

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра романской филологии

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

НА ТЕМУ:

**«АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ НА
МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ»**

Выполнила:

Студентка 4 курса

Испанской переводческой группы

Повалихина Мария Игоревна

Научный руководитель:

Кандидат педагогических наук,

доцент Войку Ольга Константиновна

Санкт-Петербург

2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4-5
ГЛАВА 1. РОЛЬ ПРЕССЫ В РАСПРОСТРАНЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	6-16
ГЛАВА 2. ПРИРОДА, ИСТОРИЯ И ТИПЫ ЗАИМСТВОВАНИЙ.....	17
2.1 Заимствование как языковой процесс.....	17-18
2.2. История изучения заимствований.....	19-21
2.3. Определение понятий «заимствование» и «иноязычное слово».....	22-24
2.4. Причины и условия заимствования.....	25-29
2.5. Освоение языком-реципиентом иноязычного элемента.....	30-32
2.6. Типы заимствований.....	33-37
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ АНГЛИЦИЗМОВ В ИСПАНКОМ ЯЗЫКЕ.....	38
3.1. Кальки.....	39-43
3.2. Полукальки.....	44-45
3.3. Ассимилированные заимствования.....	46-49
3.4. Частично ассимилированные заимствования.....	50-55
3.5. Неассимилированные заимствования.....	56-61
3.6. Комментарии по третьей главе.....	62-63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	64-65
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.....	67-69
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	70-74

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая работа посвящена исследованию англицизмов в современном испанском языке. Данная тема, несомненно, актуальна, причем как для испанского языка, так и для остальных языков мира, в виду того, что экспансия англо-американских заимствований в различных сферах человеческой деятельности с каждым днём становится все шире. Распространение английского языка в современном мире является самостоятельным, не зависящим от воли отдельных лиц или организаций, процессом. Такие экстралингвистические факторы, как торговые, дипломатические, культурные связи различных государств зачастую являются основной причиной расширения сфер проникновения заимствованных слов в лексический состав языков всего мира. Средства массовой информации, а в частности публицистические тексты, играют важнейшую роль в распространении иноязычной лексики. Текст газет и журналов, рассчитывая на эффект, производимый печатным словом, выполняет свою основную функцию - коммуникативную.

Объектом нашего исследования является процесс проникновения, функционирования, ассимиляции и закрепления англицизмов в испанском языке. **Предметом** исследования служит современный испанский язык в том виде, в каком мы его видим на страницах испанских женских журналов. Мы выбрали женские журналы в качестве источника практического материала не случайно: язык глянцевого прессы обладает широким изобилием разного рода заимствований, подавляющее большинство которых – англицизмы.

Цель данного исследования заключается в анализе специфики функционирования англицизмов в языке современных испанских журналов на основе систематизации собранного материала.

Общая цель определила конкретные **задачи** нашего исследования:

- ✓ Произвести тематическую классификацию англицизмов
- ✓ Выявить наиболее популярные англоязычные заимствования

- ✓ Выделить тематические сферы проникновения англицизмов
- ✓ Рассмотреть влияние моды на процесс заимствования

Научная новизна данной работы заключается в комплексном рассмотрении и лингвистических и экстралингвистических факторов, вследствие которых число английских заимствований в современном испанском языке растет всё быстрее с каждым днём.

Языковой материал и примеры собирались путем сплошной выборки из текстов испанских журналов для женщин, изданных в последние годы, а также из текстов интернет - журналов.

Настоящая работа состоит из введения, двух теоретических и одной практической глав, заключения и списка используемой литературы.

ГЛАВА 1

РОЛЬ ПРЕССЫ В РАСПРОСТРАНЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Несомненным является тот факт, что английский язык с каждым днём играет в нашей жизни всё большую роль. Он проник практически во все сферы человеческой деятельности, стал универсальным средством межнационального общения, это официальный язык практически всех международных организаций, как общественных, так и политических и экономических. Зачастую английский язык - второй государственный язык развивающихся стран. Являясь настолько распространённым в мире, он не может не оказывать большого влияния на другие языки и культуры. Многие исследователи называют его *языком – донором*, подарившим другим лингвокультурам большое количество слов и выражений. Один из наиболее дискуссионных вопросов, волнующих сейчас лингвистов – является ли процесс лексических заимствований созидательным, или он отражает тенденцию к снижению языковой компетенции в национальном языке? В связи с этим остро встает вопрос о формировании высокой информационно – языковой культуры, о сохранении национальных языковых традиций и культуры речи.

Не следует забывать о таком факторе, как мода или престиж языка. Ведь именно становясь модными, слова или выражения начинают всё чаще фигурировать на страницах периодических изданий, мы слышим их от теле и радио ведущих, которым, сами не осознавая того, начинаем подражать. Такие слова постоянно звучат в рекламе и в конечном итоге начинают фигурировать в речи простых людей. Взаимодействие газетной и разговорной речи – то более, то менее активно – происходит постоянно. При этом, как отмечает Муравьева Н.В., «оно никак не напоминает улицу с односторонним движением: многие тексты СМИ строятся в известном смысле с учетом речевой модели разговорной речи, но и газетная речь, безусловно, влияет на то, как мы общаемся в бытовых ситуациях (Термин «газетная речь» сегодня можно использовать лишь условно, потому что мы обозначаем этим словосочетанием

стилистическую манеру не только газет, но и журналов разного типа, электронных СМИ)¹ ».

Также не стоит забывать и о роли социальной среды, в которой то или иное новшество получает распространение. «Чем выше «общественный вес» той или иной социальной группы, ее престиж в обществе, тем легче иницируемые ею языковые новшества получают распространение в других группах носителей языка»².

Еще одним экстралингвистическим фактором языкового влияния стал технический и научный прогресс. Технологическое и экономическое превосходство таких стран, как США распространяется и на лингвистическую среду. Когда в англоязычной стране появляется некое новшество, мы сначала принимаем эту инновацию, а затем её название, обычно переданное дословно. Согласно исследованиям, проведенным в 2011 году, 26,8 % пользователей интернета являются носителями английского языка и, следовательно, занимают первое место по числу пользователей. Испанский язык занимает третью позицию, уступая китайскому – 8% пользователей. Для сравнения: русский язык занимает девятое место, и носители русского языка составляют 3% от всех пользователей.(см.рис.1)

¹Муравьева Н.В. Язык телевидения – язык улицы? // Русская речь вып.3 / 2000. - С. 46.

² Крысин Л.П. Литературная норма и речевая практика газет // Язык современной публицистики. М.: Наука,2005. - С. 49.

Процент пользователей интернета по языку

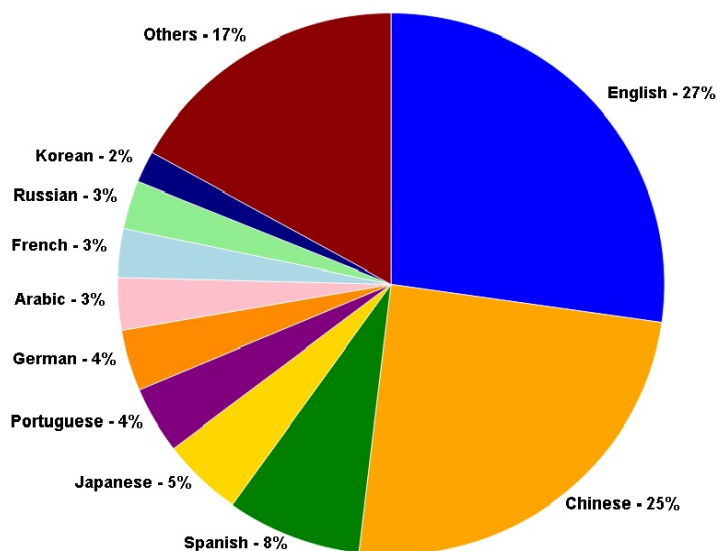


Рис.1

В данном случае мы сталкиваемся с ситуацией, когда выбор языка зависит не только от личных предпочтений говорящего. Многие из терминов информатики являются необходимыми неологизмами, остальные же используются лишь специалистами. Возможность общаться с неограниченным числом людей в Интернете определяет новую языковую систему коммуникации, в которой непосвященному человеку часто достаточно трудно понять, о чем идет речь: создается новый сленг, понятный лишь постоянным пользователям интернета, а так как их становится всё больше, то и распространение его становится шире.

80-е и 90-е гг. были связаны с существенным обновлением средств массовой информации. Одним из результатов изменений стало расширение коммуникативного пространства СМИ: появились новые печатные издания, разнообразные по своей коммуникативной направленности и языку. Согласно наблюдениям Е.В. Какориной, « сегодня происходит дальнейшее расширения дискурса СМИ посредством Интернет – коммуникаций, которые являются не просто каналом передачи информации, но и той средой, в которой существуют

и преобразуются различные информационные потоки и различные виды дискурсов».³

Можно отметить все более глубокое проникновение новых информационных технологий в различные сферы функционирования языка и формирование массовой коммуникации нового типа, возникшей в глобальной компьютерной сети. Сегодня область Интернет – коммуникаций имеет большую область пересечения и с дискурсом СМИ. Многие журнальные и газетные издания сейчас существуют и в электронном виде.

«Все современные Интернет – СМИ представляют собой ресурсы трех типов:

1. «Клоны» бумажных СМИ.
2. Издания – гибриды (модифицированные версии традиционных СМИ).
3. Оригинальные web-издания.

Все вышеперечисленные типы могут рассматриваться как тексты СМИ, активно распространяющиеся через интернет. При этом они сохраняют все основные стилевые черты текстов средств массовой информации».⁴

По мнению Я. Н. Засурского, «изменения, которые происходят в журналистике в связи с развитием новых информационных технологий и, прежде всего, интернета, приводят к новым возможностям для коммуникации более объемной, более разноплановой и более содержательной».⁵

Роль СМИ и публицистики в нашей жизни трудно переоценить. Никакое другое литературное образование, никакие другие роды и виды словесной деятельности не оказывают на общество и его институты столь сильное и

³Какорина Е.В. СМИ и Интернет – коммуникация (область пересечения и проблемы взаимодействия) // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 67.

⁴Какорина Е.В. СМИ и Интернет – коммуникация (область пересечения и проблемы взаимодействия) // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 67-68.

⁵Засурский Я.Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 7.

всеохватывающее влияние, как СМИ и их важнейшая составляющая – публицистика. Темы и сюжеты, составляющие содержание СМИ, рассчитаны на широкую аудиторию, они отражают интересы и языковые вкусы самых разнообразных социальных групп и нередко стремятся говорить на языке этих групп. Язык СМИ оказывает сильное воздействие на все речевые жанры, практически на весь литературный язык. Многие словесные новшества, прежде чем получить всеобщее распространение, возникают и апробируются именно в языке СМИ. Будучи в центре общественной политической языковой жизни, СМИ взаимодействуют со всеми социальными институтами, со всеми родами и видами литературы, испытывая их влияние и, в свою очередь, оказывая воздействие на литературную речь во всем ее многообразии. Газетная речь оказывает большое влияние на устную речь, язык широких масс, на языковые вкусы общества, на становление стилистических норм. Необходимо отметить, что при этом идет и обратное воздействие. «Возникает острая необходимость осмыслить роль языка СМИ в новых условиях, с учетом процессов, происходящих в обществе, культуре, политике, идеологии и т.д.» - отмечает Г.Я. Солганик.⁶

В разговорной речи языковой знак обладает наибольшей подвижностью, связи между означаемым и означающим переменчивы, отсюда большое количество окказиональных значений и оттенков. В книжно-письменной речи можно наблюдать тенденцию к расшатыванию связей между означаемым и означающим, к обновлению характера связи между ними, обнажению внутренней формы знака. Газетно-публицистический стиль активно взаимодействует как с разговорной речью, так и с книжно-письменной, что объясняется его центральным положением, как следствие этого - высокая проницаемость языка газеты. Материалом газетной лексики является вся общелитературная лексика, наиболее продуктивны следующие ее пласты: специальная, книжная и разговорная. Из книжного и разговорного пластов

⁶Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005 - С. 14.

лексика берется путем прямого использования, сопровождающегося актуализацией или приобретением оценочной окраски. Лексика специального пласта используется в переносном значении, что сопровождается развитием социально-оценочной окраски.

Будучи проводником новых социальных и культурных явлений жизни, масс-медиа внедряют новые понятия, новые грамматические нормы в осмыслении картины мира. При этом все новые понятия подвергаются интерпретации, проходя сквозь призму субъективного авторского мировосприятия и мироотражения. Особый интерес в науке представляет проблема формирования модели текста масс-медиа.

К основным чертам, характерным для языка масс-медиа сегодня можно отнести:

1) качественное усложнение и расширение сфер речевой коммуникации (прежде всего Интернет, где развиваются новые виды текста и диалогических форм);

2) разнообразие норм речевого поведения отдельных социальных групп, свойственное современной речевой коммуникации, которое находит отражение в языковой действительности масс-медиа;

3) демократизацию публицистического стиля и расширение нормативных границ языка массовой коммуникации, большая вариативность;

4) экспансию некодифицированных сфер языка: просторечия, жаргона, арго, вульгаризмов; проникновение англицизмов в язык масс-медиа;

5) следование узусу и языковой моде.

Интенсивное использование англицизмов сопровождается качественно новой лингвистической ситуацией, при которой использование одного английского термина заменяет собой целую синтаксическую конструкцию. В

языке масс-медиа, прежде всего в рекламных и новостных текстах, сжатость и повышенная информативность текста имеет большое значение, поэтому англицизмы заняли прочное место в современных СМИ.

Будет логичным предположить, что отношение к языку газеты всегда было, есть и будет неоднозначным, от резко отрицательного до положительного. Здесь хотелось бы упомянуть один факт. Вопросом массового проникновения англицизмов в испанский язык в 1993 году занялся латиноамериканский социолингвист Франциско Диэс Вегас. Им же в 1994 году было введено такое понятие как «спэнглиш». «Спэнглиш» (Spanglish; от английского Spanish + English) – это язык-гибрид, образованный на основе испанского языка, в который были привнесены слова английского происхождения без непосредственного их перевода или слова, неверно переведенные с английского языка.⁷ Сначала этот термин использовался для обозначения языка, на котором говорит бедное население стран Латинской Америки. Однако в последнее время заметно усилилось использование спэнглиша в периодической литературе.⁸ Вот что об этом феномене пишет испанский лингвист Хосе Сегура : *«Мы живем не в Средние Века, и наивно думать, что мы сможем создать новый язык функциональный и культурно богатый. Литература, написанная на спэнглише, базируется на противостоянии высокой литературе Гарсия Лорки и Сервантеса. Это не литература низших слоев населения, а низкая литература».*

Однако у медали всегда есть две стороны. Эволюция практически всех сфер жизнедеятельности человека обуславливает такой значительный прирост английской лексики в испанском языке. Благодаря этому язык развивается и проникает в эти самые сферы (политики, экономики, техники, науки и т.д.) и даже может однажды стать достойным соперником английскому в качестве языка международного общения. Ведь уже сейчас испанский язык изучается

⁷Francisco Javier Díes Vegas. Spanglish/<http://www.ia.uned.es>

⁸Дегтяренко Л.В. Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш – 2007. – С.70.

как иностранный в 60 % школ Европы. Он занимает второе место в Интернете после английского. Сегодня практически 90% американских студентов изучают испанский как иностранный в университетах, в США знание испанского языка очень высоко ценится при приеме молодых специалистов на работу.⁹

Таким образом, процесс заимствования может быть как центром ошибок и искажений, так и несомненно играть образовательную роль в малограмотном обществе, развивать и обогащать язык. На основании этого мы можем выделить следующие позиции по отношению к языку печатных изданий:

- 1) резко критическое восприятие языка прессы, как источника «засорения» языка;
- 2) объективный исследовательский интерес, вызванный неизученностью данной области функционирования языка;
- 3) осознание языка прессы, как элемента национальной культуры и источника новых языковых форм.

Следует отметить, что с недавнего времени информация в газетах сознательно дается в регистре устной разговорной речи, что объясняется установкой на воздействие, определенную реакцию читателя. Основным критерием становится функциональность, а не эстетичность. Не следует забывать и о новаторстве рекламы, которая в целях привлечения покупателей к престижной продукции западной культуры смело прибегает к средствам не только родного языка, но и к иноязычным заимствованиям. Также следует обратить внимание на процесс демократизации языка массовой коммуникации, особенно языка печатной прессы, что объясняется его борьбой с аудиовизуальными средствами за аудиторию. Именно поэтому в качестве источников англоязычных заимствований мы и используем женские журналы, язык которых с одной стороны приближен к разговорному, а с другой задает его тенденции. В результате взаимодействия между книжным и разговорным

⁹Дегтяренко Л.В. Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш – 2007. – С.69

вариантами литературного языка, а также влияния просторечий на разговорную речь, в письменных текстах официального характера обнаруживаются единицы из сниженных регистров устной речи. «Отмечая глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, необходимо иметь в виду, что эти изменения влияют не только на условия жизни, но, прежде всего, на способ мышления, систему восприятия современного человека и его язык».¹⁰

Нам представляется справедливым осуждение иностранных заимствований там, где имеется равнозначное наименование из родного языка для соответствующего явления. Это возможно не всегда, однако опасность заимствований не следует преувеличивать, так как это естественный процесс пополнения словарного состава всех языков вследствие расширения и углубления контактов между народами и языками. Любые попытки искусственно воспрепятствовать этому процессу с помощью административных мер без учета способности языка к самоочищению могут принести вред. Неологизмы, которые отражают новые явления и понятия, процессы, происходящие в социуме, помогают уловить «дух времени», имеют серьезные шансы на прочное укоренение в языковой структуре. Л.П. Крысин также отмечает что «речевая практика СМИ может способствовать не только проникновению в нормированный язык новых для литературного языка единиц, но и укреплению в нем новых языковых моделей – словообразовательных, синтаксических и др.».¹¹

Не следует забывать, однако, что в языке действует так называемый механизм самоочищения от функционально нецелесообразного, поэтому лексика, принесенная модой, совсем не обязательно закрепится в языке, чаще

¹⁰Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.,2003. - С. 23-24.

¹¹Крысин Л.П. Литературная норма и речевая практика газет // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 49.

всего такие заимствования исчезают. Удерживаются и ассимилируются те названия предметов и явлений, которые вошли в быт и культуру народа-носителя заимствующего языка. Процесс заимствования необходимо понимать и оценивать разумно: он оправдан, когда слово, пришедшее с новым предметом или понятием, содержит семантические оттенки, которые невозможно передать с помощью однословной номинации в заимствующем языке.

Тот факт, что газета охватывает все тематические сферы современной жизни, создает благоприятную почву для различных новообразований, прежде всего лексического плана. Нередко журналисту, нашедшему какое-нибудь слово и сумевшему его изящно употребить, удастся навязать свое детище всему языковому обществу.

Среди инноваций в языке прессы особенно ярко выделяются новые заимствованные слова, преимущественно английского происхождения. Англицизмы и американизмы в основном привлекаются для обозначения новых понятий и реалий. Как правило, прежде чем окончательно укрепиться в составе лексики заимствующего языка, эти слова проходят сленговую адаптацию, в разной степени оформляясь средствами этого языка.

Разговорный стиль при изложении материала провоцирует некоторых журналистов на привлечение некорректных языковых средств, в том числе мало обоснованных заимствований, порождающих коммуникативные неудачи. При этом помимо внутриязыковых причин столь обширного заимствования существенны экстралингвистические факторы социо- и психологического характера, в частности, существующий фактор «престижа» английского языка. Созданию идеальной почвы для языкового контакта способствует и повсеместное распространение в среде журналистов билингвизма, сопровождающегося интерферирующим влиянием английского языка.

Актуальным остается вопрос об уместности и мере при употреблении заимствований. Главными критериями в данном случае являются речевая

культура и языковой вкус общества и читателей. Для целей эффективного общения является неважным происхождение слова – важно то, насколько хорошо оно выражает нужный смысл, а также то, насколько оно понятно аудитории. Если иноязычное слово успешно служит этим целям, его употребление естественно и даже необходимо. В данный период о толерантном отношении общества к иноязычным лексическим элементам можно судить по обилию иноязычных слов и оборотов, употребляемых в качестве названий газетных названий, рубрик и статей.

ГЛАВА 2

ПРИРОДА, ИСТОРИЯ И ТИПЫ ЗАИМСТВОВАНИЙ

2.1 Заимствование как языковой процесс

Проблема заимствования единиц одного языка другим сложна и многоаспектна. Вопросами заимствования занимается как историческая, так и

современная лексикология. Историческая лексикология проводит фиксацию и классификацию всех фактов заимствования по происхождению, определяет время и источник появления иностранного термина. Современная лексикология создает классификацию по особенностям функционирования заимствованных основ среди прочих основ данного языка в настоящий момент, по месту слов с заимствованными основами в словарном составе современного языка, т.е. рассматривает лишь сохранившиеся в языке заимствования, не занимаясь при этом вопросами об утраченных словах. Изучение иноязычной лексики и языкового заимствования имеет довольно большую традицию, как в отечественном, так и в зарубежном языкознании. Во многих пособиях по практической стилистике, книгах о культуре речи, и популярных изданиях о языке ставятся и более или менее успешно решаются вопросы, связанные с функционированием иноязычных единиц в речи, с их необходимостью или напротив, нежелательностью.

Общая проблема заимствования элементов одного языка другим включает в себя сложный комплекс вопросов различного характера. Среди наиболее актуальных из них Л.П.Крысин выделяет следующие:

- 1) какое языковое явление можно называть заимствованием;
- 2) причины заимствования;
- 3) виды или типы иноязычных слов, как наиболее часто и регулярно заимствуемых единиц;
- 4) виды или типы мигрирующих элементов;
- 5) освоение слова в заимствующем языке и разные стороны этого освоения;
- 6) признаки освоения иноязычного слова, которые позволяют считать его заимствованием (вопрос об определении заимствованного слова и вычленении этого понятия из понятия «иноязычное слово»)¹².

¹²Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. - М., 1996. - С.22-23.

2.2. История изучения заимствований

Многие лингвисты посвятили свои труды теме заимствований в испанском языке. Среди отечественных и испанских ученых можно выделить таких авторов как Дехтяренко Л.В., Виноградов В.С., Франциско Диас Вегас, Хосе Сегура, Грегорио Сальвадор, Álex Grijelmo, V. G. Yerba. Труды некоторых из них были использованы нами для написания данной работы.

Лексический корпус испанского языка в массе своей состоит из слов латинского происхождения. Они составляют 56 % от всего словарного состава

языка. Это естественно, так как испанский язык возник из народной латыни. Конечно, за долгие годы эволюции испанский язык и, в частности, его лексический состав претерпели многочисленные фонетические, грамматические, графические и другие изменения – ведь на протяжении веков испанское лексическое богатство формировалось не только на латинской основе, но и за счет других источников. История Испании богата языковыми контактами: финикийцы, греки, римляне, германские племена, вестготы, владычество арабов с 713 по 1492 г.г. В более поздний период испанский язык постоянно контактировал с французским, итальянским, немецким, английским и другими языками.¹³

Что же касается истории конкретно английских заимствований в испанском языке, для этого нам нужно перенестись в XVIII век, хотя наибольший интерес представляет век XIX, период Индустриальной революции, в течение которого множество англицизмов технической направленности были адаптированы испанским языком. Также испанское общество начало использовать заимствованные из английского языка слова в своей повседневной жизни, следовательно, они принадлежали к следующим тематикам – еда, музыка, спорт, мода и т.д. Так испанский язык был открыт для процесса заимствования до прихода Гражданской войны (1936-1939 гг.), когда все слова, не имеющие испанских корней, оказались под строжайшим запретом.

Процесс заимствования возобновился лишь после Второй Мировой войны, а точнее с 1950 года, когда в Испании были построены американские военные базы, что было первым шагом на пути к становлению Америки великой экономической державой, и в 1960 году, когда начался известный туристический бум «Turismo de sol y playa». Также отмечается учащение использования английского словаря в речи после того, как в 1950 году в

¹³Дегтяренко Л.В. Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш – 2007 – С. 68.

образовательных учреждениях Испании начинают факультативно преподавать английский язык.

Начиная с этого времени англицизмы и заимствования в целом стали объектом научных исследований. Для работ конца XIX – начала XX в.в., посвященных теме заимствований в общем, характерно рассмотрение лингвистических вопросов в тесной связи с культурными. В работах этого периода основное внимание уделяется вопросам ассимиляции иноязычного слова и выяснению причин заимствования без достаточно четкой дифференциации внутренних (языковых) и внешних (неязыковых) причин. В работе Э. Рихтер, например, указывается, что «основной причиной заимствования слов является необходимость в наименовании вещей и понятий». Там же упоминаются и другие причины, которые различны по своему характеру – языковые, социальные, психические, эстетические и т.п., а также потребность в новых языковых формах, в расчленении понятий, в разнообразии средств и в их полноте, в краткости и ясности, в удобстве и т.п.¹⁴

Как известно, немецкий языковед А. Шлейхер выдвинул идею деления всей иноязычной лексики по степени ее освоенности в языке на *Lehnwörter* (усвоенные слова) и *Fremdwörter* (иностранные, «чужие»). Данная классификация укрепилась в традиционном языкознании и до последнего времени являлась господствующей в исследованиях, посвященным языковым заимствованиям.

В 1950 г. Э. Хауген выдвинул идею о «структурной дифференциации заимствованных слов»¹⁵, выделив три типа иноязычных слов:

1. Слова без морфологической субституции (*loan-words*), т.е. слова, полностью соответствующие их прототипам в языке-источнике;
2. Слова с частичной морфологической субституцией (*loan-blends*) или гибриды, т.е. слова, часть которых является иноязычной;

¹⁴Цит. по : Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение, 1968. - С.11-12.

¹⁵Цит. по : Крысин Л.П. Иноязычные слова в современно русском языке М.: Просвещение, 1968 - С.13-14.

3. Слова с полной морфологической субституцией (loan-shifts), т.е. кальки или семантические заимствования (semantic loans).

Таким образом, в исследованиях XIX – начала XX в.в. заимствование рассматривалось как перемещение слов с отдельных элементов слова из одного языка в другой.

2.3.Определение понятий «заимствование» и «иноязычное слово»

Что же именно следует подразумевать под «иностранным заимствованием»? Нам представляется целесообразным называть заимствованием процесс перемещения элементов из одного языка в другой. Под различными элементами мы подразумеваем единицы различных уровней структуры языка – фонологии, морфологии, синтаксиса, лексики и семантики.

Заимствование – неотъемлемая составляющая процесса функционирования и исторического изменения языка, один из основных источников пополнения словарного запаса. Заимствованная лексика отражает факты этнических

контактов, социальные, экономические и культурные связи между языковыми коллективами.

Заимствование слов – наиболее частый и типичный случай заимствования. В тот или иной момент развития языка можно более или менее точно определить состав и число заимствованных слов, т.к. большая часть из них обычно лексикографически зафиксирована.

Иначе обстоит дело с иноязычными вкраплениями и экзотизмами. Основные же различия между заимствованными словами, экзотизмами и иноязычными вкраплениями заключаются в их соотношении с системой заимствующего языка. Между ними и заимствованными существуют структурные и функциональные различия. Иноязычное слово может вкрапливаться в речь для создания определенного колорита, для выделения какой-нибудь черты, содержащей специфику культуры данного народа, которая в значительной мере утратится, если соответствующее слово заменить его переводом. «Такое слово, обозначающее соответствующее понятие как бы транслирует кусочек иной культуры, адресуя трансляцию людям, не являющимся носителями этой культуры».¹⁶

Употребление иноязычных слов и экзотизмов обусловлено либо необходимостью описания одежды, домашней утвари, быта, обычаев и т.п. того или иного народа, страны, либо степенью знакомства говорящего с иностранным языком, некими стилистическими особенностями речи. Одни из них употребляются в книжной и публицистической речи, другие же характерны для непринужденного словоупотребления. Использование в тексте подобных слов часто связано с художественно-стилистическими задачами, а иногда отражает индивидуальное словоупотребление.

¹⁶Крысин Л.П. Иноязычное слово как транслятор иной культуры // Слово в современных текстах и словарях М. 2008. – С.37.

Однако границы между экзотической лексикой и «обычными заимствованиями» (т.е. словами, семантика и употребление которых специфичны для той или иной страны или территории) не жестки. Экзотизм вполне может превратиться в слово, обозначающее реалию, которая прививается в жизни носителей заимствующего языка, сохраняя при этом признаки иноязычности (что обычно более или менее отчетливо ощущается говорящими). Так, некоторые экзотизмы теряют или уже потеряли семантический компонент, указывающий на национальную специфичность обозначаемого объекта. Некоторые слова, в прошлом являющиеся экзотизмами, приобрели переносные значения и окончательно утратили связь с их первоначальной культурной самобытностью.

К экзотическим словам применимо следующее положение: слово не может быть заимствовано прежде, чем заимствуется вещь, им обозначаемая. Такое слово может употребляться в языке, оставаясь «чужим» до тех пор, пока чужой и экзотической носителям языка будет казаться реалия, обозначаемая этим словом.

Иногда можно говорить о словах, занимающих промежуточное положение, что указывает на отсутствие четкой и, главное, раз и навсегда установленной границы между рассматриваемыми разрядами иноязычной лексики.

2.4. Причины и условия заимствования

Далее нам представляется необходимым рассмотреть причины заимствования иноязычных слов различными языками:

- 1) Потребность в номинации новой вещи, нового понятия, явления и т.п.;
- 2) Необходимость разграничить содержательно близкие, но все же различающиеся понятия;
- 3) Необходимость специализации понятий в той или иной сфере для тех или иных целей;
- 4) Стремление обозначить цельный, не расчлененный на отдельные составляющие объект одним словом;
- 5) Если в заимствующем языке имеются сложившиеся системы терминов, обслуживающих иную тематическую область,

профессиональную среду и т.п. и более или менее единых по источнику заимствования, то облегчается вхождение в язык и укрепление в узусе новых заимствований, относящихся к той же самой области и взятых из того же источника;

б) Социально-психологические причины и факторы заимствования, восприятие иноязычного слова, как более престижного (по сравнению с исконным) более «ученого» или «красиво звучащего».¹⁷

Так, например и Ю.С. Маслов утверждал (и с ним нельзя не согласиться), что общей основой для всех процессов заимствования является взаимодействие между народами, между соответствующими культурами, политические, бытовые, культурные контакты между людьми говорящими на разных языках.¹⁸ Очевидно, что если понятие затрагивает жизненно важные интересы многих людей, то слово, обозначающее его, становится употребительным. Применительно к иноязычным словам, данная закономерность проявляется особенно рельефно, т.к. здесь добавляется фактор социальной престижности иноязычного наименования. Те иноязычные слова, которые обозначают коммуникативно важные понятия, неизбежно попадают в зону социального внимания. В определенные периоды их частотность в речи становится необычайно высокой, от них с легкостью образуются производные, а главное – они делаются объектами сознательного употребления.

В своей работе М.А. Брейтер выделяет следующие причины заимствования иноязычных элементов¹⁹:

1. Отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора;

¹⁷Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в школе вып. 6 / 1994 - С.56-57.

¹⁸Маслов Ю.С. Введение в языкознание, 1975. - С.256-267.

¹⁹Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы. В.: Диалог 1997. - С.113-127.

2. Отсутствие соответствующего наименования в языке-рецепторе. (М.А. Брейтер отмечает, что около 15% новейших англицизмов заимствуются в связи с отсутствием соответствующего наименования в языке – рецепторе. К этой группе отнесены также те заимствования, которые в силу некоторых причин легче произносятся, короче и конкретнее по семантике и в результате этого вытеснили ранее освоенные языковые единицы;

3. Обеспечение стилистического эффекта.

Причины заимствования можно разделить на две группы: внешние (неязыковые или экстралингвистические) и внутренние (языковые или лингвистические).

К экстралингвистическим факторам, по мнению автора работы, следует отнести наличие между народами-носителями языков более или менее тесных политических, экономических, промышленных и культурных связей. Ведь известно, что лексика – это область языка, в наибольшей степени «открытая» для всякого рода внешних влияний, это область, в которой находят отражение все изменения, происходящие в социальной жизни общества. Конкретизируя проблему влияния внешних политических, культурных и других связей общества на процесс заимствования, можно сказать, что наиболее типичной формой такого влияния является заимствование наименования вместе с заимствованием самой вещи, предмета или понятия. В каждом языке лексика, заимствованная таким образом, составляет значительную группу слов. Это влияние, однако, может также проявляться и в процессе проникновения слов-параллелей к уже имеющимся в языке наименованиям. В этом случае устранение дублетности происходит путем семантической и стилистической дифференциации синонимических пар. При заимствовании такого рода, причины, по-видимому, следует искать не только вне языка, т.е. не только во влиянии

внешних социальных контактов на процесс заимствования, но и в самом воспринимающем языке.

К лингвистическим факторам следует отнести наличие тенденций к устранению полисемии исконного слова, к упрощению смысловой структуры последнего, потребность уточнить или детализировать соответствующее понятие, разграничить некоторые смысловые оттенки, прикрепив их к разным словам и т.п. Таким образом, заимствуемое и уже существующее в языке слово делят сферы своего семантического влияния. Эти сферы могут в большей или меньшей степени пересекаться, но они никогда не совпадают полностью.

Следует различать причины, вследствие которых происходит заимствование, и условия, необходимые для перехода слова из одного языка в другой. Общество, говорящее на языке, который осуществляет заимствование, должно быть готово к принятию иноязычных средств коммуникации. Если такого условия нет, иноязычное слово (потенциальное заимствование) может достаточно длительное время оставаться уделом узкого круга лиц (ученых, переводчиков и т.п.). Среди лингвистов распространено мнение, что главным условием заимствования иноязычных слов является наличие контакта языка-реципиента с языком-источником и, как следствие этого, двуязычие. В данном случае не следует понимать двуязычие как результат территориального контакта двух народов, ведь географическая разобщенность языков не влияет на лексическое заимствование: оно может быть интенсивным при территориальной отдаленности языка-источника от языка-реципиента и, напротив, быть слабо выраженным при соседстве этих языков. Б. Шулан следующим образом описывает «технику» заимствования: «Большинство словарных слов возникает в двуязычной среде, иноязычное слово сначала употребляется двуязычно

говорящими людьми, известно только в их среде, а затем распространяется в более широкие круги языковой сферы. Наконец, слово попадает в письменную речь и захватывает, таким образом, всю область языка».²⁰

При этом следует обратить внимание на то, что в современных условиях двуязычие возникает не только и не столько в устной речи, но и при чтении иностранных текстов, в переводческой деятельности и т.п., то есть двуязычие может иметь место и без непосредственного контакта носителей двух языков. Заимствованные слова, минуя стадию употребления только в устной практике, о которой пишет Б. Шулан, сразу попадают в письменную речь.

²⁰Цит.по: Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение, 1968.- С.30.

2.5. Освоение языком-реципиентом иноязычного элемента

Освоение иноязычного слова новой для него языковой системой - постепенный и длительный во многих случаях процесс. Достаточно часто иноязычные элементы так и остаются не до конца освоенными (например, они могут отличаться особенностями произношения производных). Обычно считают, что для вхождения и закрепления иноязычного слова в системе заимствующего языка необходимы следующие условия:

- 1) передача иноязычного слова средствами заимствующего языка;
- 2) соотношение слова с грамматическими классами и категориями;
- 3) грамматическое освоение;
- 4) фонетическое освоение;
- 5) словообразовательная активность слова;
- 6) семантическое освоение слова – ресемантизация, т.е. появление новых оттенков и значений, их дифференциация между ранее существовавшими в языке словами и появившимися иноязычными словами;

7) регулярная употребляемость в речи (для слова, не прикрепленного к какой либо специальной стилистической сфере, - употребляемость в различных жанрах литературной речи, для термина - устойчивое употребление заимствовавший его терминологической области, наличие определенных парадигматических отношений терминами данного терминологического поля).

Однако не все эти признаки являются необходимыми для вхождения иностранного слова в язык. Кр. Меллер, например, считает, что «процесс ассимиляции и процесс укрепления слова в языке протекают не параллельно. Слово может вполне приспособиться (в звуковом отношении) и в то же время быть совершенно неукоренившимся или «ненародным» (*unvolkstümlich*). Напротив, неприспособившееся (*unangepasste*) слово может быть укрепившимся и народным».²¹

Следует различать фонематическую субституцию (передачу иностранного слова фонемными средствами заимствующего языка), неизбежную при лексическом заимствовании, и фонетическое освоение слова, его приспособление к фонетической системе заимствующего языка, что наблюдается уже в процессе функционирования иностранного слова в речи и поэтому не является признаком, характеризующим всякое заимствованное слово. Также следует различать грамматическое оформление иностранного слова в заимствующем языке, которое составляет неотъемлемую часть процесса лексического заимствования, и грамматическое освоение, приспособление заимствования к грамматической системе языка.

«Фактор коммуникативной актуальности слова, его широкой употребительности может оказаться сильнее фактора его грамматической

²¹Цит.по Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение, 1968. - С.35-36.

неосвоенности».²² Таким образом, функциональный фактор оказывается более сильным, нежели фактор структурный: язык преодолевает структурные ограничения, обусловленные недостаточной адаптацией иноязычного слова к языковой системе, если появляется необходимость обозначить что-либо с помощью словообразовательных дериватов. Некоторые новые заимствования, всё чаще появляясь в средствах массовой информации и в речевом обиходе, могут образовывать производные гораздо более активно нежели слова, структурно с ними сходные, но не столь популярные.

Еще одно условие, способствующее освоению иноязычного слова в языке-реципиенте - коммуникативная актуальность понятия, обозначаемого иноязычным словом. Многие понятия, относящиеся, например, к сферам политики, экономики, СМИ, спорта и т.п. весьма актуальны в общении не только специалистов, но и обычных людей. Зачастую эти понятия имеют иноязычные обозначения. «Большая социальная престижность иноязычного слова, по сравнению с исконным, вызывает иногда явление, которое может быть названо «повышение в ранге» - слово, которое в языке-источнике именуется обычным объектом, в заимствующем языке прилагается к объекту, в том или ином смысле более значительному, более престижному и т.д.».²³

Иноязычное слово проходит следующие этапы лексико-семантического развития в новом для него языке:

1) вхождение в систему языка (обретение семантической самостоятельности, регулярное употребление в речи, распространенность);

²²Крысин Л.П. Словообразовательная активность иноязычного слова как один из критериев его освоения языком // Слово в современных текстах и словарях М., 2008. - С. 65.

²³Крысин Л.П. Словообразовательная активность иноязычного слова как один из критериев его освоения языком // Слово в современных текстах и словарях М., 2008.- С. 90.

2) дальнейшее развитие по законам данного языка (словообразовательная продуктивность, последующее семантическое развитие и т.д.).

2.6. Типы заимствований

Наряду с собственно заимствованием имеет место и процесс калькирования, которое выполняет в языке очень важную функцию, выступая в качестве проводника культурного влияния. Это не только образование новых слов или введение новых способов построения путем заимствования лексико-семантических и лексико-синтаксических моделей другого языка, но и перенесение в определенных случаях новых для заимствующего языка грамматических связей, свойственных языку-источнику. При этом необходимо различать кальки и полукальки. «Сущность калькирования, - отмечает Д.Н.Шмелев, - состоит в том, что для выражения понятия, известного в том или ином языке, используется иноязычное слово как образец: либо при помощи присущих данному языку средств создается производное слово, повторяющее словообразовательную структуру образца (словообразовательно-семантическая калька), либо уже существующему в данном языке слову придается новое значение в соответствии с тем, какое значение присуще в другом языке семантически тождественному или близкому по основному значению слову».²⁴

²⁴Цит. по: Степанов Е.Н. Калькирование с английского языка, как современная тенденция в процессе заимствования // Новые слова и словари новых слов Л.,1990. - С.77.

В зависимости от того, структура какого языкового элемента копируется, кальки делятся на словообразовательные, фразеологические и семантические.

Семантическими (лексическими) кальками являются те, при которых значение лексических единиц одного языка принимают соответствующие лексические единицы другого языка, т.е. единицы, находящиеся в аналогичных отношениях с другими словами. Иными словами, семантической калькой называется придание слову родного языка отсутствующего у него ранее переносного значения – по образцу некоторого слова другого языка. Среди лексических калек можно выделить кальки производных слов (суффиксальные, префиксальные, суффиксально - префиксальные образования), а также кальки сложных слов (собственно сложные и сложносокращенные слова).

Фразеологической калькой по определению Н.М. Шанского, является «фразеологический оборот, появившийся в результате буквального, т.е. пословного перевода иноязычного оборота».²⁵ Возможны такие виды фразеологических калек, как фразеологические сокращения, единства и сочетания, а также пословицы, поговорки, языковые формулы и т.д. Возможен и перевод идиом, при этом значение целого заимствуется, а при переводе свободных сочетаний оно лишь воспроизводится. Данный вид калек характеризуется большой спаянностью компонентов, а также меньшей мотивированностью сочетания. Отклонения обусловлены различием грамматических и семантических систем взаимодействующих языков, необходимостью расшифровки, деэтимологизацией каких-либо частей прототипа или его ошибочным толкованием. Нередко английский этимон новой кальки также является и неологизмом, как результат дословного перевода английского устойчивого выражения.

²⁵Цит. по: Степанову Е.Н. Калькирование с английского языка, как современная тенденция в процессе заимствования // Новые слова и словари новых слов Л.,1990 - С.77-78.

Наряду с кальками существуют и полукальки - так называемые гибридные образования, компоненты которых складываются из основ родного и, соответственно, английского языков. Непереведенной частью является либо слово, пришедшее в заимствующий язык до образования данной кальки, либо это общий для обоих языков элемент в силу их общего происхождения. Таким образом, эта часть считается как материальной формой языка-модели, так и заимствующего языка, т.е. фактически она переведена.

Кальки достаточно трудно выявить: неясны критерии, по которым то или иное словосочетание следует признать результатом иноязычного влияния, а не продуктом процессов, происходящих в языке в соответствии с его собственными закономерностями развития. По-видимому, можно говорить о двух типах критериев, позволяющих идентифицировать кальки и отделять их, по крайней мере, от «внутренних» образований, - лингвистических и экстралингвистических. Во-первых, кальки отличаются тем, что в них реализуются черты, нехарактерные и неорганичные для данного языка, либо в формальной, либо в содержательной стороне слова или словосочетания.

Во-вторых, при определении кальки важно обращение к внеязыковой действительности: если обозначаемое данным словом пришло к нам извне, то можно с большой вероятностью предположить, что и его наименование – либо «материальная» иноязычная единица, т.е. лексическое или фразеологического заимствование, либо калька. При этом основными сферами появления калек являются сферы дипломатии, политики, спорта, моды и некоторых других, а распространяют, внедряют их в широкое употребление средства массовой информации.

Как и другие типы заимствований, калькированные значения не всегда закрепляются в языке.²⁶

²⁶Крысин. Л.П. Неологизмы – кальки в современном русском языке // Вопросы культуры речи. Вып. 4. – С 200-201.

Можно говорить об «очевидных» и «неочевидных» заимствованиях. Возможно деление заимствований и по форме. Таким образом, различают:

- 1) заимствования – слова (ими являются собственно заимствования из лексического фонда иностранного языка);
- 2) заимствования - значения (соответствуют лексическим семантическим калькам);
- 3) заимствования – словосочетания (соответствуют фразеологическим калькам).

Далее собственно заимствования могут подвергаться более детальному делению по степени своей ассимиляции. Выделяют ассимилированные, частично ассимилированные и неассимилированные заимствования. Нам представляется необходимым рассмотреть более подробно эти виды заимствований:

- 1) Неассимилированные заимствования

Часть лексики, полисемантическая в родном языке, входит в заимствующий язык с одним значением. В основном это терминологическая лексика, как узкоспециальная, так и имеющая более широкое использование. Для данного типа характерна и соответствующая графическая форма: во многих случаях именно несвойственные для заимствующего языка буквенные сочетания являются критерием неассимилированных слов.

- 2) Частично ассимилированные заимствования

С течением времени происходит формальное, функциональное и семантическое освоение англицизма. На этом этапе для заимствования характерна неустойчивость формы, происходит и фонетико-орфографическое освоение формы, может быть зафиксировано несколько вариантов написания одного слова. В ходе грамматического освоения заимствования приобретают грамматические признаки, свойственные языку-реципиенту.

3) Ассимилированные заимствования

На данном конечном этапе происходит полное морфологическое и фонетическое уподобление нормам заимствующего языка, устанавливаются четкие границы лексического значения заимствования, слово входит в лексико-семантическую структуру языка, и на его базе начинают образовываться производные слова, т.е. наблюдается более или менее полный отрыв от прототипа в родном языке. Англицизм появляется и закрепляется в типичных словосочетаниях, устанавливаются разнообразные семантические связи и отношения со словами заимствующего языка. Заимствование проявляет семантическую самостоятельность, функциональную активность. В результате, его значение может расширяться, переходить в другие функциональные сферы, приобретать новые оттенки.

Следует уточнить, что далеко не всегда встреченное в печати иностранное слово является прижившимся заимствованием, иногда это лишь авторский окказионализм, употребленный, например, в угоду моде или стремлению сделать свою речь более ученой или красивой. Окказионализмы образуются «по случаю» в конкретных условиях речевой коммуникации и не являются фактами языка. Основной причиной употребления окказионализмов является стремление достичь максимальной эмоционально-экспрессивной и стилистической выразительности слова, экономии языковых средств, а также в необходимости точно выразить мысль, т.к. ресурса узуальных слов для этого может быть не достаточно.

ГЛАВА 3

АНАЛИЗ АНГЛИЦИЗМОВ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Третья Глава нашей работы посвящена непосредственно анализу англицизмов, встреченных нами в испанских изданиях женских журналов последних лет. В ней мы попробуем установить тип, к которому относятся заимствования, сделаем попытку определить, на какой стадии развития находятся найденные нами англицизмы, т.е. насколько прочно они вошли в систему испанского языка, а также выявим наиболее популярные англицизмы.

Нужно отметить, что большую часть корпуса примеров составляют именно англицизмы-заимствования, а не кальки или полукальки английских слов и выражений. Вообще выявление калек представляется нам достаточно сложным процессом, т.к. необходимо хорошо знать реалии и процессы развития всех сфер жизни в тот или иной период в том или ином государстве.

3.1. Кальки

При калькировании перенимается лишь значение англоязычной единицы, ее структура, но не ее материальный экспонент. Прежде всего, мы обратимся к фразеологическим калькам. Как уже говорилось, такие выражения появляются в результате дословного перевода английского оборота. Многие фразеологические кальки не имеют синонимов в заимствующем языке, где существуют только соответствующие им описательные обороты.

*Edición tras edición las actrices y **celebrities** pasan por la alfombra roja del Festival de Cannes dejándonos algunos **looks** para el recuerdo, y a tan sólo unas horas de que de comienzo la 69ª edición del festival queremos dar respuesta a la incesante pregunta...*²⁷

Год за годом на фестивале в Каннах актрисы и знаменитости проходят по **красной ковровой дорожке**, оставляя для нас парочку запоминающихся **образов**, и так как до старта 69 фестиваля остаются считанные часы, мы хотим ответить на неустанно интересующих всех вопрос...

Alfombra roja - калька с английского *red carpet*. Согласно правилам грамматики испанского языка, определение следует за определяемым словом. Это выражение произошло от понятия *red-carpet treatment*, которое начало использоваться после приема в 1821 году президента США Джеймса Монро. Наряду с этой калькой в предложении присутствуют еще два англицизма: *look* –

²⁷www.tendencias.com

частично ассимилированное заимствование, очень популярное в испанском и других языках (подробнее мы рассмотрим его позже), и *celebrities*, относящееся к неассимилированным заимствованиям, которые мы также рассмотрим далее.

*Como todos los años la revista Time ha presentado su lista anual con los 50 mejores sitios web de cada año. En la edición del 2009 podemos encontrar a los más importantes servicios que da Internet hoy en día.*²⁸

Как и всегда, журнал Time предоставил ежегодный список с лучшими **веб-сайтами** всех лет. В выпуске 2014 года мы можем найти наиболее значительные услуги, которые предоставляет нам **Интернет** сегодня.

Данный пример калькирования является реалией компьютерного мира, распространенного повсеместно. Испанское слово *sitio*, вслед за английским *site*, кроме своего основного значение *местоположение, участок*, приобрело новое – *интернет страница*, то есть место, где находится определенная информация. В русском языке, например, для обозначения данной реалии чаще используется неассимилированное *сайт*. Как известно, оно используется достаточно часто не только в профессиональной среде компьютерщиков, но и среди простых людей, которые не связаны тесно со сферой новых технологий. Интересно, что второе слово из этого сочетания, *web*, не ассимилировалось, но в соответствии с правилами испанской грамматики, как определение – прилагательное, оно стоит после существительного. Поэтому данное сочетание можно отнести к полукалькам. Кроме того мы наблюдаем еще одно заимствование, неассимимлированное *Internet*, которое, как мы заметили, во всех источниках пишется с большой буквы.

*Siempre me ha parecido que la lista de esta revista es como tomarle el pulso a lo que ocurre en Internet, una especie de radiografía de los "huesos" más importantes en la red.*²⁹

²⁸www.tendencias.com

²⁹www.elle.es

Мне всегда казалось, что список этого журнала всё равно что пульс того, что происходит в **Интернете**, своеобразный рентген самых интересных «костей» в **сети**.

В данном примере мы видим слово *red* – лексическую кальку с английского слова *network* (сеть), ставшего компьютерным термином. Следует отметить, что слово *network* тоже заимствовано испанским языком, так как нам также встретилась полукалька *network mundial* (глобальная / мировая сеть), образованная от английского *global network*.

*¡Labios con strass! ¿Qué **bomba sexy** se animó a sumarse a la moda del arte labial?*³⁰

Губы со стразами! Какая **секс – бомба** решила присоединиться к моде изобразительного искусства на губах?

Данная калька сделана с выражения *sex bomb* (то есть женщина, привлекательная внешне, возбуждающая интерес). Она состоит из испанского существительного *bomba* и заимствованного прилагательного *sexu*, крайне распространенного в испанских и всех остальных языках на данный момент. Следует отметить, что словари испанского языка не фиксируют этого выражения, хотя и приводят слово *sexu*, обозначенное как англицизм. Возможно, этого заимствования можно было бы избежать, используя вместо него испанское прилагательное *sexual*. По-видимому, этого не сделали в угоду моде, либо в виду того, что у прилагательного *sexual* есть два значения (1 - сексуальный, 2 - половой), а английское *sexu* (сексапильный, сексуальный) точнее передает смысл данного выражения.

Y si echamos la vista atrás nos damos de una cosa de lo más evidente: sus **estrellas** han perdido muchos kilos por el camino...

Если оглянуться назад, мы можем заметить одну очевидную вещь: по пути его **звезды** сильно потеряли в весе...

³⁰www.pronto.com

Как мы видим, испанское *estrella* является калькой с английского *star*, используемого в значении «знаменитый человек» (ср. рус. *звезда*), т.е. взяты две соответствующие лексические единицы, находящиеся в одинаковых отношениях с другими словами своих языков. При этом слово *star* является еще и неассимилированным заимствованием. Проанализировав частотность употребления слов *stella* и, соответственно, *star*, которое чаще всего фигурирует в словосочетании *super star*, мы можем сделать вывод, что последнее употребляется несравнимо чаще. Например:

*Revista Vogue Super star, España, mayo 2014.*³¹

Журнал Vogue Супер стар, Испания, май 2014.

*Loción para después de afeitarse Casera.*³²

Лосьон после бриться Casera.

Как нам кажется, испанское *después de afeitarse* представляет собой кальку с английского *aftershave* (дословно *после бритья*). Нами было замечено, что обе эти лексические единицы, и *después de afeitarse*, и *aftersun* активно употребляются на страницах испанских женских журналов, что свидетельствует о том, что использование английского слова – это дань моде.

Далее хотелось бы привести пример кальки, стоящей на границе между кальками лексическими и словообразовательными, т.к. при заимствовании семантического значения, приписываемого идентичными единицами

³¹Vogue, España, 2014. – С.1.

³²www.elle.es

заимствующего языка , была с оздана некая новая структура слова, малохарактерная для испанского языка.

*Los shorts vaqueros y los **minivestidos** de encaje son algunas de las alternativas más convincentes de nuestras protagonistas en la calle.*³³

*Джинсовые шорты и кружевные **мини-платья** являются наиболее яркими альтернативами наших главных героев на улице.*

Как известно , родина мини – Англия 60-х годов. Испанское *minivestido* является калькой английского *minidress*. Наряду с этим заимствованием часто фигурирует слово *minifalda*, калька английского *miniskirt*. Интересен тот факт, что первое в словаре RAE не зарегистрировано, а второму дается вполне четкое объяснение. Эти частично ассимилированные заимствование встретились нам не один раз.

³³www.elle.es

3.2. Полукальки

Далее мы приведем примеры полукалек, встреченных нами на страницах испанских изданий. Как уже говорилось выше, полукальки представляют собой гибридные образования, их компоненты складываются из основ испанского и, соответственно, английского языков.

La campaña de Absolut cuenta además con la colaboración del grupo de rock Wolfmother y con el legendario fotógrafo Danny Clinch.³⁴

Компания Absolut рассчитывает также на сотрудничество с рок-группой Wolfmother и легендарным фотографом Дэнни Клинчем.

Музыка – одна из сфер, наиболее всего подверженных заимствованию. По-видимому, подавляющее большинство новообразований из нее являются чистыми заимствованиями, а не кальками, они достаточно редко ассимилируются в языке, сохраняя свою изначальную форму, что будет проиллюстрировано нами позже. Однако в данном случае словосочетание *grupo de rock* копирует английское *rock group*, один из элементов переводится, другой же сохраняет форму, т.к. является названием музыкального стиля. Как мы можем заметить, тот же процесс произошел и в русском языке. Часто такие заимствования становятся неологизмами.

Enrique Iglesias feat. Descemer Bueno Y Gente De Zona – Bailando (versión remix).³⁵

³⁴www.elle.es

³⁵www.tendencias.com

Энрике Иглесиас, Десеммер Буэно и Gente De Zona – Bailando (**ремикс - версия**).

Образование *versión remix*, по нашему мнению, представляет собой кальку английского *remix version* (ср.рус. *ремикс-версия*).

Итак, можно заметить, что приведенные нами примеры полукалек связаны со сферой музыки. Одна часть словосочетания, содержащая название музыкально стиля или термина, как в последнем случае, не переводится, что не удивительно в виду отсутствия у них синонимов как в испанском, так и в любом другом языке, другая же часть калькируется. В русском языке можно наблюдать те же самые тенденции.

Перейдём далее к рассмотрению группы материальных заимствований, в случае которых перенимается не только содержание, значение (либо одно из значений) иноязычной лексической единицы, но – с той ли иной степенью приближения – и ее материальный компонент. Такие слова не переводятся. При вхождении в систему языка в соответствии с его правилами они имеют тенденцию постепенно менять свой графический облик, но могут и сохранять изначальную форму, будучи при этом часто употребительными. В соответствии с приведенной выше классификацией мы подразделяем заимствования на ассимилированные (т.е. уже приведенные к испанской фонетической, морфологической и графической нормам), неассимилированные (т.е. в основном терминологическая лексика, а также слова с нехарактерными для испанского языка буквенными сочетаниями) и частично ассимилированные (т.е. находящиеся на промежуточном этапе развития в испанском языке).

3.3. Ассимилированные заимствования

В первую очередь обратимся к ассимилированным заимствованиям. Мы склонны придерживаться того мнения, что ассимилированность заимствования не является обязательным признаком его частого употребления, т.е. заимствованное слово может употребляться достаточно часто, сохраняя при этом свою графическую форму. Так, например, большая часть лексики из сферы музыки, моды и новых технологий является неассимилированной, будучи, однако, частоупотребительной и, во многих случаях, зарегистрированной в словарях.

*Para no tener que darte vueltas por todos lados buscando un lugar para verte, lleva contigo siempre un espejo pequeño para corregir maquillaje, **chequear** tu cabello o revisar lo que te dijo tu amiga.*³⁶

Чтобы не вертеться по сторонам в поисках своего отражения, всегда носи с собой маленькое зеркальце, чтобы поправить макияж, **проверить** прическу или взглянуть на то, о чем сказала подруга.

В данном примере мы видим глагол *chequear*, явно образованный от заимствованного из английского языка глагола *to check*. Этот глагол уже зарегистрирован в словаре Королевской Академии, но при этом отмечается, что данное слово представляет собой англицизм. Интересно, что в этом же предложении фигурирует испанский эквивалент этого слова – глагол *revisar*, из чего можно сделать вывод, что слово *chequear* использовано, как дань моде, а также, возможно, во избежание повтора или разнообразия речи. В

³⁶www.vogueorheels.com

мексиканском варианте испанского языка этот глагол фигурирует в неизменной форме (*check*), что отмечается словарём *Multitran*. Кроме того, в испанском языке также фигурирует ассимилированное существительное *cheque* в значении *чек, счёт*, образованное от той же основы.

*ELLE Decor > Casas > Un mix de glamour y color*³⁷

Elle декор > Дом > Микс цвета и гламура

В испанско-русских словарях нет точного определения слова *mix*, даются лишь **варианты, например**, *marketing - mix – смешанный маркетинг* или оно указывается как морфема слов типа *mixto – смешанный*. В словаре Королевской Академии оно не указано, из чего мы можем сделать вывод, что заимствование не ассимилировано, однако, это слово встречается в испанских изданиях довольно часто, приобретая при этом новые стилистические оттенки, и обладает словообразовательной активностью, что будет проиллюстрировано в следующих примерах:

*Detalles Del Producto: material de la caja – plástico, pulsera - material mixto, relojería – cuarzo.*³⁸

Детали продукта: материал упаковки – пластик, ремешок – **смешанный** материал, часовые механизмы – кварц.

В данном примере проиллюстрировано производное прилагательное от *mix – mixto(смешанный)*.

В следующем примере мы видим новообразовавшийся глагол *mixear* в значении *смешивать, делать микс*. Нужно отметить, что этот глагол был

³⁷www.elle.es

³⁸www.elle.es

встречен нами только в текстах музыкальной тематики, в отношении моды, т.е. одежды, аксессуаров или косметических средств, он не используется:

*Descargar para **mixear** música... (16 programas)*³⁹.

Скачать, чтобы делать **миксы** из музыки...(16 программ).

Далее:

*¡No verán un **gol** mejor en todo el 2016!*⁴⁰

Вы не увидите **гола** достойнее за весь 2016 год!

Богатые возможности для заимствований предоставляет сфера спорта, откуда переходят не только названия видов спорта, но и все сопутствующие понятия. В большинстве своем это неассимилированные заимствования, однако, в данном случае мы имеем дело с ассимилированным заимствованием, образованным от английского *goal*. Родиной футбола является Англия, соответственно лексика, связанная с футболом возникла именно там, и не может иметь аналогов или синонимов в других языках, как, впрочем, и любая терминологическая лексика. Несмотря на то, что понятия, связанные с этим видом спорта уже стали общеупотребительными, в словаре это слово всё же отмечено, как англицизм.

*Descubre la colección **fashion Elle** en La redout.*⁴¹

Открой для себя модную коллекцию Elle на La redout.

Англицизм *fashion* (мода) пользуется популярностью в испанском языке. В данном случае это заимствование выступает в качестве определения, следующего за существительным, то есть в соответствии с правилами

39³www.elle.es

40³www.elle.es

41³www.elle.es

испанской грамматики. Также оно используется в качестве существительного в значении *moda*. Хотя слово и используется в испанском языке в своем изначальном виде, как нам кажется, его можно считать ассимилированным. Следующий пример – прямое тому доказательство.

*Aprendé de moda con los mejores libros de **fashionistas**.*⁴²

Изучай моду с лучшими изданиями настоящих **МОДНИКОВ**.

Данное слово образовано от существительного *fashion* с помощью агентивного суффикса *-ista* и не имеет однословных синонимов в отличие от *fashion (-moda)*.

*Los mayores de 40 años aprenden a **cliquear**.*⁴³

Люди в возрасте 40 лет учатся **печатать**.

Перед нами пример из сферы компьютерных технологий: глагол *cliquear* образован от английского звукоподражательного *to click*, один из значений которого – это щелкать (мышкой), нажимать (на ссылку), переходить (на сайт). Как мы можем заметить, буквенное сочетание *ck* ассимилировалось в *q*. Данное заимствование является очень популярным в испанском языке.

42³www.revistaohlala.com

43³www.cosmopolitantv.es

3.4. Частично ассимилированные заимствования

Большинство примеров частично ассимилированных заимствований в нашей работе составляют слова, которые не изменили своего написания на данном этапе, но уже начали оформляться соответствующими признаками, характерными для испанского языка и сочетаться с другими грамматическими категориями. О неустойчивости формы позволяют судить примеры различных вариантов написания слов. Однако нам удалось найти лишь небольшое количество подобных примеров, принимая также за вариант написания слова наличие или отсутствие дефиса. Отсюда можно сделать вывод, что вариативность формы на данном этапе не характерна для заимствований в испанском языке.

*Compra tu **Weekend** Camiseta en Wordans España!*⁴⁴

Купи свою **выходную** футболку на Wordans Испания!

Данный англицизм был замечен нами не единожды, однако в качестве прилагательного это слово было встречено лишь один раз, в основном оно фигурировало как существительное, что представлено в следующем примере:

*Juana Viale y un weekend romántico en el sur.*⁴⁵

Хуана Вьяле и романтический уикэнд на юге.

Как нам кажется, заимствование *weekend* испанским языком неоправданно. Несмотря на имеющуюся у него испанскую кальку *fines de semana*, которая переводится в словарях как *уик-энд*, этот англицизм является крайне популярным. В отличие от предыдущего примера, в данном предложении слово сопровождается прилагательным *romántico* в постпозиции, что показывает

⁴⁴www.wordans.es

⁴⁵www.hola.com

сочетаемость заимствованного слова с другими частями речи, в связи с чем его можно считать частично ассимилированным.

*El **Smoky Eyes** está de moda ya que varias chicas y celebridades han apostado, por el ya que es un look muy sensual, dramático e intenso, recomendado para chicas jóvenes, ya que a una mujer madura le puede endurecer bastante la mirada.*⁴⁶

Эффект “**Smoky Eyes**” сейчас в моде, так как многие девушки и знаменитости делают на него ставки, находя такой образ очень чувственным, драматичным и ярким. Он рекомендуется молодым девушкам, так как у женщин постарше он может достаточно сильно утяжелить взгляд.

Заимствованное словосочетание *smoky eyes* или *smoky eye* дословно означает *дымчатый глаз*. В заимствующих языках оно в большинстве случаев не переводится, так как является термином, обозначающим вид макияжа глаз. Такой вывод мы сделали, заглянув не только в испанские, но и русские журналы. Однако в испанском языке реже, но всё-таки встречается и калькированные варианты - *ojo ahumado* или *ojos ahumados*, чего нельзя сказать о русском языке. Например:

El paso a paso de un **ojo ahomado** (en video).⁴⁷

Smoky eye шаг за шагом (на видео).

Данное заимствование можно считать частично ассимилированным, о чем можно судить, основываясь на следующих примерах:

Las claves para un maquillaje 'smokey eyes' perfecto.⁴⁸

⁴⁶www.revistaflm-blog.tumblr.com

⁴⁷www.vogue.es

⁴⁸www.mujerhoy.com

Ключ к безупречному макияжу *Smokey eyes*.

¿Cómo lograr un look **Smoky Eyes perfecto**?⁴⁹

Как добиться эффекта идеального **Smoky Eyes**?

Как видно, заимствование сопровождается опеределениями — прилагательными в постпозиции: в обоих случаях это испанское *perfecto* (идеальный, безупречный). Кроме того, в первом примере в слове *smoky* мы видим замену буквенного сочетания *ky* на *key*, так как первое несвойственно для испанского и труднее для чтения и восприятия читателя, не знакомого с английским языком.

Далее рассмотрим наиболее часто употребительные заимствования, сохраняющие свою оригинальную форму и являющиеся, как нам кажется, частично ассимилированными.

Looks de red carpet de Lily James, la nueva y moderna 'Cinderella'

Образы Лили Джеймс для красной ковровой дорожки, модной *Золушки* наших дней.

*Maquillaje de ojos azul: demostramos que puede ser mejor, incluso, que el negro.*⁵⁰

Макияж для глаз в синих тонах: мы покажем вам, что он может быть лучше многих других, включая черный.

*El Corte Inglés. Un destino para el **shopping** del lujo.*⁵¹

Corte Inglés. Место для изысканного **шопинга**.

49³www.entremujeres.claarin.com

50³www.vogue.es

51³www.es.revistarusa.net

*La top Karlie Kloss, imagen de Mango, se sube este mes a la atracción más brillante.*⁵²

Топ-модель Карли Клосс, лицо марки Mango, в этом месяце становится еще более привлекательной и блистательной.

Заемствование *look* очень часто встречается в статьях и изданиях, посвященных моде. У нас нет оснований считать его ассимилированным заимствованием или словом, полностью вошедшим в систему языка. В испанском языке присутствуют слова, которые в списке своих значений имеют схожие, *aspecto* – внешность, вид, и *imagen* – образ, внешний вид. В соответствии с испанской нормой определение в данном случае стоит в постпозиции (на английский манер было бы *red carpet looks*), однако оно тоже является заимствованием уже упомянутым нами ранее – *red carpet*, которое имеет кальку в испанском языке – *alfombra roja*.

Заемствование *shopping* достаточно популярное в испанском языке, как и в некоторых других (ср. рус. *шоппинг*). На наш взгляд, оно неоправданно и используется часто в силу того, что является «модным», так как в заимствующем языке имеется эквивалент – *ir de compras*.

Для обозначения слова макияж в испанских женских журналах и интернет-изданиях используются два слова: заимствованное *make up* и испанское *maquillaje*, пришедшее из французского (*maquillage*). Это слово возникло во французских театрах XIX века и обозначало гримирование, грим. На данный момент наиболее популярным является английский вариант, что, как и большинство заимствований из мира глянца и красоты, обусловлено данью моде. Данное заимствование мы причисляем к частично ассимилированным, так как зачастую сопровождается определением в постпозиции:

Make up de lujo... ¡Para verte mejor!⁵³

⁵²www.smoda.elpais.com

⁵³www.entremujeres.clarin.com

Роскошный макияж... Чтобы выглядеть лучше!

La top – сокращение от английского *top model*, является, как нам кажется, частично ассимилированным заимствованием: в английском языке нет такого сокращения, а значит заимствование подвергается влиянию языка-реципиента. Оно также изменяется по родам, что мы можем видеть в следующем примере:

*Hablamos con **el top model** holandés durante su visita al MFShow Men.*⁵⁴

Мы ведем диалог с голландской **топ-моделью** на протяжении его визита на MFShow Men.

Наряду с вышеперечисленными вариантами заимствований английского *topmodel* в испанском языке присутствует не уступающий в частотности эквивалент – *modelo*, пришедшее из итальянского языка (*modello*) в эпоху Возрождения (XVI век):

*El 2016 será su año: 6 **modelos** que ya deberías conocer.*⁵⁵

*2016 – их год: 6 **моделей**, которые уже должны быть тебе знакомы.*

Еще один интересный пример полуассимилированного заимствования был обнаружен нами в сфере кино и телевидения:

*¿Cuántos ejemplares se necesitan para hacer un **best seller**?*

Сколько экземпляров необходимо сделать, чтобы создать **бестселлер**?

Значение данного заимствования (от англ. *best seller* – продающееся лучше всех) - книга или другое тиражируемое издание, например, компьютерная игра, попавшая в список наиболее продаваемых. Данный англицизм заменяет собой целое предложение и понятие, не имеющее эквивалентов в испанском языке, поэтому его использование мы считаем оправданным. В испанских журналах и статьях о моде мы нашли три варианта написания данного словосочетания,

54[®]www.revistavanityfair.es

55[®]www.vogue.es

соответственно, слитно, раздельно и через дефис, что свидетельствует о неустойчивости формы. Мы уже хотели отнести этот англицизм к неассимилированным, но неожиданно в одном из изданий мы увидели производное от этого слово – *best cellerista*:

...el **best cellerista** y semiólogo italiano repasa la historia de los lugares que no existen, pero que hemos conocido a través del mito, la religión y la literatura.

Итальянский автор бестселлеров и семиолог исключает из истории информацию о несуществующих местах, но они нам уже знакомы из мифов, религии и литературы.

Во-первых, буква s заменена на c, более свойственную испанской лексике, а также наличие агентивного суффикса *-ista*, с помощью которого и образовано это слово, как в случае со словом *fashionista*, рассмотренном ранее. Поэтому данный пример можно с уверенностью назвать частично ассимилированным.

Далее перечислим, не рассматривая подробно, собранные нами примеры наиболее популярных частично ассимилированных заимствований и значений, в которых они используются: *drink* (напиток, стакан спиртного), *cocktail* (коктейль), *fan* (поклонник, болельщик, фанат), *club* (клуб), *relax* (расслабление, расслабляющий, релаксация), *gel* (гель), *shampoo* (шампунь), *lipstick* (помада), *eyeliner* (карандаш для глаз), *scrub* (скраб), *jeans* (джинсы), *flirt* (флиртовать), *top* (топ), *trendy* (модный, трендовый), *glam* (гламур, гламурный), *cool* (классный), *hot* (чувственный, горячий), *fitness* (фитнес).

Сделав подбор данных слов, мы пришли к выводу, что большинства заимствований данной группы можно было бы избежать, чего не было сделано в угоду моде.

3.5. Неассимилированные заимствования

Наконец, обратимся к неассимилированным заимствованиям. Примеры данной группы составили большую часть найденных нами заимствований. Как уже говорилось, неассимилированные заимствования сохраняют свою оригинальную форму и, входя в заимствующий язык, имеют одно (чаще всего основное) значение, которое может расширяться лишь по мере вхождения слова в язык. При этом не всегда легко судить о том, какие из них закрепятся в языке, а какие уйдут из него.

Следует отметить, что среди англицизмов, встреченных нами в испанских журналах, наиболее многочисленны неассимилированные заимствования тематических групп «музыка», «мода» и «новые технологии». Такие заимствования в основном являются терминологическими и вряд ли начнут ассимилироваться в испанском языке, т.к. в любом языке мира они сохраняют свои истинные названия и не подвергаются никаким изменениям. Это дает нам основание предположить, что они являются интернационализмами, т.е. словами, возникшими первоначально в одном языке и затем заимствованными из него в большинство других языков мира для обозначения этого понятия.

Рассмотрим некоторые примеры употребления неассимилированных заимствований:

*El vestido **folk**, la prenda clave del otoño.*⁵⁶

Платье в стиле **фолк**, ключевая деталь осеннего гардероба.

*Completa agenda de conciertos de **rock, punk, heavy metal, pop rock, funk.***⁵⁷

Полный график музыкальных **рок, панк, heavy metal, поп-рок и фанк** концертов.

⁵⁶www.vogue.es

⁵⁷www.maneradevivir.com

Как видно, в английском, испанском и даже русском языках все эти названия одинаковы. При этом, когда начинают создаваться последующие образования с подобными элементами, они уже являются, как правило, полукальками (за счет того, что в них всё же присутствует иноязычный элемент). Пример такого развития (*grupo de rock*) было приведен выше, когда мы говорили о полукальках. Однако бывают случаи, когда образования с такими элементами заимствуются языком-реципиентом полностью:

*Un siglo antes de que el rock 'n' roll palpitara siquiera en la mente de Fats Domino y en las caderas de Elvis, Franz Liszt era ya una 'rock star' que recorría toda Europa de gira en gira.*⁵⁸

Веком ранее того, как дух Фэтса Домино и лодыжки Элвиса затрепетали перед рок-н-роллом, Франц Лист уже был рок-звездой, объездившей Европу вдоль и поперёк.

Русский язык, как мы видим, предлагает нам полукальку слова *rockstar*. Итальянский язык также располагает средствами для создания подобного образования (мы уже рассматривали лексическую кальку слова *star - estrella*). Скорее всего, оно имело бы следующий вид – *estrella de rock*, т.к. мы уже говорили о характерном признаке испанского языка – постпозиции определений. Однако нам сложно предугадать, приживётся ли данная полукалька, или заимствование *rockstar* так и останется неассимилированным. В этом же примере мы видим еще один пример заимствования из музыкальной сферы – *rock 'n' roll*.

Теперь обратимся к лексике из новых технологий. Нам представляется, что большинство данных заимствований, как и в случае с англицизмами из музыкальной сферы, скорее всего не будет приведено к форме, соответствующей фонетическим и графическим нормам заимствующего языка,

⁵⁸www.elmundo.es

так как на данный момент их использование в прессе уже очень широко, но при этом не наблюдается никаких изменений в написании.

[Versión online de la revista de moda, belleza y celebrities - ELLE.ES](#)⁵⁹

Онлайн версия журнала о моде, красоте и знаменитостях – ELLE.ES

*La verdad es que medité mucho para escribir este **blog**...*⁶⁰

На самом деле я много медитировал, чтобы написать этот **блог**...

Перед нами наиболее частоупотребительные неассимилированные заимствования, являющиеся реалиями компьютерного мира, распространенными повсеместно – *online* (онлайн) и *blog* (блог). Можно, конечно, представить себе кальку заимствования *online* – *en línea*, которое, кстати было встречено нами несколько раз, однако, мы считаем, что калька уже не сможет заменить данный англицизм. Последнее заимствование *blog* (от *web log* – сетевой журнал или дневник событий) означает *веб-сайт*, основное содержание которого – регулярное добавляемые записи, изображения или мультимедиа.

Далее рассмотрим некоторые примеры неассимилированных заимствований, встреченных нами в статьях о моде:

*Gucci marca las tendencias '**must have**' de esta primavera-verano.*⁶¹

Gucci отмечает тенденции *must have* этого сезона весна-лето.

Интересно, что и в русском языке заимствование *must have* обычно не переводится. Данное выражение, выступающее в качестве существительного со значением вещь, которую обязательно нужно иметь, по нашему убеждению, является неоправданным заимствованием, однако, это не значит, что оно не закрепится в языке.

⁵⁹www.elle.es

⁶⁰www.caras.com

⁶¹www.elle.es

*Eduardo Jiménez es el nuevo **Make Up Artist** en España de la firma Yves Saint Laurent.*⁶²

*Эдуардо Хименес – новые **визажист** компании Yves Saint Laurent в Испании.*

Как уже было сказано выше, англицизм *make-up* имеет в испанском языке эквивалент французского происхождения – *maquillaje*. В свою *make up artist* также имеет синоним – *maquillador* (гример, визажист), но употребляется оно значительно реже английского варианта, что обусловлено модой.

Далее рассмотрим неассимилированные заимствования из других сфер человеческой деятельности, также представляющие для нас интерес.

Очень популярные иноязычные слова в сфере телевидения, например: *show(шоу)*, *talk show(ток-шоу)*, *reality show/reality (реалити-шоу)*, *sitcom(ситком)*, *soap-opera(мыльная опера)*, *cast(актерский состав)*.

La modelo australiana presentará un ‘reality show’ televisivo en Estados Unidos.

Австралийская модель представит телевизионное **реалити-шоу** в Америке.

Столь популярные в наши дни реалити- и ток-шоу были изобретены в Америке, как, в общем-то и остальные, указанные нами, жанры, поэтому и названия, обозначающие данные явления, становятся заимствованиями в остальных языках. Примечательно, что и в испанском, языке вместо *reality-show* может употребляться сокращенное *reality*, как и в русском:

*Elle MacPherson conducirá su propio **reality** de moda.*⁶³

Elle MacPherson проведёт своё собственное **реалити-шоу** о моде.

62^a www.revistabeautyprof.com/es

63^a www.elle.es

Также богатые возможности для заимствования предоставляет сфера спорта, причем заимствуются не только названия видов спорта, но и сопутствующие понятия, например слово *doping*:

En España, el **dopaje** o **doping** está regulado por la Ley Orgánica 2013, de 20 de junio, de protección de la salud del deportista y lucha contra el dopaje en la actividad deportiva, llamada *Ley Antidopaje*.⁶⁴

В Испании употребление **допинга** регулирует третий Органический закон, принятый 20 июня 2013 года в защиту здоровья спортсмена и к борьбе с допингом в спортивной деятельности, также именуемый Антидопинговым законом.

Как видно из примера, заимствованное слово имеет испанский эквивалент.

Что касается политики и экономики, они тоже являют собой сферы, благодатные для создания заимствований, однако в глянцевой прессе мире моды эти темы освещаются крайне редко. Несколько раз нам встретилось слово существительное *manager* (менеджер) и прилагательное *offshore* (оффшорный, расположенный или действующий в другой стране), однако, они обладают признаками ассимилированных заимствований.

Далее мы перечислим, не рассматривая подробно, примеры наиболее распространенных неассимилированных заимствований, собранных нами: *mood* (настроение), *shop* (магазин), *dancefloor* (танцпол), *check-up* (комплексное обследование состояния здоровья), *lifting* (лифтинг, подтяжка), *sex-appeal* (сексапильность, внешняя привлекательность), *playstation* (игровая приставка, плейстэйшн), *privacy* (личная жизнь), *sms* (смс), *baby-sitter* (няня, бэби-ситтер), *backstage* (закулисная сторона), *snowboard* (сноуборд), *boyfriend* (бойфренд, парень, молодой человек), *poster* (постер, плакат),

⁶⁴www.es.wikipedia.org

sneakers(кроссовки, кеды), *loafers* (лоферы, модель туфель без шнурков типа мокасин), *fitness*(фитнес), *feeling*(ощущение, веяние), *low cost* (лоукостер, дешевые авиа- или другие линии, например, линия одежды).

Как мы можем заметить, большая часть неассимилированных заимствований, приведенная в данном параграфе, на русском и испанском языке звучит так же, как и на английском, а значит, эти слова заимствуются вместе с новыми понятиями. Какие из заимствований уйдут из языка, какие останутся в неизменной форме, а какие ассимилируются, мы предугадать не можем, т.к. процесс освоения длится многие годы.

3.6. Комментарии по третьей главе

В процессе работы с текстами испанских женских журналов, мы постоянно сталкивались со случаями окказиональных заимствований, как в случае с глаголом *míxear*, например, в основном неоправданных и способных вызвать трудности у носителей языка-реципиента, не слишком хорошо знакомых с английским языком. Статьи о моде перенасыщены такого рода заимствованиями, использование которых неоправданно, что не раз отмечалось нами выше, и их легко можно было избежать. Также следует отметить тот факт, что зачастую слова, которые используются модной индустрией, невозможно обнаружить в словарях, приходится искать информацию на модных форумах и блогах. Что интересно, авторы и редакторы журналов сами осознают данную проблему, и некоторые выпуски содержат специальный раздел, так называемый «Fashion словарь», как, например, один из выпусков журнала *Elle* в Испании, который называется "*Terminología fashion: Vocaliza la moda: Practica el léxico de temporada con nuestro listado de palabras "trendy". Si pones atención, no habrá tendencia, efecto o estilo que se te resista*", досл. «Модная терминология: озвучивай моду: изучай лексику этого сезона с нашим списком трендовых слов. Если уделишь этому внимание, то ты не устоишь ни перед одной тенденцией, эффектом или стилем». Тут невольно появляется мысль о том, что такое недопонимание читателей плохо сказывается на коммерции, рекламе товара. В этом разделе редакторы объясняют значение терминов, которые могут оказаться новыми и непонятными для читателя. Но несмотря на наличие словарей и других источников «модной» терминологии, факт остаётся фактом – многие люди будут испытывать трудности, читая гляцевую прессу.

Что касается обозначений, используемых в прессе, чтобы указать на использование заимствования, нами было выявлено два способа: курсив и скобки. Анализируя больше и больше слов, мы выявили общую закономерность, которая прослеживалась на страницах всех выпусков:

1. Кальки и полукальки в основном никак не маркируются на письме.

2. Во втором случае нами были выявлены серии заимствований, которые в большинстве изданий маркировались одинаково, например, слова *chequear, online, blog, shopping* почти никогда не имеют маркировки, заимствования *look, doping, feeling* в основном всегда выделены курсивом, а *must have, smoky eyes, rock star* практически всегда заключены в кавычки. На основании этого мы сделали вывод, что слова, наиболее устоявшиеся в языке, не маркируются, а заимствования, находящиеся на том или ином этапе ассимиляции, выделяются курсивом или стоят в кавычках, при том, что последнее в основном применяется относительно неассимилированных заимствований.

Однако, в некоторых случаях, несмотря на все аргументы, приведенные выше, редакторы зачастую не придерживаются особых правил, маркируя слова кавычками, курсивом или же не выделяя их никаким образом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании приведенного нами анализа примеров, выбранных из испанских женских журналов и интернет-изданий о моде, выпущенных в

Испании в течение последних лет, мы можем выделить следующие сферы, оказавшиеся наиболее плодотворными для создания калек, полукалек и заимствований: мода, музыка, новые технологии, телевидение, косметика и другие, оказавшие не такое большое влияние.

В результате проделанной работы нами была представлена следующая классификация, включающая в себя такие виды англицизмов, как: кальки (фразеологические, лексические (семантические) и словообразовательные), полукальки, и, собственно, заимствования (ассимилированные, неассимилированные, частично ассимилированные).

В процессе анализа нами были выявлены англицизмы, наиболее популярные на данном этапе времени. Также мы убедились в том, что популярность заимствования не зависит от степени его ассимилированности. Кроме того, нами было рассмотрено влияние моды на процесс заимствования, и самого процесса заимствования на испанский язык и культуру в целом.

Мы пришли к следующим выводам: в настоящий момент влияние моды на язык, несомненно, огромно – на страницах журналов и интернет-сайтах, являющихся электронными сборниками статей из самых известных журналов о моде, мы встретили внушительное количество англицизмов, употребляемых абсолютно неоправданно из-за наличия достойных эквивалентов в языке-реципиенте, что можно объяснить лишь влиянием моды. Часть из них, на наш взгляд, является окказиональными, которые исчезнут так же быстро, как и появились, однако многие уже начинают частично ассимилироваться, не называя при этом нового явления и имея испанские синонимы. Конечно, мы не разделяем в данном случае взгляды пуристов, хотя и считаем, что злоупотребление неоправданными заимствованиями может в некоторых случаях пагубно сказаться на испанском языке.

Однако язык – это живой организм, неотъемлемой частью которого является процесс заимствования, поэтому его следует считать вещью

нормальной и естественной, а изучение разных культур и различных национальных языков в процессе их эволюции, как отмечает Дегтяренко Л.В., открывает широкие перспективы для дальнейшего их исследования, результаты которых позволяют определить новые тенденции развития, взаимодействия и культурного обогащения различных языков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Муравьева Н.В.

Язык телевидения – язык улицы? // Русская речь вып.3 / 2000

2. Крысин Л.П.

Литературная норма и речевая практика газет //

Язык современной публицистики. М.: Наука, 2005.

3. Какорина Е.В.

СМИ и Интернет – коммуникация (область пересечения и проблемы взаимодействия) //

Язык современной публицистики М.: Наука, 2005

4. Засурский Я.Н.

Медiateкст в контексте конвергенции //

Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 7.

5. Солганик Г.Я.

О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) //

Язык современной публицистики М.: Наука, 2005

6. Francisco Javier Díes Vegas.

Spanglish / <http://www.ia.uned.es>

7. Дегтяренко Л.В.

Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш - 2007

8. Володина М.Н.

Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание //

Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003

9. Крысин Л.П.

Иноязычные слова в современной жизни //

Русский язык конца XX столетия. - М., 1996.

10. Крысин Л.П.

Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение,
1968

11. Крысин Л.П.

Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни //

Русский язык в школе вып. 6 / 1994

12. Маслов Ю.С.

Введение в языкознание, — М.: "Высшая школа", 1975.

13. Брейтер М.А.

Англицизмы в русском языке: история и перспективы. В.: Диалог 1997

14. Крысин Л.П.

Словообразовательная активность иноязычного слова как один из
критериев его освоения языком //

Слово в современных текстах и словарях М.,2008

15. Степанов Е.Н.

Калькирование с английского языка, как современная тенденция в
процессе заимствования // Новые слова и словари новых слов Л.,1990

16. Крысин. Л.П.

Неологизмы – кальки в современном русском языке //

Вопросы культуры речи. Вып. 4.

17. El Pais, España, 2003.
18. Vogue, España, 2014.
19. www.tendencias.com
20. www.elle.es
21. www.pronto.com
22. www.vogueorheels.com
23. www.revistaohlala.com
24. www.cosmopolitantv.es
25. www.wordans.es
26. www.hola.com
27. www.revistaflm-blog.tumblr.com
28. www.vogue.es
29. www.mujerhoy.com
30. www.entremujeres.claarin.com
31. www.es.revistarusa.net
32. www.elmundo.es
33. www.smoda.elpais.com
34. www.revistavanityfair.es
35. www.maneradevivir.com
36. www.caras.com

37. www.revistabeautyprof.com/es

38. www.es.wikipedia.org

ПРИЛОЖЕНИЯ

В завершение нашей работы мне хотелось бы привести замечательную статью испанского писателя Хулио Льямасареса, опубликованную в газете El País в 2003 году, в которой он со стороны носителя испанского языка самым блестящим образом отвечает на вопрос, является ли процесс заимствования естественным и нормальным в эволюции языков или же это просто потакание капризам моды. Специально для нашей работы мы сделали перевод на русский язык.

"Modernos y elegantes"

Desde que las insignias se llaman *pins*, los maricones *gays*, las comidas frías *lunchs*, y los repartos de cine *castings*, este país no es el mismo: ahora es mucho,

muchísimo más moderno. Antaño los niños leían tebeos en vez de *comics*, los estudiantes pegaban *posters* creyendo que eran carteles, los empresarios hacían negocios en vez de *business*, y los obreros, tan ordinarios ellos, sacaban la fiambarrera al mediodía en vez del *tupper-ware*. Yo, en el colegio, hice *aerobic* muchas veces, pero, tonta de mí, creía que hacía gimnasia. Nadie es realmente moderno si no dice cada día cien palabras en inglés. Las cosas, en otro idioma, nos suenan mucho mejor.

Evidentemente, no es lo mismo decir *bacon* que panceta, aunque tengan la misma grasa, ni vestíbulo que *hall*, ni inconveniente que *handicap*... Desde ese punto de vista, los españoles somos modernísimos. Ya no decimos bizcocho, sino *plum-cake*, ni tenemos sentimientos, sino *fellings*. Sacamos *tickets*, compramos *compacs*, comemos *sandwiches*, vamos al *pub*, practicamos el *rappel* y el *rafting*, en lugar de acampar hacemos *camping* y, cuando vienen los fríos, nos limpiamos los mocos con *kleenex*.

Esos cambios de lenguaje han influido en nuestras costumbres y han mejorado mucho nuestro aspecto. Las mujeres no usan medias, sino *panties* y los hombres no utilizan calzoncillos, sino *slips*, y después de afeitarse se echan *after shave*, que deja la cara mucho más fresca que el tónico. El español moderno ya no corre, porque correr es de cobardes, pero hace *footing*; no estudia, pero hace *masters* y nunca consigue aparcar pero siempre encuentra un *parking*.

El mercado ahora es el *marketing*; el autoservicio, el *self-service*; el escalafón, el *ranking* y el representante, el *manager*. Los importantes son *vips*, los auriculares *walkman*, los puestos de ventastands, los ejecutivos *yuppies*; las niñeras *baby-sitters*, y hasta *nannies*, cuando el hablante moderno es, además, un pijo irredento.

En la oficina, el jefe esta siempre en *meetings* o *brain storms*, casi siempre con la *public-relations*, mientras la *assistant* envía *mailings* y organiza *trainings*; luego se irá al gimnasio a hacer *gim-jazz*, y se encontrará con todas las de la *jet*, que vienen de hacerse *liftings*, y con alguna *top-model* amante de *lyoghurt light* y el *body-fitness*.

El arcaico aperitivo ha dado paso a los *cocktails*, donde se hartan a *bitter* y a *roast-beef* que, aunque parezca lo mismo, engorda mucho menos que la carne. Ustedes, sin ir más lejos trabajan en un *magazine*, no en un programa. En la tele, cuando el presentador dice varias veces la palabra *O.K.* y baila como un trompo por el escenario la cosa se llama *show*, bien distinto, como saben ustedes, del anticuado espectáculo; si el *show* es *heavy* es que contiene carnaza y si es *reality* parece el difunto diario "El Caso", pero en moderno. Entre medias, por supuesto, ya no ponen anuncios, sino *spots* que, aparte de ser mejores, te permiten hacer *zapping*. Estas cosas enriquecen mucho.

Para ser ricos del todo, y quitarnos el complejo tercermundista que tuvimos en otros tiempos, solo nos queda decir con acento americano la única palabra que el español ha exportado al mundo: la palabra *siesta*.

«Модные и элегантные»

С тех пор как *insignas* называются *pins*, *maricones* – *gais*, *comidas frias* – *lunchs*, a *repartos del cine* - *castings*, эта страна уже не та, что раньше: сейчас она стала очень, очень- причём современной. Некогда дети ещё читали *tebeos*, а не *comics*, студенты расклеивали *posters*, полагая, что это *carteles*, бизнесмены вели *negocios* вместо *business*, а простые рабочие в свой обеденный перерыв доставали *fiambreras*, а не *tupper-wares*. Я же, постоянно посещая *aerobic* в студенческие годы, наивным образом полагал, что это была *gimnasia*. Никто из нас не может быть действительно современным, если не произносит сотни английских слов ежедневно, ведь названия вещей на другом языке не могут звучать лучше.

Очевидно, что совсем не одним и тем же будет сказать *bacon* и *panceta*, хотя они и содержат одинаковый процент жиров, или *hall* вместо *vestíbulo* и *handicap* вместо *inconveniente*... С этой точки зрения мы, испанцы, суперсовременный народ. Мы уже не говорим *bizcocho*, теперь это *plum-cake*, у

нас нет *sentimientos*, их заменили *feelings*. Теперь можно пробить *tickets*, купить *compacts*, съесть *sandwich*, пойти в паб, попрактиковать *rappel* и *raffting*, вместо *asampag* поехать на *camping*, а когда настанут холода, на помощь носу всегда придёт *kleenex*.

Такие изменения в языке повлияли на наши привычки и заметно улучшили внешний вид. Женщины больше не носят *medias*, их сменили *panties*, а мужчинам больше не нужны *calzoncillos*, ведь есть *slips*, и *after shave* освежает кожу после бритья гораздо лучше, чем *tónico*. Больше нельзя сказать, что современный испанский язык *corre*, ведь это удел слабых, теперь это *footing*, а в университете не получится *estudiar*, нужно получать *masters*, ну и конечно же просто невозможно *aparcar*, пока не найдёшь табличку с надписью *parking*.

Mercado превратился в *marketing*, *autoservicio* в *self-service*, *escalafón* в *ranking*, а *representante* в *manager*. *Los importantes* теперь *VIP*, *auriculares* – *walkman*, *puestos de venta* – *stands*, *ejecutivos* – *juppies*, *niñeras* – *baby-sitters* и даже *pannies*, потому что современный носитель языка теперь еще и неисправимый модник.

В офисе шеф всегда занят, он ушел на *meeting* или *brain storm*, почти всегда с *public-relations*, в то время как его *assistant* отправляет *mailings* и организует *trainings*; затем он пойдёт в тренажерный зал, где его ждёт *gim-jazz*, и он встретится там с *jet*, что пришли, чтобы сделать *lifting*, и с какой-нибудь *top-model*, поклонницей *yougurt light* и *body-fitness*.

Издавна известный *aperitivo* сделал шаг вперед и теперь зовётся *cocktail*, и хотя кажется, что нет никакой разницы, сказать *bitter* или *roast-beef* вместо *carne*, но на самом деле полнят они гораздо меньше. Теперь, хоть вы никуда и не уезжали, работаете в *magazine*, а не *programa*. На телевидении, когда ведущий несколько раз произносит слово *O.K.* и по сценарию танцует, словно юла, это называется *show*, что, как вы знаете, далеко не то же самое, что *espectáculo*, уже вышедшее из употребления; если *show* можно назвать *heavy*,

значит в нем есть *carpaza*, а если это *realily*, то оно будет похоже на почивший *diario* «El Caso», но современный. В СМИ уже нет *anuncios*, на их месте *spots*, которые, кроме того, что намного продуктивнее, еще и делают возможным *zapping*. Такие вещи очень обогащают нас!

Чтобы быть богатыми во всём и избавиться от комплексов страны третьего мира, которыми мы страдали некоторое время назад, остается только произнести с американским акцентом, пожалуй, единственное слово, которое Испания открыла миру – слово *siesta*.