
I composti neologici nella lingua italiana come riflesso dell'attualità globale

Radmila Lazarevic*†¹

¹Université du Monténégro – Monténégro

Résumé

Negli ultimi tempi, specialmente nel linguaggio mediatico, è in aumento il numero dei neologismi che rientrano nella categoria delle parole composte. Il contributo presenta i risultati di una ricerca sull'uso dei neologismi nei media italiani, con l'accento sulla lingua dei giornali sia stampati che on-line. I composti nominali e aggettivali, tra cui più precisamente i composti binominali e quelli con base verbale, nonché i cosiddetti composti neoclassici (con elementi greci o latini), sono risultati più produttivi degli altri. Non è un caso, perché proprio i composti, per la loro chiarezza e sinteticità semantica, rappresentano la forma più adatta alla lingua dei mass media, che richiede espressioni brevi ed efficienti. La quantità e la frequenza d'uso di alcuni elementi che fanno parte dei composti analizzati (ad esempio i composti contenenti nomi come *web-*, *internet-*, *cyber-*, *-killer*, *-kamikaze* ecc.), coinvolgono molte sfere della società e riflettono temi dominanti ed attuali non solo nella società italiana ma anche a livello globale, come si può dedurre dall'ampia presenza di forestierismi. È un altro esempio di come i neologismi possono servire da indicatori e illustratori di nuove tendenze e dei cambiamenti nella società in generale.

Mots-Clés: italiano, neologia, lessicologia, composizione, parole composte, neologismi, linguaggio mediatico

*Intervenant

†Auteur correspondant: radmilal@ac.me