**Английские заимствования в текстах тематического блока «мода» в испанском медийном дискурсе**

Копылова Варвара Александровна

Студентка Московского Государственного Университета им. Ломоносова, Москва, Россия

Тексты СМИ российские исследователи классифицируют как медиатексты. Т.Г. Добросклонская дает следующее определение понятию «медиадискурс»: это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия. В медиатексте информация преподносится с определенной оценкой, которая неосязаемо внушается читателю благодаря различным языковым особенностям. Испанский медийный дискурс обладает следующими отличительными языковыми чертами:

1. Отклонение от лингвистической нормы на всех языковых уровнях;
2. Использования разговорно-бытовой лексики для достижения эффекта близости с читателем;
3. Клишированность для экономии времени;
4. Стремление к гендерному равенству (отказ от обобщений по мужскому роду, использование вместо этого парных существительных по женскому и мужскому роду);
5. Преимущественное использование настоящего времени;
6. Стремление к лингвистической экономии;
7. Заимствования из английского языка [Ларионова: 2015].

Медиатексты, объединенные тематической группой «Мода», относятся к особому виду журналистики, называемой «фэшн». Определение термину «фэшн-журналистика» дает К.Ю. Черупова: «Модная журналистика (fashion journalism) – это зонтичный термин, используемый для описания всех аспектов средств массовой информации в сфере моды» [Черупова:2012]. Модная журналистика, как часть современной печатной прессы, включает в себя широкий спектр различных жанров, в числе которых статья, рейтинг, обозрение, заметка, репортаж, интервью.

В Испании фэшн-журналистика имеет свое название — *periodismo de moda.* Тексты, относящиеся к данному типу журналистики, образуют особый тематический блок. В ходе исследования были проанализированы тексты, объединенные темой «Мода», и выявлены следующие характерные языковые черты: англицизмы и различные заимствования, экспрессивные и компрометирующие заголовки, скрытая оценка, как способ завуалированной манипуляции, оформление текста на основе визуализации, назидательный характер текстов, неформальная, вольная подача материала, отказ от употребления узкоспециализированных терминов.

В разные исторические периоды испанский язык перенимал иноязычную лексику из различных языков. Современность, обусловленная технологическим прогрессом и доступностью интернет-ресурсов, характеризуется лавинообразным характером заимствований и проникновением в язык большого количества англицизмов. У. Лопес Моралес дает следующее толкование термину «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» [López Morales: 1987 – перевод Копылова Варвара]. В.С. Виноградов выделяет англицизмы-слова, материальной оболочкой которых являются английские слова, и англицизмы-значения, в группу которых входят испанские уже существующие слова, которые под влиянием английской речи обрели новые значения [Виноградов: 2003]. Фэшн-журналистика активно использует англицизмы: включает в тексты не только отдельные слова и словосочетания, но и целые предложения на английском языке.

В процессе работы над исследованием было взято 100 статей из трех крупнейших испанских журналов, относящихся к типу *periodismo de moda*:«¡Hola!», «Semana» и «Diez minutos». Методом сплошной выборки были отобраны англицизмы, используемые в данных текстах.

На первом этапе были рассмотрены англицизмы с точки зрения их ассимиляции в испанском языке. Исследование показало, что в испанских модных изданиях используются как ассимилированные, так и неассимилированные английские заимствования. Неассимилированные заимствования всегда выделяются в тексте статей. Во всех трех журналах англицизмы были выделены курсивом. Помимо «иностранных» выражений, журналы также используют неологизмы – слова, частично или полностью вошедшие в лексику, адаптированные языком-реципиента. Об окончательном статусе таких слов еще нельзя точно сказать, так как некоторые журналы выделяют их курсивом в своих материалах, а некоторые – нет. К ассимилированным иностранным заимствованиям были отнесены те примеры, которые следовали возможностям словообразования испанского языка (*glamour-glamouroso*).

На втором этапе исследования были взяты примеры, относящиеся к ассимилированным заимствованиям, и распределены на группы в зависимости от того, к какой части речи они относятся. Большинство заимствованных слов являются существительными (76%). Примеры, относящиеся к англицизмам-существительным, оставляют английское произношение и написание, но достаточно легко встраивается в испанскую грамматику: получает категорию рода и числа, согласуется с прилагательными (*un look perfecto – los looks hermosos*). Менее частотные по употреблению были прилагательные – 17%. Глаголы составили 6%. И менее одного процента составили слова, относящиеся к другим частям речи – междометия, числительные.

На последнем этапе анализа были выявлены самые часто употребляемые слова, относящиеся к английским заимствованиям. В итоге получилось, что во всех трех печатных изданиях слово «*look*» -- самое частотное по употреблению (21 пример), «*oversize*» -- второе по использованию (16 примеров), «*influencer*» -- на третьем месте (9 примеров).

Так, тексты, входящие в тематический блок «Мода», наиболее всего тяготеют к заимствованиям. В статьях нет четких правил выделения англицизмов, их графического оформления, однако самый частотный способ – выделение курсивом. Английские заимствования в испанском языке являются «профессиональным сленгом» в кругу людей, объединенных фэшн индустрией. Важно отметить, что мода – явление подвижное и постоянно меняющееся. Лексика, употребляемая в данной сфере, быстро появляется и быстро исчезает, поэтому данная тема требует постоянного изучения.

**Литература**

1. Виноградов В.С. Лексикология испанского языка. М., 2003
2. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс ка Чепурова К.Ю. Актуальные проблемы становления fashion журналистики к объект лингвистики и межкультурной коммуникации. М., 2006
3. Ларионова М.В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации и мастерство манипуляции: монография. М., 2015
4. Чепурова К.Ю. Актуальные проблемы становления fashion журналистики. Оренбург, 2012
5. Morales. Anglicismos en la prensa. Madrid, 1987