

# РОМАНО-ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

## АНГЛИЦИЗМЫ В ИСПАНСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛАХ

Н.А. Кулешова

Кафедра иностранных языков  
Филологический факультет  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198*

Статья посвящена анализу употребления англицизмов в испанских гламурных и глянцевого женских журналах.

**Ключевые слова:** англицизм, английские заимствования, женские печатные СМИ, испанский язык.

Современное состояние испанского языка выявляет новые перспективы и ракурсы исследования. Важнейшие проблемы испанского языкознания рассматриваются в работах ведущих российских и зарубежных испанистов, таких как Г.В. Степанов [3; 4], В.С. Виноградов [2], Н.М. Фирсова [6], Н.Ф. Михеева [5], Х.Г. Капус [7], В.Г. Йебра [9], Х.Г. Морено де Альба [10] и др.

В настоящее время одной из главных проблем языкознания и культуры речи является приток английских слов, выражений, синтаксических конструкций во многие языки мира.

Превосходство технологии и экономики США, рост международных контактов, рост туризма, и, наконец, англосаксонский культурный престиж явились причиной столь серьезной экспансии английского языка (в основном в его американском варианте) в другие языки. Испанский язык не стал исключением.

Одним из основных проводников английской заимствованной лексики являются печатные СМИ, в том числе и женские гламурные и глянцевые журналы, обложки которых в настоящее время почти не обходятся без «модного» иностранного слова или выражения.

Под глянцевым журналом обычно понимают престижный иллюстрированный журнал, рассчитанный на покупателя с уровнем дохода выше среднего. Глянцевая бумага является не только атрибутом, но и непременной необходимостью для такого журнала, печатающего высококачественные фотографии, иллюстрации

и рекламу элитной продукции, что обязательно для издания с миссией формировать вкус и стиль своих читателей.

Главное отличие гламурного журнала от глянцевого заключается в составе рекламируемых в них товаров и более сдержанном тоне публикаций. В Испании издания такого типа принято называть «*revistas femeninas de alta gama*». Данный тип изданий следует отличать от так называемой «*prensa rosa*», «*prensa del corazón*», «*prensa del hígado*» или «*prensa de la farándula*», главной темой которых является личная и общественная жизнь известных людей.

Статьи глянцевого издания, призванные пропагандировать новые модные тенденции в одежде, пестрят огромным количеством «модных» английских слов и выражений. Наши наблюдения позволяют подразделить используемые в испанской гламурной прессе англицизмы на семь тематических групп.

### **1. Мода:**

- 1.1. наименования предметов гардероба: *jeans, blazer, top, trench, shorts, leggings, oversize*;
- 1.2. наименования тканей: *denim, stretch, tweed*;
- 1.3. названия стилей в одежде: *casual, baby-doll, sporty, college, vintage, preppy*;
- 1.4. наименования декольте: *strapless, halter*;
- 1.5. другая лексика, имеющая отношение к моде: *fashion, in, trendy, must, mix, outfit*.

### **2. Красота:**

- 2.1. наименования предметов декоративной косметики: *make-up, gloss, eyeliner*;
- 2.2. лексика, связанная с уходом за кожей: *lifting, peeling*;
- 2.3. лексика, характеризующая внешний вид женщины: *look, sexy*.

### **3. Спорт:**

- 3.1. наименования различных видов спорта: *snowboarding, freestyle*;
- 3.2. англицизм *fitness*.

### **4. Культура:**

- 4.1. лексика, связанная с музыкой: *pop-rock, hit, single, dj*;
- 4.2. лексика, связанная с миром кино и литературы: *film, thriller, western, best-seller, remake, blockbuster*;
- 4.3. лексика, связанная с миром развлечений: *club, clubbing, party, show, performance*.

### **5. Жизнь представителей высшего общества:**

- 5.1. наименования представителей «элиты»: *celebrity, vip, jet set, fashionista, it*;
- 5.2. лексика, характеризующая стиль жизни «элиты»: *glamour, shopping*;

### **6. Оценочная лексика: cool, boom, top, light.**

### **7. Интернет: web site, networking, head hunting, blog, e-mail, online.**

В женской прессе Испании встречаются англицизмы, занесенные во все словари испанского языка (*glamour*), заимствования, зафиксированные только в словарях узуса (*make-up*), а также слова, которые не занесены ни в один испанский словарь (*oversize*).

В гламурных и глянцевых журналах употребляются как «оправданные» заимствования, то есть те, которые не имеют эквивалента в испанском языке, или же в его роли выступает описательное выражение (*top*), так и «неоправданные» англицизмы, то есть те, которые имеют абсолютный испанский эквивалент, обладающий всеми коннотациями, что и данное заимствование (*dress*). Кроме того, в текстах статей рассматриваемых журналов можно встретить так называемые «кальки» — заимствование не слова, а его значения. Ярчайшим примером является чрезвычайно часто употребляющееся прилагательное «*casual*». Это слово всегда существовало в испанском языке. В словаре Королевской академии оно имеет два значения: «1. adj. Que sucede por casualidad 2. adj. Gram. Perteneciente o relativo al caso» (1. Случайный 2. Падежный). Однако, в гламурных журналах прилагательное *casual* употребляется в одном из его «английских» значений «повседневный», «непарадный», т.е. развивает новое значение под влиянием своего английского паронима. Об этом говорится и в словаре *Diccionario panhispánico de dudas*, где настоятельно рекомендуется не употреблять данное слово в вышеуказанном значении: «Debe evitarse su uso con los sentidos de ‘informal’ y ‘esporádico u ocasional’, calcos semánticos censurables del inglés *casual*». Несмотря на это данное заимствование является одним из самых главных в языке модных журналов Испании.

Unos pertenecen a la ropa *casual* y otros hasta puedes lucirlos para salir por la noche (*Cosmopolitan* marzo, 2008).

...y si vas deslizando por la nieve, hazlo en clave casual (*Elle* enero, 2008).

Анализируя тексты испанских женских журналов, нельзя не обратить внимания и на факт использования не только отдельных английских слов, но словосочетаний, а порой и целых фраз на английском языке.

...pero se centra en el proceso de la creación, en el «work in progress», en cómo el simple tamaño o forma de las letras puede llegar a explicar un texto, a darle tres dimensiones (*Vogue* enero, 2008).

Vajillas *very British*, cuadros vichy, sillas *made in sixties*... Son los estampados estrella de esta marca de ropa y complementos (*Glamour* febrero, 2008).

Также отметим, что в испанских гламурных и глянцевых изданиях для женщин названия американских фильмов, песен, книг, различных мероприятий, таких как вручение премий, концерты, выставки, обычно приводятся по-английски. При этом переводом данные названия сопровождаются исключительно редко. Кроме того, названия всех торговых марок и брендов также сохраняют свое исходное написание.

¿Un ejemplo? *Video killed the radio star* es el *One Hit Wonder* por antonomasia. (*Vogue* enero, 2008).

Por aquel entonces, ella acababa de ser elegida *Look of the Year* por la agencia Elite y su carrera como modelo no había hecho más que empezar (*Elle* enero, 2008).

Chaqueta blanca de manga corta, HUGO BOSS... (*Telva* marzo, 2008).

Интересно, что имена американских знаменитостей также сохраняют английскую графику и значение соответствующих лексем.

Rachel Zoe — que también es responsable del *look* de jóvenes actrices como Keira Knightley, Mischa Barton o Lindsay Lohan — se dio media vuelta y preguntó a quienes la rodeaban (*Vogue* enero, 2008).

Кроме того, в испанских гламурных и глянцевого изданиях встречаются как ассимилированные, так и неассимилированные английские заимствования. Многие лингвисты (и в частности акад. Г.В. Степанов) [3; 4] различают среди заимствований неологизмы (*neologismos*) и так называемые «иностранные», «чужие» слова (*extranjerismos*). Английские заимствования различаются по степени адаптации в испанском языке. Так, «иностранные» слова характеризуются отсутствием всех видов адаптаций, они не являются элементами испанской лексической системы. В письменную речь такие слова обычно вводятся курсивом или ставятся в кавычки. Неологизмы же характеризуются большей или меньшей степенью ассимиляции. Эти слова уже стали элементами лексической системы испанского языка. Необходимо иметь в виду, что основным показателем усвоения заимствованного слова языком-реципиентом является его способность к словообразованию. Интересно, что количество употребляемых на страницах испанских женских изданий «иностранных» слов и выражений (то есть неассимилированных заимствований) значительно превышает количество адаптированных слов. Как правило, в тексте статей данного типа неассимилированные заимствования естественно сохраняют английскую графику и выделяются курсивом, то есть редакторы дают читательницам понять, что то или иное слово или выражение является элементом другого языка.

Y digo tipo porque hace mucho tiempo que la *jet* — como término creado por Igor Cassini que definía a un grupo de personas adineradas que disfrutaban de la vida viajando — ha desaparecido y ha dado paso a la *beautiful people*. Un reducto de celebrities más preocupadas por el *shopping* que por las pistas en sí (*Vogue*, enero 2008).

StressEraser es el nombre del nuevo ídolo americano, un pequeño *gadget* que — a partir de la técnica del *biofeedback* — revierte los efectos del *ergotropic tuning*, un proceso biológico responsable de la respuesta nerviosa al estrés (*Vogue*, enero 2008).

Необходимо отметить, что таким образом неассимилированные заимствования выделяются непосредственно в тексте статей. Однако «иностранные» слова в рассматриваемых нами журналах очень часто употребляются в заголовках, которые целиком выделяются жирным шрифтом. В этом случае иностранное заимствование уже не имеет никаких знаков отличия на письме. Например, в журнале *Elle*, enero 2008 можно встретить следующие заголовки, выделенные жирным шрифтом:

**Siempre en business**  
**INGLES Y RELAX**  
**MADE IN SPAIN**  
**THE SPANISH CONNECTION**

Практически все статьи в женских гламурных или глянцевых журналах снабжены не только заголовком, но и подзаголовком, который уже выделяется другим шрифтом, не таким жирным и на несколько пунктов меньшим, нежели шрифт заглавной строки. В большинстве случаев употребленные в тексте подзаголовка англицизмы никак не маркируются. Например, подзаголовки в журнале *«Vogue»* обычно оформляются следующим образом:

Con firmas como Puccio Moncler, tejidos high tech, y las celebrities de cómplices, este look arrasa dentro y fuera de pista (*Vogue*, enero 2008).

En los 60, el look ski se sofisticó con la línea COUTURE FUTURE de COURRE-GENES y sus primeros leggings (*Vogue*, enero 2008).

Однако иногда заимствованные слова, использованные в подзаголовках, ставятся в кавычки.

¿quién dijo que el «jean» era el rey del «casual»? ahora cambia su rol con un séquito de lentejuelas, piezas metálicas y escamas doradas (*Elle*, enero 2008).

Transforma tus pesadillas en historias con «happy end» (*Cosmopolitan mini*, marzo 2008).

В рассматриваемых нами журналах публикуется особый вид журнальных статей — интервью. В некоторых изданиях (*Vogue*, *Elle*, *Glamour*) этот публицистический жанр оформляется следующим образом: печатается вопрос журналиста, который выделяется жирным шрифтом, и затем ответ интервьюируемого, который печатается обычным шрифтом. То есть мы можем сделать вывод, что графическое выделение англицизмов составляет особенность их современного функционирования в испанском языке. Зачастую журналисты в своих вопросах употребляют заимствованную лексику, в том числе и неадаптированную, т.е. ту, которую принято выделять курсивом. Однако в ряде случаев в вопросительных высказываниях в интервью этого не происходит, так же как и в заголовках, выделенных жирным шрифтом. Такой стратегии придерживаются, например, журналы *Vogue* и *Elle*.

**Antes de empezar a rodar la película, Alex de la Iglesia escribió en su blog: «Para los que han leído el libro, la pregunta es «¿quién hara de Sildom?» ¿Estás de acuerdo, John, con el hecho de que tu personaje sostiene el peso de la película?»** (*Vogue*, enero 2008)

Данная стратегия, однако, не является общей тенденцией для всех исследуемых журналов. Например, в интервью в журналах *«Glamour»* и *«Telva»*, несмотря на то что вопросы журналиста выделяются жирным шрифтом, используемые в них неассимилированные заимствования также выделяются и курсивом.

**En este tour has interpretado temas de Brave. ¿Qué añade este último disco a tu carrera?** (*Glamour*, febrero 2008).

**¿Cuántos jeans tienes?** (*Telva*, marzo 2008).

Кроме того, необходимо отметить, что зачастую «неассимилированные англицизмы-слова» выносятся на обложки глянцевого и гламурного изданий для женщин. При этом, поскольку это обложка, они печатаются очень большим шриф-

том, выделяются различными яркими цветами. И, таким образом, на глянцевой обложке журналов не существует «иностранных» слов и выражений, следовательно, такие фразы, как «169 looks estilo que enamora» (*Glamour*, febrero 2008) или «un sexy glorioso +27 prendas que calientan tu look» (*Vogue*, enero 2008) должны восприниматься не только читательницами данных изданий, но и людьми, которые видят их на прилавках журнальных киосков, как испанские выражения.

Наряду с большим количеством «иностранных» слов и выражений в испанских гламурных и глянцевых журналах употребляются и «неологизмы», то есть слова, уже частично или полностью адаптированные в языке-реципиенте (испанском). Интересно, что в тексте статей эти слова и выражения могут как выделяться курсивом, так и не быть маркированными. Причем одно и то же заимствованное из английского языка слово в одном и том же журнале в одной статье выделяется, а в другой нет, т.е. на сегодняшний день нельзя говорить об окончательном статусе данных заимствований.

Примером может служить слово «*glamour*». В настоящее время этот англицизм широко распространен во многих языках мира, в том числе в русском и испанском. Английское слово «*glamour*» происходит от шотландского слова, обозначавшего колдовство. Оно произошло от «*grammar*», а «*grammar*», в свою очередь — от слова «*grammatica*». Им в Средние века обозначали оккультные науки, которые ассоциировались с грамотностью. В настоящее время этот англицизм занесен во все словари испанского языка, в том числе и в словарь Королевской академии «*DRAE*», где имеет следующую дефиницию: «*encanto sensual que fascina*». Несмотря на то что употребление данного заимствования является неоправданным, так как в испанском языке ему существуют эквиваленты (например, «*encanto*»), оно чрезвычайно часто встречается в рассматриваемых нами журналах. Испанский лингвист Х.А. Эрнандес Герреро (José Antonio Hernández Guerrero) [8] считает данное слово одним из самых модных в современном испанском языке, в основном среди известных людей. В такой популярности данного термина Х.А. Эрнандес Герреро обвиняет теле- и радиопрограммы, а также различные печатные СМИ, в том числе и гламурные журналы. Кроме того, Х.А. Эрнандес Герреро говорит об огромном влиянии на распространение английского слова «*glamour*» венесуэльского журналиста Бориса Родольфо Исагирре (Boris Rodolfo Izaguirre), который в своей книге «*Morir de Glamour*» попытался объяснить настоящее значение данного термина и причины столь большой его популярности среди потребительского общества. Ссылаясь на венесуэльского журналиста, Х.А. Эрнандес Герреро определяет гламур как «*una manera atractiva, despreocupada, radiante y gozosa de atraer la atención en la sociedad consumista*» [8. С. 236].

В современном испанском языке слово «*glamour*» приобрело достаточно высокую степень адаптации. Об этом свидетельствует продуктивность данного заимствования, например, образованное от него прилагательное «*glamouroso*», которое также фиксируют все испанские словари и которое также чрезвычайно часто употребляется в гламурной прессе Испании. Интересно отметить, что по правилам испанской фонетики данное прилагательное должно было бы произно-

ситься как [*glamouroso*], однако распространено его английское произношение, т.е. [*glamuroso*]. То же самое касается и существительного «*glamour*». Поэтому испанские словари, и в частности словарь «*DPD*», рекомендуют следующее написание данных слов: «*glamur*» и «*glamuroso*». Но в рассмотренных нами журналах на бесчисленное количество употреблений данных слов в их исходном написании через *ou* нам встретилось только одно рекомендованное испанскими словарями написание.

«Investigamos la cultura del *glamour* de aquellos años y lo primero que percibimos fue la naturalidad en el desarrollo da la forma» (*Vogue*, enero 2008).

El maquillaje de este imagen es sexy y glamouroso a la vez (*Glamour*, febrero 2008).

Te sacarán a ti y a tus amigas de un apuro y serán un complemento do lo más glamuroso (*Elle*, enero 2008).

Интересно рассмотреть слово «*glamour*» в соответствии со стадиями адаптации, которые приводит В.М. Аристова [1], а именно стадиями «проникновения», «периодом заимствования» и этапом «ускорения». Языковой материал показывает, что слово «*glamour*», еще не полностью пройдя первые две стадии, для которых в первую очередь характерно приближение фонемно-графического оформления слова к нормам языка-реципиента (а слово «*glamour*», как было сказано выше, до сих пор сохраняет графику английского языка), данное слово уже проходит последнюю стадию адаптации.

Для третьего, последнего, этапа ассимиляции иноязычного слова в языке характерно использование широких возможностей внутриязыковой эволюции, в том числе и возможность словообразования. Кроме прилагательного «*glamouroso*», словарь англицизмов фиксирует и глагол «*glamourizar/glamurizar*», который употребляется крайне редко, однако существует. Тем не менее, несмотря на довольно высокую степень адаптации, слово «*glamour*» в испанских гламурных и глянце-вых журналах нередко выделяется курсивом, в то время как прилагательное «*glamouroso*» («*glamuroso*»), выделенное курсивом, в рассмотренных нами журналах нам не встретилось ни разу.

Recreamos un clave de moda el estilo de una mujer que derrochó *glamour*... (*Telva*, marzo 2008).

Para muchas mujeres es lo más en *glamour*... (*Telva*, marzo 2008).

Говоря об англицизме «*glamour*», следует остановиться и на слове «*glam*». Оно происходит от английского «*glamorous/glamorous*» и проникло во многие языки мира через музыкальное направление «*glam-rock*», которое зародилось в Британии в начале 70-х годов. В настоящее время «*glam*» — это еще и стиль в одежде, который возник благодаря глэм-року.

¿A quién no le apetece, aunque sólo sea por una vez, transformarse en la reina del *glam*? (*Vogue*, enero 2008).

Итак, редакторы испанских женских журналов не следуют определенной политике в отношении оформления в текстах статей «иностранных слов» и «неологизмов». Любое как адаптированное, так и неассимилированное в испанском

языке заимствование может встречаться как оформленное различными способами, что зачастую происходит на страницах одного и того же издания. По сведениям информантов, многие англицизмы, даже те, которые занесены во все словари испанского языка, не употребляются в ситуации обычного общения. Во многом их употребление в гламурных журналах связано со следованием речевой моде. Такие заимствования являются неким «профессиональным слэнгом» определенной группы людей, связанных с индустрией моды, а также представителей высшего общества.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Аристова В.М.* Англо-русские контакты (англицизмы в русском языке). — Л.: Наука, 1978.
- [2] *Виноградов В.С.* Лексикология испанского языка: Учебник. — 2-е изд, испр. и доп. — М.: Высшая школа, 2004.
- [3] *Степанов Г.В.* Испанский язык в странах Латинской Америки. — М.: Высшая школа, 1963.
- [4] *Степанов Г.В.* К проблеме языкового варьирования. — М.: Наука, 1979.
- [5] *Михеева Н.Ф.* Испанский язык и межкультурная коммуникация. — М.: Изд-во «Книжный дом „ЛИБРОКОМ“», 2009.
- [6] *Фирсова Н.М.* Избранные труды. — М.: Изд-во РУДН, 2009.
- [7] *Capuz J.G.* El préstamo lingüístico. — Valencia, Universitat de València, 1998.
- [8] *Hernández Guerrero J.A.* Las palabras de moda. — Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia, 2006.
- [9] *García Yebra V.* El buen uso de las palabras. — Madrid: Editorial Gredos, 2003.
- [10] *Moreno de Alba, J.G.* Nuevas minucias del lenguaje. — México: Fondo de Cultura Económica, 1996.

## ANGLICISMS IN THE SPANISH WOMEN'S MAGAZINES

N.A. Kuleshova

Foreign Languages Chair of Philological Faculty  
People's Friendship University of Russia  
Miklucho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198

This article is devoted to the analysis of the anglicisms which are used in the Spanish glitz and glossy women's magazines.

**Key words:** anglicism, English loans, female printing mass-media, Spanish language.