинки, анимация, музыка) сообщениями в режиме реального времени.

Благодаря доступности и скорости установления связи между пользователями Интернет превратился не только в инструмент познания, но и в средство общения и развлечения. Виртуальная коммуникация, которая появилась благодаря стремительному развитию сети, породила особый язык – язык виртуального общения. Множество чатов, а также аськи, блоги (личные дневники), форумы и т.д., – весьма популярные способы общения в молодежной среде. Имеется много точек соприкосновения между языком сетей и т.н. «языком молодежи», изучением которого итальянские лингвисты начали заниматься в 80-е годы XX века. Для молодежного общения характерны выразительные, ироничные, отмеченные особой экспрессивностью слова. Ранее для этих целей использовались диалекты. Сейчас произошло становление и возникновение нового, ставшего источником многих исследований, языка интернет-общения. Это своего рода особый сленг, который сейчас стал привычным явлением, все более проникающим в нашу повседневную жизнь.

В настоящее время лингвисты плодотворно изучают и другие языковые особенности интернет-коммуникации, для которой характерны неподготовленные, спонтанные высказывания с преобладанием разговорного жанра, на который накладывает свой отпечаток специфика обмена репликами в письменной форме. Возникает новая форма языкового взаимодействия – симбиоз письменной и разговорной речи. Потребность полноценного общения в Интернете вызвала к жизни новые знаковые системы. Невозможность использовать во время коммуникации в Интернете стандартные невербальные средства подачи информации привела к созданию системы специальных

пиктограмм – т.н. «смайликов», с помощью которых может быть выражена достаточно разнообразная гамма чувств. Количество употребляемых при виртуальной коммуникации смайликов неограниченно: глубина эмоциональных и смысловых оттенков, передаваемых ими, зависит лишь от фантазии коммуникаторов.

Создание текстов на итальянском языке в ходе интернет-коммуникации имеет свои особенности. С начала своего формирования итальянский язык использовал латинский язык и произведения классиков итальянской литературы Данте, Петрарки, Боккаччо в качестве модели построения текстов, отдавая тем самым предпочтение сложноподчиненным предложениям разных уровней. С появлением сетевой коммуникации, требовавшей краткости в письменном общении, итальянский язык, в отличие от других языков (например, французского или английского, в которых к этому времени возобладало использование в сложных предложениях сочинительной или бессоюзной связи), с трудом адаптировался к новой ситуации. Ведь далеко не всегда краткий текст должен быть простым. Речь может идти о простоте синтаксического построения, а краткость порождает необходимость широкого использования имплицитной информации, требующей от читателя умозаключений, логических операций, что не всегда гарантирует полное понимание текста. С точки зрения формы стремление к краткости приводит к распространению акронимов (*TVB, ti voglio bene* ‘я тебя люблю’), к различным сокращениям, родившимся в электронной переписке с помощью смс, которыми пользуются и другие жанры интернет-коммуникации: *cmq* (*comunque* ‘таким образом’), *xqé* (*perché* ‘потому что’), *xciò* (*perciò* ‘вот почему’) и т.д.

Важнейшей особенностью интернет-коммуникации является большое число англицизмов. Уже в самом названии этого явления в итальянском языке *social network* мы сталкиваемся с англицизмом, скорее, псевдоанглицизмом (речь о социальных сетях), поскольку в отличие от итальянского языка в английском элемент с главной смысловой составляющей в сложных лексических единицах находится справа, а не слева и не может быть опущен или подразумеваться. Ср. *week-end* и *fine settimana*. Таким образом, сокращения типа *social* для *social network*, а также *night* для *night-club*, *silver* для *silver plate* представляют собой своего рода итальянские «адаптации» английских слов и выражений. Они не выпадают из общей тенденции к краткости в современном итальянском языке, возникшей под влиянием английского языка, а скорее его американского варианта. Термин *social* оказывается «непереводимым», как и многие другие недавние английские заимствования. Попытка воспользоваться словосочетанием *reti sociali* (ср. *redes sociales* в испанском языке или *социальные сети* в русском языке) не получила продолжения, поскольку приводила к двусмысленностям, ввиду наличия этого термина – *reti sociali* – в психологии и социологии с более широким значением, в то время как *social network* или просто *social* однозначно ассоциируется с интернет-пространством (*web*).

Проблемы межкультурной интернет-коммуникации в значительной мере снимаются благодаря наличию в английском языке лексических заимствований из других языков и активному заимствованию английской лексики дру-

гими языками. Популярным во многих языках неологизмом, родившимся в Фейсбуке, стал *selfie*, т.е. фотографирование себя на телефон с последующим выкладыванием снимка в социальные сети. В свою очередь, многие итальянские слова оказываются понятными англичанам, поскольку являются латинскими заимствованиями и по своему написанию лишь немного отличаются от привычных английских слов (*magnifico / magnificent; fabuloso / fabulous*). Итальянский язык не ограничивается заимствованиями, вызываемыми отсутствием соответствующего собственного наименования предмета или явления (например, *brunch* или *spoiler*), но пользуется английскими словами, руководствуясь их более «экзотическим» звучанием, там, где можно было бы обойтись без них при наличии итальянских эквивалентов. Например: *trend* (*tendenza*), *partnership* (*accordo, collaborazione*), *performance* (*prestazione*), *background* (*formazione, esperienze pregresse*), *competitor* (*concorrente*) и т.д.

Таким образом, изменение сознания личности в Интернете, формирование нового, сетевого образа жизни и мышления, существенно влияет на языковую ситуацию.