

Бруско Г. А.,
аспірант

Київського національного лінгвістичного університету

ІННОВАЦІЙНІ ЛЕКСИЧНІ ПРОЦЕСИ ФРАНКОМОВНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті досліджуються проблеми англomовних запозичень у франкомовних виданнях і окреслюються способи їх інтеграції в мові засобів масової комунікації. Аналізуються тенденції розвитку англійських запозичень у сучасній франкомовній інтернет-комунікації. Надається визначення поняття «інтернет-комунікація» й окреслюються варіанти адаптації запозичень із англійської мови у французькій періодиці новітніх технологій.

Ключові слова: англomовні запозичення, інтернет-комунікація, журнали інноваційних технологій.

Постановка проблеми. Останніми десятиріччями технологічний прогрес почав рухатися з небаченою швидкістю. Швидкий і неспинний процес модернізації, бурхливий економічний і технічний розвиток перетворили людство в суспільство споживання. Розвинені країни почали приділяти неймовірну увагу новітнім технологіям у різних сферах життя людини: у галузі кібернетики, медицини, електроніки, машинобудування тощо. Світ переходить від реальності до віртуальності.

У зв'язку з цим розмаїттям інформації з'явилася потреба в технологічній періодиці. Англomовні запозичення відіграють домінуючу роль у медіатекстах. Відмінною рисою сучасних французьких видань у галузі інноваційних технологій є їх наслідування англійського публіцистичного стилю, що відображається в динаміці використання англіцизмів.

Мега статті – дослідити вплив запозичень англomовного походження на мову засобів масової комунікації, дати характеристику тематичним групам англіцизмів у мові засобів масової комунікації й з'ясувати специфіку використання англomовних запозичень у періодиці новітніх технологій.

Останні півстоліття дослідження впливу англіцизмів на франкомовні медіатексти є одним із найважливіших напрямів у лінгвістиці. Це зумовило появу низки наукових праць, присвячених англomовним запозиченням, зокрема, у французькій мові. Так, В. Гумбольдт, Я. Грім, І. Бодуен де Куртене досліджували тогочасні комунікаційні процеси та явища безперервних мовних змін, що реагують на динаміку в суспільстві й мовній свідомості її носіїв; І. Вайнрайх, Є. Семчинський, Е. Хауген працювали над природою мовних контактів, а Л. Крисін, О. Попова визначали причини запозичень і їх закріплення у мові. Класифікацію запозичень розробляли Д. Лотте, Л. Блумфілд, О. Попова, а проблемою англійських запозичень у французькій мові займалися такі дослідники, як А. Мейє, Ж. Рей-Добов, Л. Деруа, Ж. Прюво, Ж.-Кл. Булянжи, К. Єгорова, Л. Гільбер та інші. Видатний лінгвіст В. Гак констатує, що мову простежують тільки в динаміці, розкриваючи живі й продуктивні процеси [1].

Об'єктом пропонованої розвідки обрано англomовні запозичення в сучасній французькій періодиці інноваційних технологій. Матеріалом дослідження слугують франкомовні публіцистичні та інтернет-видання DigitalWorld Magazine,

N'TICWEB Magazine, New Electronics digital magazine, 01Net, L'actu Techno, SCIENCES ET AVENIR.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет-комунікація визначається як особлива форма спілкування за допомогою комп'ютерної мережі інтернет, тобто здійснення обміну інформацією за допомогою текстових повідомлень, файлів, документів, відео тощо. У мовознавчій науці сьогодення численні роботи присвячені проблемі інтернет-лінгвістики. Серед відомих лінгвістів, які працювали в цьому напрямі, відзначаємо насамперед М. Сидорова, Г. Трофімова, які вивчали функціонування мови в інтернеті; С. Тюріна, Н. Ахренова, Л. Компанцева займалися дослідженням організації всіх рівнів інтернет-комунікації. Ураховуючи здобутки цих мовознавців, виділяють кілька напрямів дослідження інтернет-комунікації: медіалінгвістичний, комунікаційний, дискурсивний і стилістико-мовний. Нас найбільше цікавить саме медіалінгвістичний напрям. У цьому напрямі досліджується діяльність електронних засобів масової інформації в он-лайнному медійному просторі й розглядається діяльність електронних засобів масової інформації в інтернет-просторі [8]. Підкреслимо, що характерними ознаками інтернет-комунікації є такі:

1) інтерактивність, яка реалізується через інформаційний обмін між адресатом і адресантом, для паперових версій медіа – це листування і дзвінки, а для їхніх електронних аналогів ідеться про взаємодію в режимі реального часу через блоги, форуми, повідомлення, коментарі, інтернет-журнали, гостьові книги тощо. Отже, на сторінці інтернет-видання ведеться комунікація між журналом і читачем;

2) гіпертекстуальність, яка розширює інформаційне наповнення тексту й надає можливість ознайомитися з іншою платформою, залишаючись в одному й тому самому медійному просторі. Під гіпертекстом розуміється текст, що має довільну будову та не обмежений лінійним сполученням [5].

3) мультимедійність сприяє візуалізації засобів масової інформації за допомогою графічних об'єктів, аудіо- або відеофайлів.

Франкомовні електронні тексти журналів про інноваційні технології, як і будь-які інші тексти, є фрагментами комунікації.

Америка і Британія володіють найбільшими медіахолдингами й, відповідно, користуються таким привілеєм, нав'язуючи власну термінологію. Термінологія – це елементи мови, які найтісніше пов'язані з тим, як ми концептуалізуємо світ, вони накладають конкретний емоційний відбиток, притаманний франкомовному співтовариству, генерують знання та компетенції, а також дають змогу розвинути потенціал одержаних інновацій. Тож франкомовні країни, що прагнуть інтегруватися в міжнародну систему інноваційних технологій, здійснюють модифікацію наявного мовного потенціалу, доповнюючи його запозиченими елементами англійської мови з соціально-психологічних причин. Іншомовні слова мають більшу престижність і актуальність, особливо у сфері високих технологій.

Неабиякий вплив мали й такі всесвітньовідомі американські підприємці та розробники перших комерційно успішних персональних комп'ютерів, як Стів Джобс і Білл Гейтс. Стів Джобс, засновник компанії Apple, CEO і Ріхак, стояв у витоків ери гаджетів та інноваційних комп'ютерних технологій. Він впливав не тільки на техносферу людства, а й на формування ІТ-користувачів смартфонів і планшетів. Саме ця людина змінила парадигму сприйняття нового покоління. Молодь і підлітки, яких сміливо можна називати іПокоління, завдяки С. Джобсу і його гаджетам iPod, iTunes, iPhone, iPad почали орієнтуватися на зміну підходу до звичайних речей. Міжнародне інноваційне співробітництво стимулює постійні та швидкі зміни у франкомовній інтернет-комунікації. Саме тому англійська як мова інтернаціональної комунікації зміцнила свої позиції й перетворилася на супермову. Слова народжуються відповідно до нових реалій життя. Якщо у французькій мові немає слів, які пов'язані з новими мовними потребами, їх запозичують.

Відповідно, з'явилася потреба у створенні періодики про новинки техносвіту. Відтак основним завданням журналів про новітні технології є пропагування продукції для полегшення життєдіяльності людини й орієнтація на молоде покоління, яке швидко орієнтується в інформаційних потоках [8]. Тож франкомовна інтернет-комунікація збагачується новими лексемами. Наприклад, слово гаджет походить від фр. *gâche* чи *gagée* (маленький інструмент або механізм), але зараз сприймається як англіцизм. Деякі запозичення мають свої відповідники в мові, і їх використання не мотивоване. Такі запозичення вживаються скоріше для економії часу і спрощення сприйняття: *compact disc*, *CD-ROM* тощо. Така мовна експансія виявляється у великій кількості інтегральних запозичень. Це лексеми, які перейшли у французьку мову не змінивши своєї морфологічної структури та значення. Саме ця лексико-семантична група найбільше зустрічається у франкомовних журналах. Серед них можемо виділити *абрєвіатури*, які використовуються для економії часу й полегшення в запам'ятовуванні: *SHIFT*, *SETUP*, *INSTALL*, *IT*. Також ідеться про *слова-реалії*, що зазвичай перетворюються на запозичені слова з подальшою контамінацією мови, як-от: *iPod*, *iTunes*, *iPhone*. Такі слова тісно пов'язані з побутом і культурою певного народу [4]. Слова, які не ввійшли до словникового складу французької мови й не асимілювалися, називаються *ксенізмами*: *online*, *hashtag*, *web* тощо. Лексика також є одним із найвірніших віддзеркалень контактів з іншими культурами. Перебуваючи географічно в самому центрі Західної Європи, Франція мимоволі була схильна до міграції та завоювання, відповідно, знаходилась під впливом політичних, культурних і релігійних рухів, що залишили свій слід в лексиці. Тоді як більшість лінгвістичних впливів виникають із взаємодії з безпосередніми сусідами, розвиток торговельних зв'язків, інноваційно-технологічне співробітництво, використання еволюційного підходу з рештою світу й зв'язки між технологіями в міжнародному вимірі оптимізували входження слів-екзотизмів у загальне франкомовне вживання.

Популярними франкомовними журналами про новітні технології є журнали: *01Net*, який виходить раз на місяць і спеціалізується на новітніх технологіях і новинках у сфері хай-тек, тестує подану продукцію, має свій сайт; *L'actu Techno* зосереджує увагу на мобільних новинках і стартапах, виходить щомісяця, має сайт, що оновлюється щоденно; *N'Tic* – алжирський журнал, який орієнтується на новітні технології й належить до безкоштовної щомісячної преси; *Futura Science* є популярним у

Франції вебзіном, тобто інтернет-журналом, що досліджує новітні технології в усіх сферах життєдіяльності людини, тощо.

Інтенсифікація процесів інтернаціоналізації новітніх технологій і виведення їх на міжнародний рівень зумовили появу низки періодики, он-лайн-журналів, інтернет-сторінок і платформ. Через реалізацію стратегій їх міжнародного застосування спостерігається швидка тенденція до віртуалізації інноваційних структур і, відповідно, до появи терміносистем для номінації нових реалій. Такі інформаційні ресурси мають вплив на динамічні процеси мови.

Неймовірної популярності набули періодичні видання, які публікують в електронному форматі, PDF-файлах або на веб-сайтах журналу чи газети. Зазвичай вони направлені на вузько цільові групи читачів. Електронним журналом називають будь-який журнал в електронному вигляді. Наразі великі видавництва та медійні холдинги намагаються йти в ногу з часом і підтримують усі формати подання інформації: друковані, електронні й копії статей, що розміщуються на сайтах із періодичним поновленням матеріалів. Відсоток електронних видань преважує, а накладі друкованої преси відчутно зменшуються. Перший в історії журнал з'явився в 1665 р. саме у Франції й називався "Journal des Savants". Французькі центральні засоби масової інформації створили перші електронні версії друкованих видань у 1995 р., вони були точними копіями друкованих версій. Журнали й сайти про новітні технології перетворилися на мегапортали з різноманітними рубриками та розділами, а саме:

- інформатика: *hashtag*, *force sensor smartphone*, *inbox*, *live stream*, *big data*, *application*, *ultra design*, *crawler*, *bits*, *keylogger*, *cloud*, *video monitor*;
- здоров'я: *screening*, *xiaomi smart bracelet*, *smart watch*, *fitness tracker*;
- хай-тек: *e-ink*, *electronic paper*, *multi-touch*, *Smart Speaker*, *web conference*;
- космос: *low orbit*, *scrubber*, *soft docking*, *aerocapture*, *aerobraking*, *radar*;
- навколишнє середовище: *bioaccumulation*, *biotope*, *crope-circle*, *green IT*;
- дім: *Smart thermostat*, *smart-home*, *organic farming*, *energy mix*;
- подорожі: *head-up display*, *outlet*, *branding*, *trekking*, *zoning*.

Інтернет-журналістики як такої не існує, а інтернет – це ще один носій інформації [3]. Зазвичай виокремлюють три типи вербальних текстів: *писемний*, *усний* і *електронний текст*. Під електронним текстом розуміється текст, який призначений для сприйняття з комп'ютера. Вітчизняні та зарубіжні лінгвісти, як-от: С. Данилюк, Є. Брейдо та Ю. Хартунг – висловлюють думку про те, що електронний текст перетворюється в цифровий код, розміщується на електронному носії й подається в комп'ютерній мережі. До особливостей побудови текстів, що подаються в електронному вигляді, належить втрата текстами незмінності й завершеності, що притаманне саме друкованим текстам [5]. Французький журналіст П. Полومه визначає інтернет як індивідуалізований засіб інформації, а електронну і друковану пресу називає засобами масової інформації, що є праобразом інтегрованих інформаційних систем майбутнього [7].

Відтак інтернет-комунікація відображає швидкі та перманентні зміни сучасної мовної ситуації і неологізаційних процесів. Зазначимо, що вивчення змісту сучасних франкомовних видань підтвердило той факт, що сучасні франкомовні інтернет-журнали інноваційних технологій зазнають змін, оскільки

французька мова має значні лакуни у сфері інноваційних технологій. Такі англійські слова, як *e-ink*, *web conference*, *electronic paper*, *xiaomi smart bracelet*, *fitness tracker*, *smart watch*, *force sensor smartphone*, *multi-touch*, *Smart thermostat*, *video monitor*, *Smart Speaker*, не мають еквівалентів у французькій мові. Відбуваються активні інноваційні процеси, і, відповідно, з'являється все більше та більше запозичень з англійської мови.

Упровадження досягнень науково-технічного прогресу в різних тематичних колах суспільного життя, нові гаджети й комп'ютерна термінологія зумовили виникнення сучасних інформаційних терміносистем, які потребують негайного відображення в сучасній французькій мові. Постають революційні концепції «інтернет-речей», «розумного дому» тощо. Вони існують для взаємодії між собою та з навколишнім середовищем, обробляють дані, обмінюються ними, здатні виконувати різні маніпуляції залежно від отриманої інформації без втручання людини, тримати зв'язок із власником за допомогою технологій третього покоління. Уже сьогодні ІТ-гіганти фактично створюють сотні нових продуктів, які повністю захопили ринок. Тож вивчення англійських запозичень крізь призму франкомовних публіцистичних та інтернет-видань уможливить виявлення сучасних тенденцій розвитку французької мови.

Висновки. Оскільки наш світ змінюється, то модифікуються і слова, які відображають дійсність. Вплив технологій на міжнародні економічні відносини породили пласти лексики; деякі з них можуть несподівано з'явитися, а інші зменшуватися і зникати або існувати виключно в конкретних соціальних групах. Яке б не було їх походження, іноземні елементи підлягають складним процесам зміни та переробки, за допомогою яких нові слова постійно формуються у відповідь на нові потреби суспільства.

Література:

1. Гак В.Г. Беседы о французском слове: из сравнительной лексикологии французского и русского языков / В.Г. Гак. – 7-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2014. – С. 336.
2. Гак В.Г. Новый французско-русский словарь / В.Г. Гак, К.А. Ганшина. – 6-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 2001. – 1195 с.
3. Кирия И.В. Телевидение и Интернет во Франции на пути к информационному обществу / И.В. Кирия. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2005. – С. 90.
4. Коломієць Н.В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови) / Н.В. Коломієць [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://disser.com.ua/31813>.

5. Herring S. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. Pragmatics and Beyond Series / S. Herring. – Amsterdam : John Benjamins, 1996. – 324 p.
6. Cassidy M. Mike Cassidy. Steve Jobs' legacy: A paradigm shift / M. Cassidy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.spokesman.com/2011/oct/11/steve-jobs-legacy-a-paradigm-shift/>.
7. Polome P. Les medias sur Internet / P. Polome. – Toulouse, 2009. – № 6. – 23 p.
8. Youth and Digital Media : From Credibility to Information Quality / [U. Gasser, S. Cortesi, M. Malik, A. Lee] // Berkman Center Research Publication. – 2012. – № 2012-1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyber.law.harvard.edu>.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.futura-sciences.com>.
2. N'tic WEBmagazine: Jan, 2016. – № 108.
3. N'tic WEBmagazine: Nov, 2015. – № 106.
4. N'tic WEBmagazine: Jan, 2015. – № 101.
5. Sciences et Avenir Nov, 2010. – №765.

Бруско А. А. Инновационные лексические процессы франкоязычной интернет-коммуникации

Аннотация. В статье исследуются проблемы англоязычных заимствований во франкоязычных изданиях и определяются способы их интеграции в языке средств массовой коммуникации. Анализируются тенденции развития англоязычных заимствований в современной франкоязычной интернет-коммуникации. Дается определение понятия «интернет-коммуникация» и определяются варианты адаптации заимствований из английского языка во французской периодике новейших технологий.

Ключевые слова: англоязычные заимствования, интернет-коммуникация, журналы инновационных технологий.

Бруско Г. Lexical innovation processes in francophone Internet communication

Summary. The article focuses upon the problem of English borrowings in francophone magazines and identifies ways of their integration into the language of the mass media. The trends in the development of English loans in modern French-speaking Internet communication are analyzed. The definition of the concept of “Internet communication” is defined and the options of adaptation of borrowings from English into French periodicals of latest technology are defined.

Key words: English borrowings, Internet communications, innovative technologies magazines.