

RU

Англицизмы тематической группы «Мода» в испанском медийном дискурсе

Ивлиева Е. А.

Аннотация. Цель исследования – выявить основные случаи функционирования англицизмов тематической группы «Мода» в испанском медийном дискурсе. Исследование проводится на обширном современном материале, а именно на материале электронных версий газет El País, El Mundo и ABC за последние пять лет (2018-2023 гг.). Научная новизна работы заключается в комплексном изучении англицизмов тематической сферы «Мода», функционирующих в испанском медийном дискурсе. Впервые было проанализировано употребление англицизмов испанского медиадискурса на всех значимых языковых уровнях (орфографическом, лексическом и грамматическом) в современных испанских печатных изданиях, а также был осуществлен сравнительный анализ лингвистических особенностей англицизмов в трех ведущих печатных СМИ, что послужило основанием для их классификации. Полученные результаты показали, что англицизмы данной тематической рубрики в основном заимствуются напрямую из английского языка без изменения английской графики, с сохранением произношения, близкого к нормам английского языка – первоисточника. Большую часть заимствований составляют существительные, которые встраиваются в испанскую языковую систему путем получения категории рода (несвойственной английскому языку).

EN

Anglicisms of the thematic group “Fashion” in the Spanish media discourse

Ivlieva E. A.

Abstract. The aim of the research is to identify the main cases of the functioning of Anglicisms in the thematic group “Fashion” in the Spanish media discourse. The research is carried out involving extensive modern material, namely the material of the electronic versions of the newspapers El País, El Mundo and ABC over the past five years (2018-2023). The scientific novelty of the work lies in conducting a comprehensive study of the Anglicisms belonging to the thematic sphere “Fashion” functioning in the Spanish media discourse. It is the first time that the use of the Anglicisms of the Spanish media discourse at all significant language levels (spelling, lexis and grammar) in modern Spanish print media has been analysed and a comparative analysis of the linguistic features of Anglicisms in three leading print media has been carried out, which served as the basis for their classification. The research findings showed that the Anglicisms of this thematic group are mainly borrowed directly from English, without changing their English graphics and maintaining pronunciation close to the norms of the original English language. Most of the borrowings are nouns that are embedded in the Spanish language system by obtaining the gender category (uncharacteristic of the English language).

Введение

Данное исследование посвящено изучению функционирования англицизмов в дискурсе испанских СМИ на материале наиболее современной и быстро изменяющейся тематической сферы «Мода». Развитие компьютерных технологий и доступность интернет-ресурсов ускорили глобализацию, что способствовало упрощению межъязыковых контактов. Заимствованная лексика стала проникать в испанский язык из других языков не только через официальные контакты, но и в процессе виртуального общения. В сфере модной индустрии большинство заимствованной лексики появляется из английского или французского языков, однако в данном исследовании мы сфокусируем свое внимание только на заимствованиях из английского языка.

Актуальность данного исследования обуславливается тем, что выбранная сфера испанского медийного дискурса является открытой, современной и постоянно меняющейся системой. Появление новых явлений и заимствованных терминов требует непрерывного изучения. Растет интерес лингвистов и к самому испанскому дискурсу: его характеристикам и особенностям функционирования.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- 1) определить понятия «дискурс» и «медийный дискурс», а также установить особенности испанского медийного дискурса;
- 2) рассмотреть понятие «англицизм»;
- 3) проанализировать англицизмы тематической группы «Мода» в испанском медийном дискурсе.

Для решения поставленных задач нами были использованы следующие методы исследования: метод сплошной выборки, статистический метод, метод обобщения фактов, метод классификации и метод лингвистического анализа.

Объектом исследования является испанский медийный дискурс. Предметом – функционирование англицизов тематической группы «Мода» в испанском медийном дискурсе.

Материалом для статьи послужили электронные версии популярных испаноязычных газет El País, El Mundo и ABC за последние пять лет (2018-2023 гг.).

Теоретическая база исследования основывается на научных трудах как отечественных, так и зарубежных ученых-лингвистов по дискурсу (Арутюнова, 2002; Gutierrez Vidrio, 2010; Добросклонская, 2014; Ермакова, 2021; Календр, 2016; Ларионова, 2015; Попов, 2001), а также по проблеме англицизов (Бердникова, 2004; Lorenzo, 1987; López Morales, 1987; Vázquez Amador, 2011).

В контексте изучения дискурса моды мы опирались на работы следующих современных исследователей (Аракелова, 2014; Косицкая, 2014; Лысова, Горшунов, 2017).

Практическая значимость данной работы состоит в том, что материалы исследования могут быть использованы при разработке лекционных курсов и лабораторных занятий по дисциплинам «Межкультурная коммуникация», «Лексикология» и «Лингвокультурология».

Обсуждение и результаты

Определение понятий «дискурс» и «медийный дискурс»

Еще в начале 70-х годов ученые подняли вопрос о разграничении понятий «текст» и «дискурс». Однако до сих пор эта проблема является актуальной и спорной в современной лингвистике.

Значительный вклад в разграничение данных понятий внес ученый А. Ю. Попов. Проанализировав его работу «Основные отличия текста от дискурса», можно выделить следующие характеристики дискурса в противоположность тексту: спонтанность и динамичность, нацеленность на проявление реакции собеседника, ориентация на живую аудиторию, неограниченность в плане выбора вербальных и невербальных средств, принадлежность конкретной ситуации (Попов, 2001).

Как отмечает Л. В. Ермакова, «некоторые лингвисты трактуют дискурс как подчеркнуто интерактивный способ речевого взаимодействия, в противовес тексту, обычно принадлежащему одному автору» (2021, с. 7).

Н. Д. Арутюнова под дискурсом понимает «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными и другими факторами... текст, взятый в событийном аспекте» (2002, с. 137).

Медийный дискурс, или медиадискурс, представляет собой разновидность дискурса. По мнению Т. Г. Добросклонской, «медиадискурс представляет собой не что иное, как совокупность текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации» (2014, с. 182). Автор также отмечает, что «медиадискурс – это не только вербальное сообщение плюс медиаканал, но и все экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания медиасообщения, его получателя, обратной связи, культурообусловленных способов кодирования и декодирования, социально-исторического и политико-идеологического контекста» (Добросклонская, 2014, с. 182).

Таким образом, можно сделать вывод, что медийный дискурс – это не только текст, но еще и канал передачи информации. По мнению С. Гутьеррес Видрио, «предмет медиадискурса – это не только освещаемые события и факты, но и инструменты и методы их распространения» (Gutierrez Vidrio, 2010, p. 172).

А. А. Календр (2016, с. 326) выделяет основные функции медийного дискурса: воздействие на аудиторию, ее информирование и развлечение.

Т. Г. Добросклонская отмечает, что «одним из важнейших свойств медиатекстов является их “нелинейность”, иначе говоря, наличие сложной многоуровневой структуры, при которой текст развивается одновременно в нескольких измерениях: вербальном, медийном и гипертекстуальном, за счет выстраивания межтекстовых связей в интернет-пространстве» (2014, с. 182).

В нашем исследовании под термином «медийный дискурс» будет подразумеваться совокупность текстов, функционирующих в средствах массовой коммуникации с их экстралингвистическими, социокультурными и другими факторами, а также канал передачи информации.

Особенности испанского медийного дискурса

Испанский медийный дискурс, помимо общих тенденций построения медиатекстов, имеет также отличительные черты, связанные с языковыми нормами и особенностью менталитета испаноязычных народов.

М. В. Ларионова (2015) выделяет следующие особенности испанского медийного дискурса:

- 1) отклонение от лингвистической нормы на всех языковых уровнях;
- 2) использование разговорно-бытовой лексики для достижения эффекта близости с читателем;
- 3) клишированность для экономии времени;
- 4) стремление к гендерному равенству (использование парных существительных мужского и женского рода, а не обобщение по мужскому роду);

- 5) активное использование настоящего времени для создания эффекта присутствия;
- 6) стремление к лингвистической экономии;
- 7) мода на заимствование из английского языка (даже при наличии исконного термина на родном языке).

По нашему мнению, испанский медийный дискурс находится в стадии выработки норм и говорить об устойчивых тенденциях еще преждевременно, можно только установить те закономерности, которые существуют на данном этапе анализа. Изучение этого феномена представляется нам актуальным и важным для лингвистики.

Понятие «англицизм»

Следует отметить, что в разные периоды истории испанский язык пополнялся иноязычной лексикой из разных языков. В период технологического прогресса и доступности интернет-ресурсов появление иноязычных терминов стало носить лавинообразный характер. Борьба с таким феноменом было невозможно, так как продукты и явления перенимались уже с готовым наименованием, закрепившимся в сознании массового пользователя. Компьютерная техника, современные гаджеты и технологии в основном появлялись из англоговорящих стран и сразу становились популярными повсеместно. Например, *web* – «веб», *hashtag* – «хештег», *online* – «онлайн» и др.

Заемствование из английского языка принято называть англицизмом. Л. П. Бердникова (2004) определяет «англицизм» как прямое или косвенное влияние английского языка на фонетические, лексические и синтаксические структуры другого языка и объединяет под этим термином: прямые заимствования, семантические и словообразовательные кальки (а также окказиональные термины и терминологические словосочетания).

У. Лопес Моралес считает, что англицизм – это любое слово из английского языка, которое прямым или косвенным путем попало в испанский и форма которого сохранилась неизменной или претерпела фонетические или графические изменения, сохранив при этом свое значение. Такое определение учитывает не только путь проникновения, но и процесс ассимиляции англицизма в принимающем языке (López Morales, 1987).

Существуют различные классификации англицизмов. В нашем исследовании мы будем придерживаться классификации, предложенной Э. Лоренсо, в рамках которой он предлагает разделить все англицизмы на пять групп: непосредственно англицизмы, англицизмы в состоянии акклиматизации, ассимилированные англицизмы, кальки и семантические кальки (Lorenzo, 1987).

Под непосредственно англицизмами ученый понимает слова и словосочетания, напрямую заимствованные из английского языка с сохранением графики и произношения близкими к нормам английского языка.

Англицизмы в состоянии акклиматизации проходят адаптацию к нормам испанского языка. Как правило, это происходит за счет удаления двойных согласных или несвойственных испанскому языку букв *w* и *k*.

Ассимилированные англицизмы функционируют в испанском языке как исконные испанские слова: существительные образуют множественное число по нормам испанского языка, согласуются с прилагательными, приобретают категорию рода, могут образовывать новые слова.

Кальки или семантические кальки подразумевают под собой испанские выражения, которые приобретают новое значение, пришедшее из английского языка. По мнению М. Васкес Амадор, под кальками стоит понимать слова, которые выражают отсутствующие в принимающем языке на момент заимствования понятия: *goalkeeper* (*guardameta*) – голкипер (Vázquez Amador, 2011, p. 157).

Несмотря на то, что классификация, предложенная Э. Лоренсо, была разработана еще в прошлом веке, нам она кажется достаточно подробной и наиболее подходящей для нашего исследования.

Англицизмы тематической группы «Мода» в испанском медийном дискурсе

Тема моды и красоты является очень важной для современной Испании: испанские марки одежды известны во всем мире, крупные испанские издания ведут рубрику «Мода», популярную среди читателей, консорт-королева Испании Летиция ежегодно признается иконой стиля.

Международная торговля, конкурсы дизайнеров, модные дефиле, дипломатические контакты поддерживают международные отношения и укрепляют интернациональные связи, что еще больше способствует проникновению иностранных заимствований.

В процессе работы над исследованием нами было рассмотрено и проанализировано более 100 статей из трех ведущих испанских СМИ: *El País* (35 статей), *El Mundo* (35 статей) и *ABC* (35 статей).

Методом сплошной выборки были выделены англицизмы с учетом повторений (398 примеров) и без учета повторений (134 примера).

В дальнейшем был проведен количественный анализ англицизмов с точки зрения распределения по частям речи, а также сравнительный лингвистический анализ всех найденных англицизмов в трех ведущих печатных СМИ. На последнем этапе была осуществлена классификация англоязычных заимствований по степени их ассимиляции. Благодаря подсчетам мы отобрали самые частотные слова и словосочетания в сфере «Мода».

В испанском медийном дискурсе в тематической группе «Мода» основным видом англицизмов являются прямые заимствования, или непосредственно англицизмы. Слова заимствуются напрямую из английского языка без графических и акустических изменений.

“Un clásico atemporal e imprescindible para el fondo de armario de la temporada de otoño son los abrigos de paño, una prenda de ropa que nunca pasa de moda, que estiliza la figura y perfecta para conseguir un *look* más elegante” (Pérez Miranda P. Los mejores abrigos de paño para mujer // *El País*. 26.10.2022. URL: <https://elpais.com/escaparate/2022-10-26/los-mejores-abrigos-de-pano-para-mujer.html>). / «Вечной классикой и неотъемлемой частью осеннего гардероба являются тканевые пальто, предмет гардероба, который никогда не выходит из моды, подчеркивает фигуру и идеально подходит для создания более элегантного образа» (здесь и далее – перевод автора статьи. – Е. И.).

Прямые заимствования из английского языка во всех трех изученных изданиях выделяются в тексте: курсивом – в El País, жирным текстом – в El Mundo и разнородно – в ABC (иногда курсивом, а иногда жирным текстом). El Mundo также в отдельных случаях берет прямое заимствование в одинарные кавычки.

“Las faldas con lentejuelas son un **‘must’** en Navidad” (Elige las faldas y pantalones de lentejuelas que te harán brillar en Navidad // El Mundo. 19.10.2022. URL: <https://www.elmundo.es/yodona/moda/2022/10/19/634fac50fc6c83bc3f8b45d6.html>). / «Юбки с пайетками – обязательный *маст хэв* Рождества».

Большинство заимствованных слов – это существительные. В процессе исследования было выявлено 99 примеров употребления англицизмов-существительных (74%).

Англицизмы-существительные, несмотря на то что сохраняют графику и произношение, типичные для английского языка, легко встраиваются в испанскую грамматическую систему. Существительные получают категорию рода (чаще всего закрепляясь в мужском роде), согласуются с прилагательным, образуют множественное число. Например, “todo armario necesita unas zapatillas clásicas para completar los looks más casuales” – «в каждом гардеробе должны быть классические кроссовки, чтобы завершить повседневный образ»; “con todos estos diseños te asegurarás un look perfecto” – «с этим дизайном вы обеспечите идеальный внешний вид», “Las gabardinas son un imprescindible en cualquier look otoñal, y es que son perfectas para combatir el mal tiempo con elegancia y comodidad, gracias a sus tejidos impermeables” – «Тренчи – неотъемлемая часть любого осеннего образа, они идеально подходят для борьбы с непогодой элегантно и с комфортом благодаря водонепроницаемым тканям».

На втором месте по частоте употребления встречаются прилагательные. Всего было выявлено 25 примеров, что составляет 19%.

“Aunque el terciopelo sea un tejido asociado a la época invernal, se puede llevar todo el año si se trata de una tela fina en un tono **‘trendy’...**” (10 vestidos de invitada de boda de otoño de Zara que te pondrás todo el año // El Mundo. 08.11.2022. URL: <https://www.elmundo.es/yodona/moda/2022/11/08/6367814bfc6c83cd318b4594.html>). / «Хотя бархат и ассоциируется с зимним сезоном, его можно носить круглый год, если это тонкая ткань “модного” тона...».

Примеры употребления глаголов единичны. Всего было найдено 8 глаголов, что составляет 6% от всей выборки, к тому же была замечена тенденция к употреблению глаголов в качестве существительных. Например, “con efecto *push up*” – «с эффектом *пуш-ап*», “Los *must have* de este verano” – «*маст хэв* этого лета».

Менее одного процента составляют слова других частей речи (наречия, междометия и числительные). Например:

“Allí es donde han mostrado su última propuesta para la próxima primavera-verano; una **inspiración ‘sixties’** que entronca con la libertad y la fuerza de la mujer, con la sensación de que, al menos en el vestir, todo es posible” (Pérez Méndez M. J. Yolanda Pérez, de Yolancris: “Las influencers y las celebrities no escogen vestidos muy extraños, escogen vestidos que les sienten bien” // El Mundo. 07.11.2022. URL: <https://www.elmundo.es/yodona/moda/2022/11/07/6363c71afdddfb17c8b4589.html>). / «Именно там они показали свое последнее предложение на следующую весну-лето; вдохновение *шестидесятых*, которое связано со свободой и силой женщин, с ощущением, что, по крайней мере, в одежде возможно все».

Для наглядности все примеры представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Классификация англицизмов по частям речи

Вид англицизма	Пример	Перевод
1. Англицизмы-существительные	Existen muchos tipos de prendas de vestir para cada <i>outfit</i> , aunque si nos referimos a un <i>look</i> para la oficina o una reunión de trabajo, los pantalones de vestir no pueden faltar en tu fondo de armario.	Есть много типов одежды для каждого ансамбля, хотя, если мы говорим об образе для офиса или рабочей встречи, классические брюки должны обязательно присутствовать в вашем гардеробе.
2. Англицизмы-прилагательные	Con un diseño muy favorecedor, este modelo pensado para estilizar la figura garantizará un estilismo moderno y <i>cool</i> durante las jornadas de playa o piscina.	Эта модель с очень привлекательным дизайном, разработанная для подчеркивания фигуры, гарантирует современный и классный образ во время отдыха на пляже или у бассейна.
3. Англицизмы-глаголы (следует отметить, что английские глаголы используются в испанском языке как существительные)	Las botas negras son uno de los <i>must</i> a la hora de elegir un tipo de calzado, tanto por su color neutro que combina con todo, como por el tipo de zapato (ergonómico, resistente y perfecto para todo tipo de suelos).	Черные сапоги являются одним из обязательных элементов при выборе типа обуви, как из-за нейтрального цвета, который сочетается со всем, так и из-за типа обуви (эргономичной, устойчивой и идеально подходящей для всех типов поверхностей).

На последнем этапе анализа нами были выявлены самые часто употребляемые прямые заимствования. В печатном издании El País такими словами являются существительные *look* – «образ» (27 случаев употребления), *oversize* – «одежда свободного кроя» (12) и *influencer* – «блогер, пользующийся авторитетом» (10). В газете El Mundo – это слова *look* – «образ» (20), *outfit* – «ансамбль» (15) и *top* – «верх» (12). В печатном издании ABC – это *look* – «образ», *oversize* – «одежда свободного кроя» (25), *outfit* – «ансамбль» (8).

Заключение

Таким образом, в результате анализа тематической сферы «Мода» в испанском медийном дискурсе были сделаны следующие выводы:

1. Для испанского медийного дискурса характерно употребление заимствований из английского языка.

2. В рубрике «Мода» употребляется большое количество (398 примеров) англицизмов, заимствованных из английского языка напрямую, без изменений графики и произношения. Наиболее часто заимствуются существительные, которые подключаются к испанской грамматической системе за счет появления категории рода, согласования с прилагательным и употребления с артиклем.

3. Самыми часто встречающимися англицизмами являются следующие: *look* – «образ», *oversize* – «одежда свободного кроя», *outfit* – «ансамбль», *influencer* – «блогер, пользующийся авторитетом», *top* – «верх». Одна из отличительных особенностей испанского медийного дискурса сферы «Мода» – прием конверсии – использование заимствованных глаголов в качестве существительных.

Модная сфера является наиболее подвижной и быстроменяющейся. Лексика быстро появляется в медийном дискурсе и так же быстро устаревает, поэтому требует постоянного изучения.

Перспективы дальнейшего исследования усматриваются в русле расширения тематических групп англицизмов с привлечением большего корпуса примеров из испанского медийного дискурса.

Источники | References

1. Аракелова А. Р. Дискурс моды как объект лингвистического моделирования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 10-2 (40).
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Большая Российская энциклопедия, 2002.
3. Бердникова Л. П. Контакты английского и испанского языков: учеб. пособие. Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2004.
4. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2014. № 13 (184). Вып. 22.
5. Ермакова Л. В. Дискурсивный анализ: современные подходы: учеб.-метод. пособие. Благовещенск: Амурский государственный университет, 2021.
6. Календр А. А. Медийный дискурс как преобразование информации // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 5 (60).
7. Косицкая Ф. Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2014. № 4 (145).
8. Ларионова М. В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?: монография. М.: МГИМО-Университет, 2015.
9. Лысова А. И., Горшунов Ю. В. Новые слова моды и гламура в английском языке // Альманах мировой науки. 2017. № 4-1 (19).
10. Попов А. Ю. Основные отличия текста от дискурса // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2001.
11. Gutierrez Vidrio S. El poder del discurso periodístico // Comunicación y sociedad. 2010. Vol. 25.
12. López Morales H. Anglicismos léxicos en el habla culta de San Juan de Puerto Rico // Lingüística Española Actual. 1987. № 9.2.
13. Lorenzo E. Anglicismos en la prensa // Primera reunión de Academias de la Lengua Española sobre el lenguaje y los medios de comunicación. Madrid: Real Academia Española, 1987.
14. Vázquez Amador M. El Inicio de los Anglicismos en la Prensa Mexicana: la Gazeta de México (1774-1809) // Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey. 2011. № 31-32.

Информация об авторах | Author information



Ивлиева Елена Алексеевна¹, к. филол. н., доц.

¹ Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург



Ivlieva Elena Alexeevna¹, PhD

¹ Herzen State Pedagogical University, St. Petersburg

¹ elena.ivlieva@gmail.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 08.04.2023; опубликовано online (published online): 05.09.2023.

Ключевые слова (keywords): англицизм; заимствование; ассимиляция; медийный дискурс; испанский язык; Anglicism; borrowing; assimilation; media discourse; Spanish language.