ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Англицизмы в современном испанском языке (на материале средств СМИ)**

основная образовательная программа магистратуры по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика»

Исполнитель:

Обучающаяся 2 курса

Образовательной программы

«Инновационные технологии перевода»

Профиль «Испанский язык»

очной формы обучения

Повалихина Мария Игоревна

Научный руководитель:

К.п.н., Войку О. К.

Рецензент:

К.п.н., Анисина Н. В.

Санкт-Петербург

2018

GOBIERNO DE LA FEDERACIÓN DE RUSIA

INSTITUCIÓN FEDERAL EDUCATIVA PRESUPUESTARIA

DE LA ENSEÑANZA SUPERIOR

“UNIVERSIDAD ESTATAL DE SAN PETERSBURGO”

TESIS DE MAESTRÍA

**Anglicismos del Español contemporáneo (en material de los medios de comunicación impresos)**

Programa educativo general de maestría en la especialización

45.04.02 «Lingüística»

Autor:

Estudiante del programa educativo

«Tecnologías innovadoras en la traducción»

Especialidad «Idioma español»

de enseñanza presencial

Povalikhina María Igorevna

Directora de tesis:

doctora en ciencias pedagógicas, Voiku Olga K.

Recensora:

doctora en ciencias pedagógicas, Anisina Natalia V.

San Petersburgo

2018

**ÍNDICE**

Introducción…………………………………………………………………...5-9

1. El papel de los medios de comunicación en la difusión del inglés.........................................................................................................10-20

2. Naturaleza, historia y tipos de los préstamos ……........................................21

2.1 La prestación como el proceso lingüístico ………………………….21-22

2.2. Historia del estudio de los préstamos ……………………………….....23-25

2.3. Definición de los conceptos "préstamo" y "palabra extranjera"……….26-28

2.4. Causas y condiciones de la prestación ………...................………..….29-32

2.5. La asimilación del elemento extranjero por el lenguaje - receptor.…33-35

2.6. Tipos de la prestación………………………….……………………….36-40

3. Análisis de los anglicismos en el español……………………………………41

3.1. Calcos…………………………………………………………………42-45

3.2. Semicalcos……………………………………………………………46-47

* 1. . Préstamos asimilados……………………………….…………………48-52

3.4. Préstamos parcialmente asimilados……………….................................53-57

3.5. Préstamos no asimilados……………………………………………….58-62

3.6. Comentarios sobre el tercer capítulo…………………………...………63-64

3.7 La investigación de la relación de los nativos del español con el uso de los anglicismos en los medios de comunicación…………………………………...65

3.7.1 Descripción de la investigación………………………………………..…65

3.7.2 Descripción de los resultados obtenidos……………………………...66-68

Conclusión……………………………………………………………...…69-70

Referencias bibliográficas ……………………………………………….....71-74

Adiciones……………………………………………………………………75-77

**Introducción**

El estudio de los préstamos lingüísticos tiene sus tradiciones. El análisis lingüístico de este tema siempre se ha referido al examen de los contactos sociales y culturales entre los pueblos y el problema de la "pureza" del diccionario. En la lingüística moderna los préstamos son el objeto de una atención muy especial en relación con la expansión continua de la comunicación internacional y los procesos de la integración, que ocurren en las esferas del mundo muy diversas. El análisis de las situaciones lingüísticas específicas y de sus componentes es una tarea importante en la nueva ronda del desarrollo de la lingüística.

En los estudios de los préstamos un lugar muy importante ocupa el problema de la pureza de la lengua-receptor: ¿en qué medida es necesario en él vocabulario de la lengua extranjera y por cuanto fructífera será la lucha con las palabras específicas del otro idioma, que a la mayoría de las autoridades en el ámbito de la lengua parecen redundantes, innecesarios, contaminantes del habla? Estas preguntas son complejas, ya que hoy en día es evidente la imposibilidad de afectar el número y la naturaleza de los préstamos meramente por los argumentos lógicos y juicios de los literatos y filólogos.

En el vocabulario de una u otra lengua encuentran su reflejo las tendencias opuestas - estática y dinámica. La movilidad, variabilidad y el deseo por el progreso y desarrollo a través de los medios y recursos diversos son las características más importantes del sistema léxico. El vocabulario de la lengua española actúa como un sistema abierto vivo de las unidades léxicas divergentes, caracterizados por ciertas relaciones entre sí.

Desde el punto de vista sincrónico de la lengua es un conjunto de los medios de expresión generales, posibles o necesarios en este momento; y desde el diacrónico - el conjunto de medios, transmitidas de generación en generación, es decir, las tradicionales. En los préstamos como si se combinan entre sí las características de la lengua sincrónicos y diacrónicos. En una palabra, prestada antiguamente, que ahora forma parte del lenguaje moderno, se reflejan los elementos del pasado cultural y la originalidad de la historia nacional, y en vocabulario prestado modernamente la diacronía se ha reflejado en los medios tradicionales de la formación de palabras y la necesidad reciente social de la nominación. En la nueva palabra prestada se ha sentado su desarrollo futuro del lenguaje.

La novedad científica de este trabajo consiste en el hecho de que en ella se analiza el problema de la correlación de los resultados del desarrollo del sistema del idioma y la descripción de la capa lingüística determinada. La variedad del material contratado para el análisis lingüístico permite considerar el problema en toda su complejidad y carácter multidimensional. La veracidad de algunos de los postulados teóricos se confirma la clasificación de los préstamos, realizadas en base a diferentes criterios.

La relevancia de la tesis se determina no sólo por el hecho de que en los estudios hispánicos no se han realizado tales investigaciones, sino también de la complejidad del problema. En el material de otros idiomas están escritos muchos trabajos sobre el endeudamiento, sin embargo, en la interpretación de muchas preguntas teóricas, así como en los hechos concretos no se ha llegado a un conceso. Los puntos de vista expresados a veces no son compatibles.

El presente trabajo se centra en el estudio anglicismos en el idioma español moderno. Este tema, sin duda, es relevante, tanto para la lengua española, como para el resto de las lenguas del mundo, puesto que la expansión de los préstamos anglo-estadounidenses en las diferentes esferas de la actividad humana cada día se se amplía más y más. La distribución del idioma inglés en el mundo de hoy es independiente, es un proceso que no depende de la voluntad de los individuos o organizaciones particulares. Tales factores extralingüísticos, como comerciales, diplomáticas, las comunicaciones culturales de los estados diversos, a menudo son la causa principal de la expansión de las esferas de la penetración de las palabras en el el vocabulario léxico de los idiomas de todo el mundo. Los medios de comunicación, en particular los textos publicitarios, juegan un papel fundamental en la difusión del vocabulario extranjero. El texto de periódicos y revistas, confiando en el efecto, que produce la palabra impresa, cumple su función básica - la comunicativa.

Cuanto más hemos investigado los medios de comunicación, más hemos notado – muchas palabras inglesas se puede reemplazarlas fácilmente por las palabras del idioma - receptor. Entonces, ¿por qué los anglicismos literalmente invadieron las cintas de información, los periódicos, las revistas y la televisión? Y aquí se aparece otra pregunta: ¿a lo mejor esto sucede debido a que algunos de los términos en inglés simplemente no tienen análogos en otros idiomas?

Estos problemas nos han animado a la creación de esta investigación. La búsqueda de respuestas a estas preguntas determina la actualidad del trabajo.

**El objeto** de la investigación presente es la lengua española moderna en la forma en que la vemos en las páginas de los medios de la comunicación y la prensa. Hemos elegido esta fuente del material práctico no por casualidad: el idioma de la prensa tiene una gran abundancia de todo tipo de los préstamos, la mayoría de las cuales son los anglicismos.

**El objetivo** de este estudio consiste en el análisis de la especificidad del funcionamiento de los anglicismos en la lengua moderna en la base de la sistematización de material recogido.

**El objetivo general se especifica las tareas de nuestro estudio:**

* Realizar la clasificación temática de los anglicismos
* Determinarlos préstamos ingleses más populares
* Seleccionar las esferas temáticas de la penetración de los anglicismos
* Considerar la influencia de la moda y actualidad al proceso de endeudamiento
* Justificar o refutar la teoría acerca de la falta de fundamento de la utilización tan amplia de anglicismos en los medios de comunicación españoles

El material lingüístico y los ejemplos se reunían por medio de las muestras delos textos de las revistas, periódicos y otras ediciones impresas.

**La importancia teórica** de la investigación radica en que las observaciones presentes sobre el material y las conclusiones, hechos a su base, pueden ser utilizados para el desarrollo ulterior de la teoría de los préstamos y el uso de las unidades léxicas extranjeras, de la resolución de las cuestiones relacionadas con las características de funcionamiento actual de los las lexemas prestadas en el lenguaje determinado, así como para identificar las regularidades generales del desarrollo del vocabulario prestado.

**El valor práctico** de este trabajo consiste en el hecho de que su contenido y las conclusiones pueden ser utilizados en el proceso de enseñanza de la lengua española y en el análisis de diversos textos. También es posible el uso de sus disposiciones principales en los trabajos científicos, relacionados con el desarrollo de problemas de los préstamos en los idiomas romances, y al redactar los manuales y diccionarios.

**Metodología de la investigación:**

Para alcanzar los objetivos mencionados se aplicaron los siguientes métodos de investigación: método de muestreo; método de la sistematización; el método del análisis integral; método comparativo y tipológico; sistémico-descriptivo; el método de análisis estructural; un método estadístico; el método de análisis discursivo, gracias a que se ha realizado un análisis exhaustivo del material lingüístico con la participación de los datos histórico-culturales, teniendo en cuenta la utilización de las condiciones lingüísticas extra lingüísticas de los préstamos a la lengua española y el análisis estadístico del material actual.

El presente trabajo consiste de la introducción, dos capítulos teóricos y uno práctico, conclusión, referencias bibliográficas y las adiciones.

1. **El papel de los medios de comunicación en la difusión del inglés.**

Indudable es el hecho de que el inglés es el lenguaje, que cada día juega en nuestra vida un papel más y más importante. Ha penetrado en casi todas las esferas de la actividad humana, se convirtió en la panacea de la comunicación internacional, es el idioma oficial prácticamente de todas las organizaciones internacionales, públicos, políticos y económicos. A menudo el inglés es el segundo idioma oficial de los países en desarrollo. Al ser tan común en el mundo, el inglés no puede no influir tanto a otros idiomas y culturas. Muchos de los investigadores lo llaman *el lenguaje donante*, que ha donado a otras culturas lingüísticas una gran cantidad de palabras y expresiones. Una de las preguntas de discusión, que ahora preocupa más a los lingüistas – ¿si el proceso de los préstamos léxicos es constructivo o refleja una tendencia a la disminución de la competencia lingüística en el idioma nacional? En relación con este se plantea una cuestión grave sobre la formación de la cultura informativo – lingüística, sobre la conservación de las tradiciones nacionales lingüísticas y cultura del discurso.

No se debe olvidar de tal factor, como la moda o el prestigio de la lengua. Precisamente, al convertirse de moda, las palabras o expresiones comienzan a figurar a cada vez más frecuentemente en las páginas de los periódicos, los oímos de los presentadores de radio y televisión, los cuales, al no darnos cuenta, empezamos a imitar. Tales palabras siempre suenan en la publicidad y, por fin, comienzan a figurar en el habla de la gente común. La interacción del discurso de los periódicos y el lenguaje hablado – a veces más o menos intensamente – pero se produce constantemente.

Si bien, como señala Muravieva N.V. "ello no recuerda de ninguda manera la calle de una sola dirección: muchos textos de los medios de comunicación se basan, en cierto sentido, teniendo en cuenta el modelo de habla de la expresión oral, pero también el discurso periodístico, sin duda, afecta a la manera en que nos comunicamos en las situaciones domésticas (hoy en día el término "discurso periodístico" sólo se puede usar condicionalmente, ya que con esta frase designamos la manera estilística no sólo de los periódicos, sino también de revistas de todo tipo y los medios de comunicación electrónicos) »[[1]](#footnote-1).

Además, no hay que olvidar el papel del entorno social en la que se extiende tal o cual innovación. «Cuanto mayor sea el “peso público" de uno u otro grupo social, su prestigio en la sociedad, más fácil las innovaciones lingűísticas, que inicia, reciben la difusión en otros grupos de los nativos » [[2]](#footnote-2).

Otro factor extralingüístico de la influencia del lenguaje se ha hecho el progreso técnico y científico. La superioridad tecnológica y económica de tales países, como los Estados Unidos se extiende también al ambiente lingüístico. Cuando en un país anglófono aparece una novedad, primeramente, recibimos esta innovación y, a continuación, su nombre, generalmente transmitido literalmente. Según la investigación de 2011, el 26,8 % de los usuarios de internet son hablantes nativos de inglés y, por lo tanto, ocupan el primer lugar por número de usuarios. El español ocupa la tercera posición después del chino - el 8% de los usuarios. Para la comparación: el ruso ocupa el noveno lugar, y los nativos de la lengua rusa representan el 3% de todos los usuarios. (véase la imagen 1). Hoy día estos datos siguen siendo actuales.

Con esto más de la mitad de los sitios web y las páginas web en internet todavía utilizan el inglés como el idioma principal, sin embargo, su proporción tiende a reducirse gradualmente, a expensas del crecimiento más rápido de los segmentos del internet en otros idiomas. Según los resultados de un estudio realizado por W3Techs, el porcentaje del idioma inglés desde el abril de 2011 al noviembre de 2017 en todos los sitios web del mundo se redujo del 57,6 % hasta el 51,2 %.

Imagen 1

En este caso nos encontramos con una situación en la que la selección del idioma depende no sólo de las preferencias personales del hablante. Muchos de los términos de la informática son neologismos necesarios, mientras que el resto se utiliza sólo por los especialistas. La posibilidad de comunicarse con un número ilimitado de personas en internet define un nuevo sistema lingüístico para la comunicación, en la que para una persona ignorante a menudo es difícil entender de qué se trata: se crea una jerga nueva, comprensible sólo para los usuarios permanentes de internet, y ya que su número aumenta cada día, la distribución se amplía también.

Los años 80 y 90 se relacionan con una actualización importante de los medios de comunicación. Uno de los resultados de los cambios fue la ampliación del espacio comunicativo de los medios de comunicación: aparecieron las primeras ediciones impresos, muy diversos por su orientación comunicativa y la lengua. Según las observaciones de E.V. Kakorina, «hoy día está pasando la extensión ulterior del discurso de los medios de comunicación a través de las comunicaciones de internet, que no son simplemente un canal de transmisión de información, sino también un entorno, en el que existen y se transforman diferentes flujos de información y diversos tipos de discursos».[[3]](#footnote-3)

Se puede notar la penetración cada vez más profunda de las nuevas tecnologías de información en las diferentes áreas de funcionamiento de la lengua y la generación de los medios de comunicación de nuevo tipo, que ha surgido en la red informática global. Hoy en día la esfera de las comunicaciones de internet tiene una gran área de intersección con el discurso de los medios de comunicación. Muchas ediciones de revistas y periódicos actualmente existen también en formato electrónico.

«Todos los medios de comunicación de internet modernos se dividen en tres tipos:

1. «Clones» los medios de comunicación de papel
2. Ediciones – híbridos (versiones modificadas de los medios de comunicación tradicionales).
3. Ediciones – web originales.

Todos los tipos mencionados pueden considerarse como los textos de los medios de comunicación, que se propagan activamente a través de internet. Al mismo tiempo ellos conservan todos los rasgos estilísticos principales de textos de los medios de comunicación».[[4]](#footnote-4)

Según la opinión de Y. N. Zasurskiy, "los cambios, que se producen en el periodismo, en relación con el desarrollo de nuevas tecnologías de la información y, sobre todo, del internet, generan nuevas oportunidades para la comunicación más extensa, más variada y más informativa».[[5]](#footnote-5)

Es difícil de sobreestimar el papel de los medios de comunicación y literatura publicística en nuestra vida. Ninguna otra obra literaria de la educación u otros géneros y especies de actividades verbales no afecta tan fuertemente e inclusivamente a la sociedad y sus instituciones, como los medios de comunicación y su componente principal – el periodismo. Los temas, que componen el contenido de los medios de comunicación han sido diseñados para una amplia audiencia, ellos reflejan los intereses y preferencias lingüísticas de los grupos sociales más diversos y, a menudo, tratan de hablar el idioma de estos grupos. El lenguaje de los medios de comunicación tiene un fuerte impacto en todos los géneros del discurso y casi en todo el lenguaje literario. Muchas innovaciones verbales antes de obtener la diseminación universal, surgen y se aprueban precisamente en el lenguaje de los medios de comunicación. Al estar en el centro de la vida política social del idioma, los medios de comunicación interactúan con todas las instituciones sociales, con todos los géneros y especies de la literatura, probando su impacto y, a su vez, influyendo al discurso literario en toda su diversidad. El discurso de los periódicos se ejerce una gran influencia en la expresión oral, la lengua de la sociedad de masas, en sus gustos y la formación de las normas estilísticas. Pero hay que señalar también señalar el efecto opuesto.

«Se plantea una necesidad imperiosa de comprender el papel de la lengua de los medios de comunicación en las nuevas condiciones, teniendo en cuenta los procesos, que ocurren en la sociedad, cultura, política, ideología, etc.» [[6]](#footnote-6) - dice G.Y. Solganik.

En el lenguaje coloquial los signos lingüísticos tienen la mayor movilidad, la relación entre el significado y lo que significa el signo es cambiable, de ahí aparece un gran número de valores y matices ocasionales. En el lenguaje escrito literario se puede observar una tendencia al aflojamiento de las relaciones entre el significado y lo que significa el signo, a la renovación de la naturaleza de las relaciones entre ellos y el desnudamiento de la forma del signo. El estilo periodístico interactúa activamente con el lenguaje coloquial, así como con el escrito literario, que se explica por su posición central, y como consecuencia, observamos la alta penetrabilidad del lenguaje periodístico. El material del léxico periodístico es todo el vocabulario literario común, sus estratos siguientes son los más productivos: especial, literario y coloquial. Del literario y coloquial el vocabulario se toma mediante el uso directo, acompañado por la actualización y adquisición del matiz de estimación. El vocabulario del estrato especial se utiliza metafóricamente, lo que se acompaña por el desarrollo del matiz de estimación social.

Al ser el conductor de los fenómenos sociales y culturales nuevos de la vida, los medios de comunicación están introduciendo nuevos conceptos, nuevas normas gramaticales en la comprensión de la visión del mundo. Sin embargo, todos los conceptos nuevos están expuestos a la interpretación, pasando a través de un prisma de la reflexión y percepción subjetiva del mundo del autor. En este sentido, reviste especial interés el problema de la formación del modelo de texto que los medios de comunicación.

A los rasgos principales, que caracterizan el lenguaje de los medios de comunicación hoy en día cabe mencionar los siguientes:

1) la complejidad cualitativa y la extensión de las esferas de la comunicación oral (sobre todo el internet, donde se desarrollan los nuevos tipos de texto y formas dialogísticas);

2) la diversidad de las normas de la conducta de habla de los grupos sociales, inherente a la comunicación oral moderna, que se refleja en la validez lingüística de los medios de comunicación;

3) la democratización del estilo periodístico y la extensión de los límites normativos de la lengua de comunicación de masas, la mayor variabilidad;

4) la expansión de las esferas no codificadas de la lengua: lenguaje popular, jerga, argot, vulgarismos; la penetración de los anglicismos en el lenguaje de los medios de comunicación;

5) el seguimiento del uso y moda lingüística

El uso intenso de los anglicismos acompaña a una situación lingüística cualitativamente nueva, por la cual el uso de un término inglés sustituye a toda la construcción sintáctica. En el lenguaje de los medios de comunicación, sobre todo en los textos de la publicidad y noticias, la comprensión y la normatividad elevada del texto tiene la importancia muy grande, por eso los anglicismos han ocupado un lugar firme en los medios de comunicación actuales.

Será lógico suponer, que la actitud hacia el lenguaje de los periódicos siempre ha sido y será ambiguo, del bruscamente negativo asta positivo. Aquí me gustaría mencionar un hecho. En 1993 un sociolinguísta latino Francisco Días Vegas se ocupó el tema de la penetración masiva de anglicismos en la lengua española. En 1994, el introdujo el concepto de "spanglish". "Spanglish" (español + Inglés) es un lenguaje híbrido, formado en base de la lengua española, en la que fueron introducidos las palabras de origen inglés sin sus traducciones directas o palabras mal traducidas del inglés.[[7]](#footnote-7) Primeramente, este término se utilizaba para referirse al idioma, que hablaba la población pobre de los países de América Latina.

Recientemente, sin embargo, aumentó notablemente el uso de spanglish en la literatura periodística.[[8]](#footnote-8) El liguísta español, Jose Segura, escribe sobre este fenómeno lo siguiente: «No vivimos en la edad Media, y sería ingenuo pensar, que podemos crear un lenguaje nuevo funcional y culturalmente rico. La literatura, escrita en spanglish, se basa en el enfrentamiento de la literatura alta de García Lorca y Cervantes. Esto no es la literatura de las capas más favorecidas de la sociedad, sino la literatura baja.».

Sin embargo, la moneda siempre tiene dos lados. La evolución de casi todas las esferas de la actividad vital de la humanidad condiciona un aumento tan considerable del léxico inglés en el español. Gracias a ello, el lenguaje se desarrolla y penetra a las esferas de política, economía, tecnología, ciencia, etc. e, incluso, algún día, el español puede hacerse un oponente digno de inglés, como el idioma de la comunicación internacional. El español ya se estudia como la lengua extranjera en un 60 % de las escuelas de Europa. Él ocupa el segundo lugar en internet, después del inglés. Hoy en día, prácticamente el 90 % de los estudiantes estadounidenses estudian el español como la lengua extranjera en las universidades, en Estados Unidos, conocimiento del idioma español es muy apreciada en la contratación de los profesionales jóvenes.[[9]](#footnote-9)

Por lo tanto, el proceso de endeudamiento puede ser el centro de errores y distorsiones, y sin duda jugar un papel educativo al mismo tiempo en la sociedad de pocas luces, desarrollar y enriquecer el idioma. Po ese motivo, podemos distinguir las siguientes posiciones con respecto a la lengua de los medios impresos:

1. la percepción totalmente negativa de la lengua, como la fuente de la “contaminación” del idioma;

2) el interés exploratorio objetivo, causado por la inexploración de este campo del funcionamiento de la lengua;

1. la comprensión del lenguaje le la prensa, como un elemento de la cultura nacional y la fuente de nuevas formas lingüísticas.

Cabe señalar que desde hace poco tiempo la información en los periódicos conscientemente se da en el registro del lenguaje hablado oral, que explica la orientación a la repercusión del lector. El criterio principal se hace la funcionalidad y no la estética. No hay que olvidar la innovación de la publicidad, que con el fin de atraer a los compradores a los productos prestigiosos de la cultura occidental, recurre con valentía a los medios no sólo de la lengua materna, sino también a los préstamos extranjeros. También cabe prestar la atención al proceso de democratización de la lengua de comunicación de masas, especialmente de la lengua de la prensa impresa, que se explica por su pelea por la audiencia con los medios audiovisuales. Por lo tanto, como las fuentes de los préstamos ingleses usamos las revistas y los periódicos, la lengua, que por un lado está acercada a lo conversacional, y por otro establece sus tendencias. Como resultado de la interacción entre el variante literario y coloquial, y la influencia del lenguaje popular al hablado, en los textos escritos de carácter oficial se detectan las unidades de los registros bajos de la expresión oral. «Tomando nota de los cambios globales en la sociedad moderna de información, relacionados con el desarrollo continuo de capacidades de la comunicación de masas, se debe tener en cuenta. que estos cambios afectan no sólo en las condiciones de la vida, pero, sobre todo, en la manera de pensar, en sistema de percepción del hombre moderno y en su lengua».[[10]](#footnote-10)

Nos parece justa la condena de los préstamos extranjeros, cuando hay una denominación equivalente para el fenómeno en la lengua materna. Esto no siempre es posible, sin embargo, el riesgo de la prestación no debe ser exagerado, ya que es un proceso natural de recarga del vocabulario de todos los idiomas, debido a la expansión e intensificación de los contactos entre los pueblos y las lenguas. Cualquier intento de impedir artificialmente el proceso, a través de medidas administrativas, sin tener en cuenta la capacidad de la lengua de auto limpieza, puede hacer daño. Los neologismos, que reflejan los nuevos fenómenos y conceptos, los procesos que ocurren en la sociedad, ayudan a captar el "espíritu de la época", tienen las oportunidades grandes del enraizamiento fuerte en la estructura lingűística. L.P. Krisin destaca lo siguiente: «la práctica verbal de los medios de comunicación puede contribuir no sólo a la penetración de las unidades nuevas para la lengua literaria en el lenguaje normalizado, sino también al fortalecimiento de nuevos modelos lingüísticos – de formación de las palabras, de sintaxis, etc».[[11]](#footnote-11)

No hay que olvidar, sin embargo, que en el lenguaje actúa el llamado mecanismo de auto-limpieza de lo funcionalmente inútil, por lo tanto, el vocabulario, llevado por la moda, no se consolidará obligatoriamente en la lengua, muy a menudo tales préstamos desaparecen. Se mantienen y se asimilan tales nombres de los objetos y fenómenos, que han entrado en la vida cotidiana y cultura de un pueblo nativo de la lengua - receptor. El proceso de endeudamiento se debe entender y evaluar razonablemente: está justificado, cuando la palabra que ha llegado con el nuevo objeto o el concepto, contiene matices semánticos, que no se puede transmitir por medio de alguna nominación del idioma - receptor.

El hecho de que el periódico abarca todas las esferas temáticas de la vida moderna, crea un terreno favorable para nuevos fenómenos diferentes, sobre todo, léxicos. A menudo, el periodista, que ha encontrado alguna palabra y ha podido utilizarla con elegancia, puede imponer su creación a toda la sociedad lingüística.

Entre las innovaciones del lenguaje de la prensa en particular se destacan las nuevas palabras prestadas, principalmente de origen inglés. Los anglicismos y americanismos principalmente intervienen para designar unos conceptos y realidades nuevos. Normalmente, antes de arraigarse irrevocablemente en el vocabulario de la lengua - receptor, las palabras pasan a través de la adaptación del argot, tomando tal o cual forma por medio de esta lengua.

El estilo coloquial, al presentar el material, causa la participación incorrecta de los recursos lingüísticos de algunos periodistas, incluso los préstamos poco razonables, que generan fracasos comunicativos. Además de las causas intralingüísticas de la prestación tan extensa, los factores extralingüísticos del carácter psicológico y social, en particular, el factor del "prestigio" del idioma inglés. Acompañado por la influencia interferida del inglés, la difusión amplia del bilingüismo en el entorno periodístico facilita la creación del suelo ideal para el contacto lingüístico.

Queda actual la cuestión acerca de la pertinencia y medida, cuando están aplicados los préstamos. Los criterios principales en este caso son la cultura verbal y las preferencias lingüísticas de la sociedad y los lectores. Para los fines de una comunicación eficaz es importante el origen de la palabra – lo importante es lo bien que se expresa el sentido, y, que es comprensible para la audiencia. Si la palabra extranjera sirve correctamente a estos fines, su uso es natural e incluso necesario. Actualmente la relación tolerante de la sociedad al léxico extranjero se puede juzgar por la abundancia de las palabras prestadas y expresiones, usadas como nombres de periódicos, columnas y artículos.

**2 Naturaleza, historia y tipos de los préstamos**

**2.1 La prestación como el proceso lingüístico**

El problema de la prestación de las unidades de una lengua por otro es complejo y tiene muchos aspectos. Las cuestiones de la prestación se estudian por la lexicología histórica y moderna. La lexicología histórica lleva la fijación y la clasificación de todos los hechos de la prestación por su origen, determina el tiempo y el origen de la aparición del término extranjero.

La lexicología moderna crea una clasificación según las particularidades del funcionamiento de las bases prestadas entre otras bases de este idioma en el momento presente, según el lugar de las palabras con las bases prestadas en el vocabulario del lenguaje moderno**,** es decir, considera sólo los préstamos, conservados en la lengua, no ocupándose de las cuestiones acerca de las palabras perdidas.

El estudio del léxico extranjero y prestación lingüística tiene una gran tradición, en la lingüística nacional y extranjera. En muchos libros de estilística práctica, sobre la cultura del lenguaje y publicaciones populares sobre la lengua se ponen y más o menos bien se abordan las cuestiones, relacionadas con el funcionamiento de las unidades extranjeras en el lenguaje, con su necesidad o, por el contrario, inconveniencia.

El problema común de la prestación de los elementos de un lenguaje por otro implica un conjunto complejo de cuestiones de naturaleza diversa. Entre las más importante L. P. Krisin destaca los siguientes:

1. qué fenómeno lingüístico se puede llamar el préstamo
2. razones de la prestación;
3. tipos y clases de las palabras extranjeras; como las unidades prestadas más frecuente y regularmente.
4. tipos o clases de los elementos migratorios;
5. la asimilación de la palabra en la lengua – receptor y diferentes lados de esta asimilación;
6. rasgos de la asimilación de la palabra extranjera, que dejan considerarla el préstamo (la cuestión sobre la determinación del préstamo y su desagregación del concepto “palabra extranjera”). [[12]](#footnote-12)

**2.2. Historia del estudio de los préstamos**

Muchos lingüistas han dedicado sus obras al tema de los préstamos en la lengua española. Entre los científicos rusos y españoles se puede destacar tales autores como: Dekhtiarenko L.S., Vinogradov S. C., Francisco Díaz Vegas, José Segura, Gregorio Salvador, Álex Grijelmo y V. G. de Yerba. Las obras de algunos de ellos utilizamos para escribir nuestro artículo.

El corpus léxico de la lengua española en su masa se compone de palabras de origen latino. Ellos representan el 56 % de todo el vocabulario de la lengua. Esto es natural, ya que el idioma español se originó del latín popular. Por supuesto, durante largos años de la evolución de la lengua española y, en particular, de su léxico, su vocabulario sufrió numerosos cambios fonéticos, gramaticales, gráficos y otros – ya que a lo largo de los siglos la riqueza léxica española se formó no sólo a base de latín, sino a través de otras fuentes. La historia de España es rica en contactos lingüísticos: los fenicios, griegos, romanos, las tribus germánicas, los visigodos, el dominio de los árabes desde el año 713 hasta 1492. Durante el período posterior la lengua española estuve constantemente en contacto con el francés, italiano, alemán, inglés y otros idiomas.[[13]](#footnote-13)

En cuanto a la historia, concretamente de los préstamos ingleses en el idioma español, para ello tenemos que trasladarse al siglo XVIII, aunque el siglo XIX es sumamente interesante, el período de la revolución Industrial, durante el cual muchos anglicismos de orientación técnica fueron adaptados por la lengua española. Asimismo, la sociedad española comenzó a utilizar las palabras inglesas en su vida cotidiana, por lo tanto, pertenecían a los temas siguientes: comida, música, deporte, moda, etc. Ya que el español fue abierto para el proceso de prestación antes de la llegada de la guerra Civil (1936-1939,), cuando todas las palabras que no tuvieron el origen español, resultaron ser estrictamente prohibidas.

El proceso de prestación se reanudó sólo después de la Segunda Guerra Mundial, o mejor dicho desde la década de 1950, cuando en España fueron construidas las bases militares estadounidenses, que fue el primer paso hacía el surgimiento de América como la Gran Potencia Económica, y en 1960, cuando comenzó el conocido auge turístico, "Turismo de sol y playa". También se observa el aumento de uso del vocabulario inglés en el habla después de que en la década de 1950 en los centros educativos de España comienzan a enseñar facultativamente el idioma inglés.

A partir de este tiempo los anglicismos y los préstamos en general se convirtieron en objeto de investigación científica. Los trabajos de finales del siglo XIX – comienzos del siglo XX siglo, dedicados al tema de los préstamos en general, se caracterizan por el examen de cuestiones lingüísticas en estrecha relación con las culturales. Las obras de este período se centran en las cuestiones de la asimilación de las palabras extranjeras y el esclarecimiento de las causas de la prestación sin la diferenciación suficientemente clara de las causas internas (lingüísticas) y externas (no lingüísticas). En el trabajo de E. Richter, por ejemplo, se indica que "la causa principal de la prestación de las palabras es la necesidad de nombrar las cosas y conceptos". Allí mismo se mencionan otras razones, que son diferentes por su naturaleza - lingüísticas, sociales, mentales, estéticas, etc., así como la necesidad de nuevas formas lingüísticas, separación de conceptos, diversidad de medios y su plenitud, en la brevedad, claridad, comodidad, etc.[[14]](#footnote-14)

Como se sabe, un lingüista alemán A. Schleicher lanzó la idea de la división de todo el vocabulario extranjero por su grado de asimilación en el lenguaje en Lehnworter (palabras asimiladas) y Fremdworter (extranjeros, "ajenos"). Esta clasificación se arraigó en la lingűística tradicional y hasta los últimos tiempos había sido dominante en los estudios, dedicados a los préstamos lingüísticos.

En el año 1950 E. Haugen lanzó la idea de la " diferenciación estructural de las palabras prestadas", asignando tres tipos de palabras extranjeras:

1. Las palabras sin la substitución morfológica (loan-words), es decir, las palabras, que plenamente corresponden a sus prototipos de la lengua original.
2. Las palabras con la substitución parcial morfológica (loanblends) o híbridos, es decir, las palabras, algunas de las cuales son extranjeras;
3. Las palabras con la substitución morfológica plena (loanshifts), es decir, los calcos o préstamos semánticos (semantic loans).

Por lo tanto, en los estudios del siglo XIX y principios del siglo XX la prestación se consideró como el traslado de las palabras o sus elementos de un idioma a otro.

* 1. **Definición de los conceptos "préstamo" y "palabra extranjera"**

¿Qué hay que [entender](http://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/entender) exactamente [por](http://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/por) las palabras "el préstamo extranjero"? Nos parece oportuno llamar así el proceso del traslado de los elementos de un idioma a otro. Teniendo en cuenta los elementos diversos nos referimos a las unidades de los distintos niveles de la estructura de la lengua – fonología, morfología, sintaxis, léxico y semántica.

La prestación es una parte integral del proceso de funcionamiento y cambio histórico de la lengua, una de las fuentes principales de recarga del vocabulario. El vocabulario prestado refleja la realidad de los contactos étnicos, sociales, económicos, culturales y la relación entre los colectivos lingüísticos.

La prestación de las palabras es un caso más frecuente y típico de la prestación. En algún momento del desarrollo del lenguaje se puede determinar más o menos exactamente la composición y el número de palabras prestadas, ya que la mayor parte de las cuales normalmente está confirmada lexicográficamente.

No sucede lo mismo con otros elementos y exotismos extranjeros. Las distinciones principales entre las palabras prestadas, exotismos y otros elementos lingüísticos en su relación con el sistema de la lengua - receptor. Entre ellos y palabras prestadas existen las diferencias estructurales y funcionales. La palabra prestada puede introducirse al discurso para la creación de un colorido determinado o para resaltar algún rasgo, que contiene la especificidad de la cultura de este pueblo, que se perderá en gran medida al reemplazar la palabra adecuada por su traducción. “La palabra, que designa un concepto adecuado, como si transmita el trozo de la otra cultura, dirigiendo la transmisión a la gente que no es portador de esta cultura".[[15]](#footnote-15)

El uso de las palabras extranjeras y exotismos se debe a alguna necesidad de descripción de la ropa, enseres domésticos, objetos de la vida cotidiana, costumbres, etc. de uno u otro pueblo, país o al grado de conocimiento del hablante del idioma extranjero, algunas características estilísticas del habla. Algunos de ellos se usan en el discurso literario y publicístico, mientras que otros son comunes para el uso desarreglado. A menudo el uso de las palabras similares en el texto se relaciona con los objetivos estilísticos o artísticos, y a veces refleja el uso individual.

Sin embargo, las fronteras entre el vocabulario exótico y las “prestaciones normales” (es decir, las palabras, la semántica y el uso de las cuales son específicos para uno u otro país o territorio) no son rígidas. El exotismo bien puede convertirse en la palabra, que determina alguna referencia cultural, que se inculca en la vida de los nativos de la lengua - receptor, manteniendo los signos extranjeros (que suelen sentirse más o menos claramente en el habla). Así, algunos exotismos pierden o ya han perdido el componente semántico, que indica la especificidad nacional del objeto designado. Algunas palabras, que fueron exotismos en el pasado, adquirieron los sentidos figurados, o, finalmente, perdieron el contacto con su identidad cultural original.

A los exotismos se aplica lo siguiente: la palabra no puede ser prestada antes de que se preste la cosa, que designa. Esta palabra puede usarse en el lenguaje, siendo "ajena" hasta que esta referencia cultural, que designa la palabra, se parezca ajena o exótica a los hablantes nativos.

A veces se puede hablar sobre las palabras que ocupan la posición intermedia, lo que indica la falta de frontera clara y, sobre todo, de una vez y para siempre establecida entre los tipos aplicables del vocabulario extranjero.

**2.4 Causas y condiciones de la prestación**

A continuación, nos parece necesario examinar las causas de la prestación de palabras extranjeras por diferentes idiomas:

1. Necesidad de nominación de las cosas nuevas, nuevo concepto o fenómeno, etc.;
2. Necesidad de delimitar los conceptos significativamente parecidas, aún así diferentes;
3. Necesidad de especialización de los conceptos en uno u otra área para unos u otros fines;
4. Deseo de designar un objeto íntegro, no dividido en componentes individuales, por una sola palabra;
5. Si en el idioma - receptor están establecidos los sistemas de términos, que sirven a otra área temática, el ambiente profesional, etc. y son más o menos unidos por el origen de la prestación, se facilita el ingreso a la lengua y el fortalecimiento de nuevas prestaciones en el uso, que pertenecen a la misma esfera y tiene el mismo origen;
6. Las causas y factores socio-psicológicos y de la prestación, la percepción de la palabra extranjera, como la más prestigiosa (en comparación con los nacionales) más "científica" y que suene más espléndidamente.»[[16]](#footnote-16)

Así, por ejemplo, S. Maslov afirmó (y no se puede no estar de acuerdo con él), que la base común para todos los procesos de prestación era la interacción entre los pueblos, entre las culturas y los contactos políticos, cotidianos y culturales entre la gente que hablaba idiomas diferentes. [[17]](#footnote-17) Es evidente que, si el concepto afecta a los intereses vitales de muchas personas, la palabra, que lo determina, será más común. Con respecto a las palabras extranjeras, este patrón se manifiesta especialmente pronunciadas, ya que aquí se agrega el factor del prestigio social de la denominación de la lengua extranjera. Estas palabras, que indican conceptos comunicativamente importantes, inevitablemente llegan a la zona de la atención social. En ciertos períodos su frecuencia en el discurso se hace en extremadamente alta, de ellos fácilmente se forman los derivados, y lo más importante – que se hacen los objetos del consumo consciente.

En su trabajo de M. A. Breyter asigna las siguientes causas de la prestación de elementos extranjeros[[18]](#footnote-18):

1. Falta de conceptos correspondientes de la base cognitiva de la lengua-receptor;
2. Ausencia del nombre correspondiente en la lengua-receptor. (M. A. Breyter indica que alrededor del 15% de los últimos anglicismos se prestan en relación con la ausencia del nombre correspondiente en la lengua – receptor. A este grupo pertenecen las palabras, que por algunas razones se pronuncian más fácilmente, son más cortos y concretos por la semántica y, en consecuencia, han sustituido las unidades lingüísticas asimiladas anteriormente;
3. Efectos estilísticos.

Las razones del proceso de asimilación se puede dividir en dos grupos: externos (extralingüísticos) e internos (lingüísticos).

Entre los factores extralingüísticos, según la opinión de la autora del trabajo, cabe mencionar la presencia entre los pueblos nativos de los idiomas las relaciones políticos, económicos, industriales y culturales más o menos estrechas. Ya se sabe que el léxico es el área de lengua, en la mayor medida "abierta" para todo tipo de influencias externas, que es el área en la que se reflejan todos los cambios, que ocurren en la vida social de la sociedad. Al concretizar el problema de la influencia de las relaciones exteriores, políticas, culturales y otras al proceso de prestación, se puede decir, que la forma más típica de este efecto es la prestación del nombre junto con el objeto o concepto. En cada idioma, el vocabulario, prestado de esa manera, es un grupo de palabras muy considerable. Esta influencia, sin embargo, también puede aparecer en el proceso de penetración de las palabras-paralelos a los nombres, que ya existen en la lengua. En este caso, la solución de dualidad pasa por medio de la diferenciación semántica y estilística de los pares sinónimos. Con la prestación de este tipo, al parecer, se debe buscar las causas no sólo fuera de la lengua, es decir, no sólo en la influencia externa de los contactos sociales al proceso de prestación, sino también en el idioma - receptor.

Entre los factores lingüísticos, cabe mencionar la presencia de una tendencia a la eliminación de polisemia de la palabra autóctona, a la simplificación de la estructura semántica de la última, la necesidad de aclarar o precisar un concepto adecuado y distinguir algunos matices semánticos, adjuntando los a diferentes palabras, etc. Por lo tanto, la palabra prestada y la que ya existe en la lengua dividen los ámbitos de su influencia semántica. Estas áreas pueden superponerse, en mayor o menor medida, pero nunca coinciden plenamente.

Hay que distinguir las causas, como resultado de las cuales se realiza la prestación, y las condiciones, necesarias para el traslado de las palabras de un idioma a otro. La sociedad, que habla el idioma, que realiza el préstamo, debe estar preparada para la adopción de los instrumentos de comunicación extranjeros. Si no hay tales condiciones, la palabra extranjera (el préstamo posible) durante mucho tiempo puede quedarse usada por un grupo restringido de personas (científicos, traductores, etc.). Se estima entre los científicos, que la condición principal de la prestación es la presencia del contacto de la lengua receptora con la lengua original, y como consecuencia, el bilingüismo. En este caso, no debe entender el bilingüismo, como el resultado del contacto territorial de dos pueblos, porque la desunión geográfica de las lenguas no afecta al léxico prestado: puede ser intenso con la lejanía territorial del idioma original del idioma - receptor y, por el contrario, ser débilmente marcado en la vecindad de estos idiomas. V. Shulan describe la "técnica" de prestación de la manera siguiente: "la Mayoría de las palabras del vocabulario se producen en el entorno bilingüe, primeramente, la palabra extranjera se usa por los bilingües, y sólo se sabe en su entorno y, a continuación, se extiende a los círculos más amplios de la esfera lingüística. Por último, la palabra ingresa al discurso escrito u invade, por lo tanto, todos áreas de la lengua".[[19]](#footnote-19)

Se debe prestar atención al hecho de que en las condiciones actuales el bilingüismo se produce no sólo y no tanto en el lenguaje oral, pero también al leer los textos extranjeros, en la actividad de traducción, etc., es decir, el bilingüismo puede existir sin el contacto directo de los nativos de dos idiomas. Las palabras prestadas, sólo sin pasar la fase de la práctica oral, sobre la que escribe B.Shulan, inmediatamente entran en la escrita.

**2.5 La asimilación del elemento extranjero por el lenguaje - receptor**

La asimilación de la palabra extranjera por un nuevo sistema lingüístico – es un proceso gradual y largo en muchos casos. Muy a menudo los elementos extranjeros se quedan enteramente no asimilados hasta el final (por ejemplo, pueden distinguirse por los rasgos de la pronunciación de los derivados). En general se considera que para la aparición y la consolidación de la palabra extranjera en el sistema de la lengua – receptor, es necesario lo siguiente:

1. la transferencia de la palabra extranjera por los medios de la lengua - receptor;
2. la relación de la palabra con las clases y categorías gramaticales;
3. la asimilación gramatical;
4. la asimilación fonética;
5. la actividad derivada de la palabra;
6. la asimilación semántica de la palabra – resemantización, es decir, la aparición de matices y significados nuevos, su diferenciación entre las palabras preexistentes en el lenguaje y las nuevas;
7. El uso regular en el habla (para las palabras, no asociadas a ninguna área estilística especial, - el empleo en diferentes géneros de discurso literario, para el término - el empleo sostenible por el área terminológica que la prestó, la presencia de ciertas relaciones paradigmáticas entre los términos del este campo terminológico).

Sin embargo, no todos estos signos son necesarias para la aparición de la palabra extranjera en el idioma. Kr. Meller, por ejemplo, considera que "el proceso de asimilación y el proceso de fortalecimiento de la palabra en el lenguaje no pasan en paralelo. La palabra puede ajustarse (sonoramente) y al mismo tiempo ser completamente no arraigado o "no popular" (unvolkstumlich). Por el contrario, la palabra no ajustada (unangepasste), puede ser arraigado y popular".[[20]](#footnote-20)

Se debe distinguir la substitución fonemática (la transmisión de la palabra extranjera por los medios fonemáticos de la lengua - receptor), inevitable en la prestación léxica, y la asimilación fonética de la palabra, su adaptación en el sistema fonético de la lengua - receptor, que ya se observa en el proceso de funcionamiento de la palabra extranjera en el discurso, por tanto, no es la que caracteriza todas las palabras prestadas. También se debe distinguir la apariencia gramatical de la palabra extranjera en el idioma - receptor, que es una parte integrante del proceso de la prestación léxica, asimilación gramatical y la adaptación en el sistema gramatical de la lengua.

«El factor de la actualidad comunicativa de la palabra, su uso amplio puede resultar más fuerte, que el factor de su no asimilación gramatical". [[21]](#footnote-21) Por lo tanto, el factor funcional es más fuerte que el factor estructural: el idioma supera las limitaciones estructurales, derivadas de la falta de adaptación insuficiente de la palabra extranjera al sistema lingüístico, si surge la necesidad de designar algo con ayuda de los derivados. Algunas nuevas palabas prestadas cada vez más a menudo aparecen en los medios de comunicación y en el habla coloquial, pueden formar derivados mucho más activamente, que las palabras, estructuralmente similares, pero que no son tan populares.

Hay una condición más, que contribuye la absorción de las palabras extranjeras en el idioma – receptor - la actualización comunicativa del concepto, denominado por esta palabra extranjera. Muchos conceptos, relacionados con, por ejemplo, las esferas de política, economía, medios de comunicación o el deporte, etc., son muy pertinentes en la comunicación de no sólo profesionales, sino también de la gente ordinaria. A menudo, estos conceptos tienen designaciones extranjeras. "El mayor prestigio social de la palabra extranjera, en comparación con los nativos, a veces se produce un fenómeno que puede ser llamado "el ascenso del grado" – la palabra, que en el idioma original se refiere a un objeto ordinario, en el idioma - receptor se adjunta a un objeto, en uno u otro sentido, más significativo, más prestigioso, etc." [[22]](#footnote-22)

La palabra prestada pasa por las siguientes etapas del desarrollo léxico-semántico en la lengua nueva:

1. el ingreso al sistema de la lengua (la obtención de autonomía semántica, el uso regular en el habla, la prevalencia);
2. el desarrollo ulterior según las leyes de este lenguaje (la productividad derivada, el desarrollo semántico ulterior, etc.).

**2.6 Tipos de prestación**

Junto con la prestación tiene lugar el proceso de calco, que juega en el lenguaje una función extremadamente importante, hablando en calidad de conductor de la influencia cultural. No es sólo la formación de nuevas palabras, o la introducción de nuevas formas de la construcción mediante la prestación de los modelos léxico-semánticos y léxico-sintácticos de otro idioma, sino también, en ciertos casos, es la transferencia de nuevas para el lenguaje – receptor, relaciones gramaticales, inherentes a la lengua original. Sin embargo, es necesario distinguir los calcos y semicalcos. "La naturaleza del proceso de calco, señala D.N.Shmelev., - es que para expresar el concepto, conocido en un uno u otro idioma, la palabra extranjera se usa como un ejemplo: o por medio de medios inherentes a dicho idioma se crea la palabra derivada, que repite la estructura de formación del ejemplo (calco léxico - semántico), o a la palabra que ya existe en este idioma asigna el nuevo significado de acuerdo con lo que significado es inherente en otro idioma, semánticamente idéntico o similar por el significado principal".[[23]](#footnote-23)

Los calcos se dividen en léxicos, fraseológicas y semánticos, esto depende del elemento lingüístico, la estructura del cual se copia.

Se llaman los calcos semánticos (léxicos), en las que la significación de las unidades léxicas de una lengua adoptan las unidades léxicas de la otra, es decir, las unidades que se encuentran en relaciones similares con otras palabras. Dicho de otro modo, el calco semántico es el proceso de la atribución del sentido figurado anteriormente ausente a la palabra de la lengua materna – según el modelo de alguna palabra del otro idioma. Entre los calcos léxicos se puede destacar los calcos de las palabras derivadas (formados mediante los sufijos, prefijos o ambos), y además los calcos de las palabras compuestas (precisamente compuestas y palabras abreviadas).

Según la definición de N.M. Shanskiy, el calco fraseológico es "un giro fraseológico, que surgió a raíz de la traducción literal, o sea la traducción textual del giro de la lengua extranjera».[[24]](#footnote-24) Son posibles tales tipos de calcos fraseológicos, como reducciones fraseológicas, unidades y combinaciones, así como proverbios, refranes, fórmulas lingüísticas, etc., Es posible también la traducción de los giros idiomáticos, cuando se presta el significado de lo entero, y con ocasión de la traducción de las combinaciones libres, sólo se reproduce. Este tipo de los calcos se caracteriza por la gran cohesión de los componentes, así como la menor motivación de las combinaciones. Las desviaciones se basan en la diferencia entre los sistemas gramaticales y semánticos de los idiomas interactivos, la necesidad de descifrar, cuando no se etimologiza ninguna de las piezas del prototipo o su interpretación incorrecta. A menudo el étimo inglés del calco nuevo es un neologismo, como resultado de la traducción literal de la frase hecha en inglés.

Junto con los calcos existen los semicalcos - los llamados formaciones híbridos, los componentes de los cuales se forman de las bases de la lengua materna y, en consecuencia, el inglés. Queda sin traducir una parte de la palabra, que llegó al idioma – receptor antes de la formación de este calco, o es un elemento común para ambos idiomas, debido a su origen común. Por lo tanto, esta parte se considera como la forma material de la lengua – modelo y del lenguaje - receptor, es decir, de hecho, está traducida.

Es bastante difícil de identificar los calcos: no están claros los criterios por los que una u otra frase debe reconocer el resultado de la influencia de la lengua extranjera, y no un producto de los procesos que ocurren en el lenguaje de conformidad con sus propias leyes de desarrollo. Al parecer, se puede hablar de dos tipos de criterios que permitan identificar los calcos y separarlos, por lo menos, de las entidades "interiores", - lingüísticas y extralingüísticas. En primer lugar, los calcos se distinguen por el hecho de que se aplican los rasgos irregulares y no inherentes para este idioma en el contenido formal o en la parte substanciosa de la palabra o frase.

En segundo lugar, al definir el papel de los calcos, es importante el recurso a la realidad no lingüística: si lo que designa palabra llegó a nosotros desde el exterior, entonces es muy probable, que la misma palabra es una unidad "material" de la lengua extranjera, es decir, una prestación léxica, fraseológica o un calco. Con eso, las esferas principales que dan origen a los calcos, son las de diplomacia, política, deporte, moda y algunos otros, y las distribuyen y implementan al amplio uso los medios de comunicación.

Al igual que otros tipos de prestación, los calcos no se fijan siempre en la lengua.[[25]](#footnote-25)

Se puede hablar de la prestación "evidente" y "no evidente". Además, es posible la división de las palabras prestadas según su forma. Por lo tanto, se distinguen:

1. Los préstamos - palabras prestadas (son los del fondo léxico de la lengua extranjera);
2. Los préstamos - significaciones (corresponden a los calcos léxicos semánticos);
3. Los préstamos - expresiones (corresponden a los calcos fraseológicos).

En adelante, los préstamos pueden ser objeto de la separación más detalle según el grado de su asimilación. Distinguen los préstamos asimilados, parcialmente asimilados y no asimilados. Nos parece necesario examinar con más detalle estos tipos de préstamos:

1. Préstamos no asimilados

La parte del vocabulario, polisemántica en su lengua materna, entra en el idioma - receptor con un solo significado. Básicamente es el léxico terminológico, tanto altamente especializada, como con el uso más amplio. Este tipo se caracteriza por la forma correspondiente gráfica: en muchos casos precisamente las combinaciones léxicas no comunes para el idioma – receptor son el criterio para las palabras no asimiladas.

1. Préstamos parcialmente asimilados

A lo largo del tiempo se produce la asimilación formal, funcional y semántico de los anglicismos. En esta etapa la prestación se caracteriza por la inestabilidad de la forma, se produce también la asimilación fonética y ortográfica de la forma, pueden ser registradas varias opciones de la escritura de una palabra. Durante la asimilación gramatical se adquieren los signos gramáticos, propios del idioma -receptor.

1. Los préstamos asimilados

En esta última etapa se produce la asimilación completa morfológica y fonética según las normas de la lengua - receptor, se establecen los límites claros del significado léxico del préstamo, la palabra entra en la estructura léxico-semántica del lenguaje, y en su base comienzan a formarse los derivados de la palabra, es decir, se produce la separación más o menos completa del prototipo de la lengua materna. El anglicismo aparece y se fija en las frases típicas, se establecen las comunicaciones y relaciones diversas con las palabras de la lengua - receptor. El préstamo se manifiesta la independencia semántica, la actividad funcional. En consecuencia, su valor puede ampliarse, pasar a otras áreas funcionales y adquirir matices nuevos.

Cabe aclarar, que no siempre la palabra extranjera, encontrada en la prensa, es un préstamo adaptado, a veces es sólo un ocasionalismo del autor, usado, por ejemplo, en favor de la moda o para hacer su discurso más culto o hermoso. Los ocasionalismos se forman “por la ocasión" en las condiciones particulares de la comunicación oral y no son hechos de la lengua. La causa principal del uso de los ocasionalismos es el deseo de lograr la máxima elocuencia emocional y expresiva y la expresión estilística de la palabra, el ahorro de los recursos lingüísticos, y también por la necesidad de expresar exactamente el pensamiento, ya que el recurso de las palabras usuales puede ser insuficiente para ello.

**3.Análisis de anglicismos en el español**

El tercer capítulo de nuestra tesis se centra directamente en el análisis de los anglicismos, encontrados por nosotros en los medios impresos de España de los últimos años. A continuación, intentaremos establecer el tipo a que se refieren los préstamos, haremos el intento de identificar en qué etapa de desarrollo se encuentran los anglicismos encontrados, es decir, en qué medida enstalaron en el sistema de la lengua española, así como de definir los anglicismos más populares. Asimismo, al final del capítulo realizaremos una encuesta social, con el fin de justificar o refutar la teoría acerca de la falta de fundamento de la utilización tan amplia de anglicismos en los medios de comunicación.

Es necesario señalar, que la mayoría de los ejemplos no son los calcos o semicalcos de las palabras o expresiones ingleses, sino precisamente los anglicismos - préstamos. En general, la identificación de los calcos nos parece un proceso bastante difícil, ya que es necesario saber muy bien la realidad y los procesos de desarrollo de todos los ámbitos de la vida en uno u otro período en uno u otro estado.

* 1. **Calcos**

Al calcar se adopta sólo el significado de la unidad inglesa, su estructura, pero no su exponente material. En primer lugar, vamos a dirigirnos a los calcos fraseológicos. Como ya se mencionó, estas expresiones aparecen como resultado de la traducción literal del giro inglés. Muchos calcos fraseológicos no tienen los sinónimos en el idioma - receptor, donde sólo existen los giros correspondientes descriptivos.

*Edición tras edición las actrices y* ***celebrities*** *pasan por la* ***alfombra roja****del*[*Festival de Cannes*](http://www.trendencias.com/tag/festival-de-cannes)*dejándonos algunos* [***looks*** *para el recuerdo*](http://www.trendencias.com/alfombra-roja/los-29-mas-bonitos-e-iconicos-looks-vistos-en-la-alfombra-roja-del-festival-de-cannes-ever)*, y a tan sólo unas horas de que comienzo la****69ª edición del festival****queremos dar respuesta a la incesante pregunta…[[26]](#footnote-26)*

*Nicole Kidman posa en la* ***alfombra roja*** *de los Oscars 2018 con un vestido de Armani Privé en Hollywood, California (EE UU).[[27]](#footnote-27)*

*Alfombra roja* – el calco de *red carpet* inglés. De acuerdo con las reglas de la gramática de la lengua española, la definición sigue al sustantivo. Esta expresión proviene del concepto de *red-carpet treatment*, que comenzó a usarse después de la recepción del presidente de Estados Unidos James Monroe. Junto con este calco en el ejemplo hay dos anglicismos más: *look* – el préstamo parcialmente asimilado muy popular en español y en otros idiomas (lo examinaremos en detalle más adelante), y *celebrities*, perteneciente a los préstamos no asimilados, que también analizaremos a continuacón.

*Como todos los años la revista Time ha presentado su lista anual con*[*los 50 mejores* ***sitios web***](http://www.time.com/time/specials/packages/0,28757,1918031,00.html)*de cada año. En la edición del 2009 podemos encontrar a los más importantes servicios que da* ***Internet*** *hoy en día. [[28]](#footnote-28)*

*En el marco actual, toda persona que registra un nombre de un* ***sitio web*** *tiene la obligación de proporcionar su nombre, dirección de correo, direcciones físicas y un número de teléfono.[[29]](#footnote-29)*

*La mayor parte de las veces que nos analizan en* ***Internet*** *ni nos enteramos.[[30]](#footnote-30)*

Este ejemplo del calco de la realidad del mundo informático, es común en todas partes. La palabra *sitio* en español, seguido por el inglés *site*, además de su significado principal – *un lugar*, adquirió un nuevo - la página del internet, es decir, un lugar, donde se encuentra cierta información. Como se sabe, se usa bastante a menudo no sólo en el ámbito profesional de los programadores, sino también entre la gente común, que no está relacionada estrechamente con el ámbito de las nuevas tecnologías. Es interesante, que la segunda palabra de esta combinación, la *web*, no está asimilada, pero de acuerdo con las reglas de la gramática española, como la definición, el adjetivo, va después del sustantivo. Por lo tanto, esta expresión se puede atribuir a los semicalcos. Además, observamos un otro préstamo, no asimilado - *Internet*, que, como hemos visto, en todas las fuentes se escribe con mayúscula.

*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****.[[31]](#footnote-31)*

En este ejemplo vemos la palabra *red* – el calco léxico del *network* (red) inglés, que se convirtió en el término informático. Cabe señalar, que la palabra *network* también fue prestada por la lengua española, además vemos el semicalco *network mundial*, formado de *global network* inglés.

# *Y si echamos la vista atrás nos damos de una cosa de lo más evidente: sus estrellas han perdido muchos kilos por el camino...[[32]](#footnote-32)*

# Como vemos, *la estrella* es el calco de la palabra inglesa *star*, que se usa en el significado de "un hombre famoso", es decir, furon tomados dos unidades léxicos correspondientes, que se encuentran en las mismas relaciones con otras palabras de sus idiomas. Mientras tanto, la palabra *star* es un préstamo no asimilado. Al analizar la frecuencia de uso de palabras es*strella* y, en consecuencia, *star*, que más a menudo aparece en la expresión *super star*, podemos sacar la conclusión de que la última se usa mucho más a menudo. Por ejemplo:

*Revista Vogue* ***Super star,*** *España, mayo 2014.[[33]](#footnote-33)*

*Jeremy Corbyn* ***Superstar****[[34]](#footnote-34)*

*Loción para* ***después de afeitar*** *Casera.[[35]](#footnote-35)*

Como nos parece, la expresión española *después de afeitar* representa un calco de *aftershave* inglés (literalmente *después del afeitado*). Hemos observado, que ambas unidades léxicas, *después de afeitar* y *aftersun,* activamente se emplean en las páginas de la prensa española, lo que indica, que el uso de las palabras inglesas es el tributo a la moda.

Más adelante nos gustaría citar un ejemplo de calco, que se encuentra en la frontera entre los calcos léxicos y derivados, porque al calcar el significado semántico, atribuible a las unidades idénticas de la lengua - receptor, fue creada una nueva estructura de la palabra, inhabitual para el idioma español.

*Los shorts vaqueros y los* ***minivestidos*** *de encaje son algunas de las alternativas más convincentes de nuestras protagonistas en la calle.[[36]](#footnote-36)*

*Multa a Schweppes y a una agencia por los* ***minivestidos*** *de las azafatas del Godó [[37]](#footnote-37)*

*Tote Vignau con un uniforme que anunciaba la bebida Schweppes, alertaron de que*[*tuvieron que vestir* ***minifalda*** *y manga corta con temperaturas inferiores a 10 grados y lloviendo*](https://elpais.com/deportes/2017/05/05/actualidad/1494007493_274854.html)*.[[38]](#footnote-38)*

Como se sabe, la patria de mini es la Inglaterra de los años 60. La palabra española *minivestido* es el calco de minidress inglés. Al mismo tiempo con este préstamo a menudo aparece la palabra *minifalda*, calco de *miniskirt*. Es interesante el hecho de que la primera no está registrada en el diccionario de la RAE, y al segundo se da la explicación muy clara. Estos préstamos parcialmente asimilados nos hemos encontrado muchas veces.

* 1. **Semicalcos**

Pasaremos ahora a los ejemplos de semicalcos, encontrados por nosotros en las páginas de las publicaciones españolas. Como se mencionó anteriormente, los semicalcos son las formaciones híbridas, y sus componentes se forman de las bases del español y, en consecuencia, del inglés.

*La campaña de Absolut cuenta además con la colaboración del* ***grupo de rock****Wolfmother y con el legendario fótógrafo Danny Clinch.[[39]](#footnote-39)*

La música es una de las áreas más propensas a la prestación. Al parecer, la gran mayoría de sus nuevas formaciones no son calcos, sino los prestamos puros, rara vez se asimilan en la lengua, manteniendo su forma original, que será ilustrado adelante. Sin embargo, en este caso, el término *grupo de rock* es una copia de *rock group*, uno de los elementos se traduce, y el otro mantiene su forma, ya que es un nombre del estilo musical. A menudo, tales préstamos se convierten en neologismos. Se encuentra también otra versión de este préstamo con otra variante de la traducción al español, *group - banda:*

*Jamás una* ***banda de rock*** *fue tan buena y tuvo tanta mala suerte [[40]](#footnote-40)*

*Enrique Iglesias feat. Descemer Bueno Y Gente De Zona – Bailando (****versión remix****).[[41]](#footnote-41)*

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

La expresión *version remix*, en nuestra opinión, representa el calco inglés de *remix version*.

Así se puede observar que los ejemplos presentados de semicalcos están relacionados con la esfera de música. Una parte de la expresión, que contiene el nombre del estilo o término musical, como en el último caso, no se traduce, que no es sorprendente debido de la ausencia de sus sinónimos en español y en cualquier otro idioma, y la otra parte se calca.

Pasaremos luego al examen del grupo de los préstamos materiales, que adoptan no sólo el contenido y significados (o uno de los significados) de la unidad léxica extranjera, pero también, con algún grado de acercamiento – su componente material. Estas palabras no se traducen. Al entrar en el sistema de la lengua de acuerdo con sus normas, tienden cambiar poco a poco su aspecto gráfico, pero también pueden mantener su forma original, siendo frecuentemente usados. De acuerdo con la clasificación anteriormente presentada, categorizamos los préstamos en los asimilados (es decir, ya adaptados a las normas fonéticas, morfológicas y gráficas de español), no asimilados (principalmente el léxico terminológico, y además las palabras con las combinaciones no comunes de letras para la lengua española), y parcialmente asimilados (es decir, que se encuentran en la fase intermedia de desarrollo en español).

* 1. **Préstamos asimilados**

En primer lugar, volvemos a los préstamos asimilados. Tendemos a mantener la opinión de que la asimilación de los préstamos no es un signo obligatorio de su uso frecuente, es decir, la palabra prestada puede usarse con frecuencia suficiente, manteniendo su forma gráfica. Así, por ejemplo, una gran parte del vocabulario de la esfera musical, de moda y las nuevas tecnologías no es asimilada, sin embargo, se usa frecuentemente y en muchos casos está registrada en los diccionarios.

*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.[[42]](#footnote-42)*

***Chequeo*** *rápido para saber si las redes sociales han chamuscado su cerebro[[43]](#footnote-43)*

En estos ejemplos vemos el verbo *chequear* y el sustantivo *chequeo*, claramente formados del verbo prestado del idioma inglés - *to check*. Este verbo ya está registrado en el diccionario de la Real Academia Española, aunque se observa que la palabra es un anglicismo. Es interesante que en esta misma oración figura el equivalente español de esta palabra – el verbo *revisar*, por eso se puede concluir, que el uso de la palabra *chequear* se debe a la moda, así como, posiblemente, a fin de evitar la repetición o diversificar el discurso. En el variante México de la lengua española este verbo figura en su forma constante (*check*), que se nota en el diccionario *Multitran*. Además, en la lengua figura el sustantivo asimilado *cheque*, en el significado de *la factura* o *cuenta,* formado de la misma base.

*ELLE Decor > Casas > Un* ***mix*** *de glamour y color [[44]](#footnote-44)*

**En el diccionario de la Real Academia no se especifica el préstamo *mix*, de lo cual podemos concluir, que el préstamo no es asimilado, sin embargo, este término se encuentra en las ediciones españolas con bastante frecuencia, adquiriendo nuevos matices estilísticos, y tiene la actividad derivada, que se ilustrará en los siguientes ejemplos:**

*Detalles Del Producto: material de la caja – plástico , pulsera - material* ***mixto****, relojería – cuarzo.[[45]](#footnote-45)*

**En este ejemplo está presentado el sustantivo derivado de *mix – mixto.***

**En el siguiente ejemplo vemos un nuevo verbo derivado *mixear* en el significado de *mezclar, hacer una mezcla*. Cabe señalar que este verbo fue encontrado por nosotros sólo en los textos de tema musical.**

*Descargar para* ***mixear*** *música... (16 programas)[[46]](#footnote-46).*

Seguimos:

*¡No verán un* ***gol*** *mejor en todo el 2016![[47]](#footnote-47)*

Las posibilidades ricas para la prestación proporciona la esfera de deporte, de donde pasan no sólo los nombres de los deportes, sino todos los conceptos asociados. En su mayor parte, son los préstamos no asimilados, sin embargo, en este caso nos encontramos con el préstamo, derivado de *goal*. La cuna del fútbol es Inglaterra, en consecuencia, el léxico, relacionado con el fútbol originó allí, y no puede tener análogos o sinónimos en otros idiomas, como, además, todo el léxico terminológico. A pesar de que los conceptos, relacionados con este deporte ya se han convertido en generalmente establecidos, pero en el diccionario esta palabra se destaca como el anglicismo.

Para demostrarles lo rico que está la esfera del deporte en el lenguaje de los medios de comunicación españoles, hemos preparado un pequeño diccionario de los anglicismos deportivos. (Tabla 1)

**Tabla 1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Anglicismo** | **Equivalente o traducción al Español** |
| Aeróbics | Aeróbicos |
| Aquadance | Baile acuático |
| Aquaplaning | Planeo sobre el agua ( Deporte en el que una lancha rápida tira de una person que se desliza por el agua con una tabla.) |
| Backflip | Salto hacía atras |
| Baseball | Béisbol |
| Basket / basketball | Baloncesto |
| Beach volley | Voleo de playa |
| Boomerang | Bumerán |
| BOSSU (Both Sides Utilized) | Ambos lados utilizados (Ejercicio físico sobre un soporte flexible en forma de media luna.) |
| Boxing | Boxeo |
| Boy scout | Niño exploador |
| Cheerleader | Animador, porrista |
| Draft | Llamamiento (Evento anual a final de temporada a través del cual lis equipos fichan a los jugadores novatos o promesas.) |
| Drive | Impulso |
| Esprinter | Corredor |
| Free slyle | Estilo libre |
| Goal average | Media degoles (Aritmética média de los goles o tantos por partido asignados por un jugados o equipo.) |
| Jet sky | Moto acuática |
| Kickboxing | Boxeo de pie |
| MVP (Most Valuable Player) | Mejor jugador |
| Off.-side | Fuera del lado |
| Playoff | Contraposotión |
| Super bowl | Copa superior (Campeonatp anual de la “National Football League” en EEUU) |
| Track | Huella / Esquí |
| Trekking | Viaje |
| Wakeboard | Tablero estela |
| Waterpolo | Polo acuático |
| Windsurf | Surf de vela |
| Yatching | Competencia en yate de vela |

Esta lista no es completa, pero ya demuestra la enorme cantidad de anglicismos en el área de deporte de los medios de comunicación españoles. Tal vez por eso, a menudo es difícil de comprender las reglas de un juego, ya que están llenas de la terminología extranjera.

## *El cantante protagoniza junto a Macarena García el nuevo fashion film de Springfield, una oda a la naturalidad perfecta para descubrir que las tendencias del verano juegan a tu favor[[48]](#footnote-48)*

El anglicismo *fashion* es muy popular en español. También se usa como el sustantivo en el sentido de la moda. Aunque la palabra se usa en el español en su forma original, como nos parece, ya se puede considerarla asimilada. El siguiente ejemplo es la pueba directa de ello.

*Aprendé de moda con los mejores libros de* ***fashionistas.[[49]](#footnote-49)***

Esta palabra procede del sustantivo *fashion* con el sufijo agentivo *–ista* y no tiene sinónimos de una sola palabra a diferencia de *fashion*.

*Los mayores de 40 años aprenden a* ***cliquear.[[50]](#footnote-50)***

Ante nosotros está el ejemplo de la esfera informática: el verbo *cliquear* procede de la onomatopeya inglesa *to click,* una de las significaciones de la cual es hacer clic (con el ratón), pulsar (sobre un enlace), ir (al elance o sitio web). Como podemos observar, la combinación de letras *ck* se asemejó en *q*. Este préstamo es muy popular en el español moderno.

* 1. **Préstamos parcialmente asimilados**

La mayoría de los ejemplos de los préstamos parcialmente asimilados de nuestra tesis está representada por las palabras, que no cambiaron su escritura por el momento, pero ya han empezado a tomar forma y rasgos pertinentes de la lengua española y combinarse con otras categorías gramaticales. Sobre la inestabilidad de la forma permiten juzgar los ejemplos de diferentes variantes ortográficos de las palabras. Sin embargo, hemos conseguido encontrar sólo una pequeña cantidad de ejemplos similares, aceptando también como la opción gráfica la presencia o ausencia del guión. De aquí se puede concluir, que la variación de la forma en esta etapa no es común para los préstamos en la lengua española.

*Compra tu***Weekend***Camiseta en Wordans*España*![[51]](#footnote-51)*

Hemos observado este anglicismo muchas veces, sin embargo, esta palabra fue encontradoa como el adjetivo sólo una vez, principalmente se figuraba como sustantivo, que está presentado en el siguiente ejemplo:

*Juana Viale y un weekend romántico en el sur.[[52]](#footnote-52)*

Como nos parece, el uso del préstamo *weekend* no es justificable en el español. A pesar de su calco español *fines de semana*, este anglicismo es muy popular. A diferencia del ejemplo anterior, en esta oración la palabra va acompañada el por adjetivo *romántico* en posposición, que muestra la compatibilidad de palabra prestada con otras partes de la oración, en relación con lo que se puede considerarlo parcialmente asimilado.

*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.[[53]](#footnote-53)*

La combinacion prestada *smoky eyes* o *smoky eye* literalmente significa *ojo/os ahumado/os*. En la mayoría de los casos está expresión no se traduce en los idiomas - receptores, ya que es un término, que indica el tipo de maquillaje de ojos. Esta conclusión hemos hecho, buscando no sólo en españoles, sino también en las ediciones rusas. Sin embargo, en el español se encuentra con menos frecuencia - pero también hemos observado unos calcos, tales como *ojo ahumado* u *ojos ahumados*, y no se puede decir lo mismo sobre el idioma ruso. Por ejemplo:

El paso a paso de un **ojo ahomado** (en video).[[54]](#footnote-54)

Este préstamo se puede considerar parcialmente asimilado, a juzgar basándose en los ejemplos siguientes:

# [Las claves para un maquillaje 'smokey eyes' perfecto](http://www.mujerhoy.com/belleza/blog-maquillaje-estrellas/maquillaje-smokey-eyes-perfecto-836236102014.html).[[55]](#footnote-55)

# ¿Cómo lograr un look Smoky Eyes perfecto?[[56]](#footnote-56)

# Como se ve, el préstamo va acompañado por las definiciones – los adjetivos en posposición: en ambos casos es la palabra española *perfecto*. Además, en el primer ejemplo, en la palabra *smoky* vemos la sustitución de la combinación de letras *ky* en *key,* así como la primera es inusual para el español y es más difícil para la lectura y percepción del lector, para nada familiarizado con el inglés.

# A continuación, examinaremos los endeudamientos, usados con más frecuencia, que conservan su forma original y que son, como nos parece, parcialmente asimilados.

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

# *Maquillaje de ojos azul: demostramos que puede ser mejor, incluso, que el negro.[[57]](#footnote-57)*

[*El Corte Inglés. Un destino para el* ***shoppin****g del lujo*](http://es.revistarusa.net/el-corte-ingles-un-destino-para-el-shopping-del-lujo/)*.[[58]](#footnote-58)*

## *La top Karlie Kloss, imagen de Mango, se sube este mes a la atracción más brillante.[[59]](#footnote-59)*

El préstamo *look* se encuentra muy a menudo en los artículos y publicaciones, dedicados a moda. Nosotros no tenemos razones considerarlo asimilado o la palabra, totalmente adentado al sistema de la lengua. En español hay palabras que en la lista de sus singnificados tinen los similares, por ejemplo, *el aspecto* y *la imagen*. En conformidad con la norma española en este caso la definición está en postposición (en inglés sería *red curpet looks*), sin embargo, también es el préstamo, ya mencionado por nosotros anteriormente – *red curpet*, que tiene el calco en español – *alfombra roja*.

El préstamo *shopping* es muy popular en el idioma español. En nuestra opinión, no es injustificdo y se use a menudo debiado a lo que es "de moda", así como en el idioma - receptor hay su equivalente, *ir de compras*.

Para designar el maquillaje en los medios de comunicación españolas se utilizan dos palabras: el préstamo *make up* y *maquillaje* español, que llegó de francés (*maquillage*). Esta palabra se originó en los teatros franceses del siglo XIX y significaba el maquillaje para los actores. Actualmente la variante más popular es el inglés, que como la mayoría de los préstamos del mundo de brillo y belleza, se debe a la moda. Este préstamo nos referimos a los parcialmente asimilados, ya que suele ir acompañado por la definición en postposición:

# Make up de lujo... ¡Para verte mejor![[60]](#footnote-60)

# El secreto del ‘no makeup’[[61]](#footnote-61)

# *La top* – es la reducción de *top model* inglés, y es, como nos parece, el préstamo parcialmente asimilado: en inglés no hay tal reducción, así que el préstamo cae bajo la influencia de la lengua - receptor. También se cambia por el género, que podemos observar en el ejemplo siguiente:

## *Hablamos con el top model holandés durante su visita al MFShow Men.[[62]](#footnote-62)*

*…la marca, una de las más importantes del mundo, tiene a su disposición a cualquier****top model****de renombre, e incluso a cualquier estrella de Hollywood.[[63]](#footnote-63)*

# Junto con las variantes del préstamo *topmodel* mencionados, en el español moderno hay un equivalente, que se una no menos amneudo – *modelo* que llegó de la lengua italiana (*modello*) en la época del Renacimiento (siglo XVI):

# *El 2016 será su año: 6 modelos que ya deberías conocer.[[64]](#footnote-64)*

# Un préstamo más se encontró por nosotros en la esfera de televisión:

*¿Cuántos ejemplares se necesitan para hacer un***best seller***?[[65]](#footnote-65)*

*La empresa empieza con ocho 'best sellers' anglosajones traducidos al español.[[66]](#footnote-66)*

La significación de este préstamo (de *best seller* inglés – lo que se vende mejor de todos) - un libro u otra edición publicadas, por ejemplo, un juego de ordenador, está en la lista de los más vendidos. Este anglicismo reemplaza una oración concepto entero, que no tienen equivalentes en el idioma español, por eso lo consideramos justificado. En los medios de comunicación impresos hemos encontrado cuatro variantes de la escritura de esta frase: junto, con guión y en comillas. Esto demuestra la inestabilidad de la forma. Ya hemos querido llevar este anglicismo a los no asimilados, pero de repente, en una de las publicaciones vimos el derivado de esta palabra – *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.[[67]](#footnote-67)*

En primer lugar, la letra *s* está reemplazada por la *c*, así como observamos la presencia del sufijo agentivo *–ista,* mediante el cual se formó esta palabra, como en el caso con la palabra *fashionista*, analizado anteriormente. Por lo tanto, se puede considerarlo con confianza parcialmente asimilado.

# A continuación enumeraremos, sin examinarlas en detalle, los ejemplos de los préstamos parcialmente asimilados más populares, que hemos observado, con sus significaciones o equivalentes españoles: *drink (bebida), cocktail (cóctel), fan (fanático), club (club, discoteca), relax (relajar, calma), shampoo (champú), lipstick (lapiz de labios, pintalabios), eyeliner (lapiz de ojos, delineador), jeans (vaqueros), flirt (ligar, coquetear), top (principal), trendy (moderno, de mooda), glam / glamour, cool (genial), hot (caliente, atractivo, guapo).*

# Habiendo hecho la selección de dichas palabras, hemos llegado a la conclusión de que la mayoría de los préstamos de este grupo se podía evitar, lo que no se ha hecho en favor de la moda.

* 1. **Préstamos no asimilados**

Por último, vamos a recurrir a los préstamos no asimilados. Los ejemplos de este grupo son la mayor parte de los préstamos, encontrados por nosotros. Como ya se ha mencionado, los préstamos no asimilados conservan su forma original y, entrando en el idioma- receptor, tienen un significado (generalmente principal), que puede extenderse sólo en la medida de la penetración de la palabra en el idioma. No es siempre fácil juzgar, cuál de ellos se arraigará en el lenguaje, y cuales se irán.

Cabe señalar, que, entre los anglicismos, encontrados por nosotros en las revistas y periódicos españoles, los más numerosos son los no asimilados de los grupos temáticos de "música", " moda" y "nuevas tecnologías". Tales préstamos en su mayoría son terminológicos y es poco probable que comiencen a integrarse en el idioma español, ya que, en cualquier idioma del mundo, conservan sus nombres originales y no están sujetas a cambios. Esto nos da razón para suponer que son internacionalismos, es decir, las palabras, que se plantean originalmente en un idioma y, a continuación, se prestan a la mayoría de otros idiomas de todo el mundo para designar este concepto.

Vamos a examinas algunos ejemplos de los préstamos no asimilados:

*El vestido* ***folk****, la prenda clave del otoño.[[68]](#footnote-68)*

*Completa agenda de conciertos de****rock, punk, heavy metal, pop rock, funk****.[[69]](#footnote-69)*

Como se ve, en inglés y español todos estos nombres son los mismos. Cuando comienzan a crearse las nuevas entidades con elementos similares, que ya son, como regla, semicalcos (a expensas de lo que en ellos está presente un elemento extranjero). Un ejemplo de este desarrollo (*grupo de rock*) ha figurado más arriba, cuando hemos hablamos de semicalcos. Sin embargo, hay casos en las que las entidades con tales elementos se prestan completamente por la lengua - receptor:

*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.[[70]](#footnote-70)*

Nos parece que el español dispone de medios suficientes para la creación del semicalco de esta expresión, *rock star* (ya hemos visto el calco léxico de *star* - *estrella*). Probablemente, tendría el siguiente aspecto - *estrella de rock*, porque ya hemos hablado de este rasgo determinado de la lengua española – posposición de definiciones. Sin embargo, es difícil predecir, si permanecerá este calco, o el préstamo *rockstar* se quedará no asimilado. En la misma oración vemos uno ejemplo más de prestación de la esfera musical - *rock 'n' roll.*

Ahora vamos a recurrir al vocabulario de las nuevas tecnologías. Nos parece que la mayoría de estos préstamos, como en el caso de anglicismos de la esfera musical no llegarán a la forma, que corresponde a los normas fonéticas y gráficas de la lengua – receptor, porque actualmente su uso en la prensa ya es muy extendido, pero no se observa ningún cambio de su escritura.

[*Versión* ***online*** *de la revista de moda, belleza y celebrities - ELLE.ES*](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjd_Yuer-PMAhXoJZoKHS1kDWoQFggbMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.elle.es%2F&usg=AFQjCNGmo3YpI3bo0PN2eQqStJUf3jU4Mg&bvm=bv.122129774,d.bGs)*[[71]](#footnote-71)*

#### La verdad es que medité mucho para escribir este blog...[[72]](#footnote-72)

Ante nosotros están los préstamos no asimilados más usados, que son las realidades del mundo de informática, comunes en todo el mundo - online (en línea) y blog. Por supuesto, se puede imaginar el calco del préstamo *online* – *en linea*, que, por cierto, fue encontrado por nosotros varias veces, pero creemos, que el calco ya no podrá sustituir este anglicismo. El último préstamo *blog* (de *web log* – registro de red o diario de eventos) significa un *sitio web*, el contenido principal de la cual son los registros, imágenes o multimedia regularmente agregados.

A continuación, consideremos algunos ejemplos de los préstamos no asimilados, encontrados por nosotros:

*Gucci marca las tendencias* ***'must have'*** *de esta primavera-verano.[[73]](#footnote-73)*

Es interesante, que en el idioma ruso el préstamo *must have* normalmente no se traduce. Esta expresión, que actúa como un sustantivo con el valor de la *cosa, que se debe tener necesariamente*, según nuestra convicción, es una prestación injustificada, sin embargo, esto no significa que no se consolidará en la lengua.

*Eduardo Jiménez es el nuevo* ***Make Up Artist*** *en España de la firma Yves Saint Laurent.[[74]](#footnote-74)*

Como ya se mencionó anteriormente, el anglicismo *make-up* tiene en español el equivalente de origen francés – *maquillaje*. *Make up* *artist,* a su vez*,* también tiene el sinónimo – *maquilladora*, pero se usa mucho menos que la versión inglés, causada por la moda.

A continuación, consideremos los préstamos no asimilados de otras esferas de la actividad humana, que son de nuestro interés.

Son muy populares las palabras extranjeras en el mundo de la televisión, por ejemplo:

*show(шоу), talk show(ток-шоу), reality show/reality (реалити-шоу), sitcom(сит-ком), soap-opera (мыльная опера), cast(актерский состав).*

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

Los reality y talk-show, tan populares en nuestros días, fueron inventados en Estados Unidos, como, en general, y el resto de los géneros mencionados, por lo tanto, y los nombres que designan esos fenómenos, se hacen los préstamos en el resto de las idiomas. Es de destacar, que en el español, en lugar de *reality-show* puede utilizarse la abreviatura *reality*:

*Elle MacPherson conducirá su propio* ***reality*** *de moda.[[75]](#footnote-75)*

También, como ya hemos mencionado en nuestra tesis, la posibilidad muy rica para la prestación ofrece la esfera de deporte, de donde se prestan no sólo los nombres de los deportes, pero también los conceptos, por ejemplo, la palabra *doping*:

En [España](https://es.wikipedia.org/wiki/Espa%C3%B1a), el [**dopaje**](https://es.wikipedia.org/wiki/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.[[76]](#footnote-76)*

Como se ve del ejemplo, el préstamo tiene el equivalente español.

En cuanto a la política y la economía, también son las esferas benditas para la creación de los préstamos. Varias veces nos hemos encontrado la palabra *manager* (gerente) y el adjetivo *offshore* (paraíso fiscal, situado o actual en otro país), sin embargo, poseen las características de los préstamos asimilados.

A continuación enumeraremos, sin examinarlas en detalle, otros ejemplos de los préstamos no asimilados más populares, que hemos observado, con sus significaciones o equivalentes españoles: *mood (humor, ánimo), shop(tienda), dancefloor (pista de baile), check-up(comprueba, reviso), lifting (ritidectomía), privacy(vida privada), sms(mensajes de texto), baby-sitter(niñera), backstage (bastidores), boyfriend(novio), poster(cartel, afiche), sneakers(zapatillos de deporte), loafers (zapatos tipo mocasine), feeling(sensación, sentido, emoción), low cost (bajo costo, costo reducido), newsletter (hoja informativa), crew (equipo), outfit (traje, ropa), trendy (de moda), mainstream (corriente principal, general), deadline (fecha límite, plazo), afterwork ( significa reunirse con tus comрañеrоs de trаbajо pаra tоmar algo dеspués de la jornada laboral), feedback (comentario, opinión).*

Como podemos observar, la mayor parte de los préstamos no asimilados, que figura en este párrafo, tiene sus equivalentes en el idioma español y, por tanto, el uso de estos préstamos no se puede considerar razonable. No podemos predecir, cuáles de ellos se irás de la lengua, cuáles quedarán en su forma original, y cuáles serán asimilados, ya que el proceso de desarrollo dura muchos años.

* 1. **Comentarios sobre el tercer capítulo**

A la hora del trabajo con los textos, hemos encontrado muchas veces con los casos de la prestación ocasional, como en el caso con al verbo *mixear*, por ejemplo, en general injustificada, y que puede causar problemas a los hablantes nativos de la lengua - receptor, no bastante bien familiarizados con el inglés. Especialmente los artículos sobre la moda están abarrotados por los préstamos de este tipo, cuyo uso no está justificado, que ya hemos mencionado muchas veces más arriba, y que sean fáciles de evitar. También cabe destacar el hecho de que a menudo las palabras que se utilizan debido s la moda, no se encuentran en los diccionarios, y hay que buscar la información en foros y blogs. Curiosamente, los autores y los editores de las revistas y periódicos, ellos mismos son conscientes de este problema, y algunas ediciones contienen una sección especial, el llamado "Diccionario", como, por ejemplo, una de las ediciones de la revista Elle en España, que se llama "*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".* Aquí, involuntariamente, aparece la idea de que la falta de comprensión de lo escrito de los lectores tiene un efecto negativo en el comercio y la publicidad. En esta sección, los editores explican el significado de los términos, que pueden ser nuevos e incomprensibles para el lector. Pero, a pesar de la existencia de los diccionarios y de otras fuentes de la terminología "de moda", el hecho es que muchas personas experimentan dificultades al leer la prensa.

En cuanto a los símbolos, utilizados en los medios de comunicación para indicar el uso de préstamos, hemos identificado dos formas: cursiva y paréntesis. Analizando más y más palabras, hemos identificado un patrón general que se observaba en las páginas de todas las ediciones:

1. Los calcos y semicalcos generalmente no se marcan por escrito.

En el segundo caso, hemos identificado unas series de los préstamos, que en la mayoría de publicaciones se han marcado por igual, por ejemplo, las palabras online, blog, shopping, chequear, blog, shopping casi nunca tienen las marcaciónes, los préstamos look, feeling, doping, básicamente siempre se escriben en cursiva, y must have, rock star, smoky eyes casi siempre están entre comillas. En base a esto hemos llegado a la conclusion, de que las palabras más arraigadas en el lenguaje no se marcan, y los préstamos, que se encuentran en una u otra fase de asimilación, se escriben en cursiva o entre comillas, en tanto que lo último principalmente se aplica a los préstamos no asimilados.

Sin embargo, en algunos casos, a pesar de todos los argumentos anteriores, los editores a menudo no se adhieren a las reglas especiales, marcando o no las palabras mediante las comillas, la cursiva o de ninguna manera.

**3.7 La investigación de la relación de los nativos del español con el uso de los anglicismos en los medios de comunicación**

**3.7.1Descripción de la investigación**

**Objetivo del estudio:** Justificar o refutar la teoría acerca de la falta de fundamento de la utilización tan amplia de anglicismos en los medios de comunicación

**Programa del estudio:**

1. Realizar la encuesta entre los nativos del español
2. Analizar los datos obtenidos

**Momento de realización**: abril de 2018

**Base del estudio**: nativos del español de entre 23 y 26, 32 y 50 años de edad.

**3.7.2** **Descripción de los resultados obtenidos**

En el curso de la investigación, se realizó la encuesta de los nativos de la lengua española dos grupos de edad.

Les planteamos las siguientes preguntas:

1. ¿Si saben la significación de todos los anglicismos en los medios de comunicación?
2. ¿Cuáles anglicismos son los más populares?
3. ¿Si están de acuerdo con el hecho de que hay que limitar el número de anglicismos en los medios de comunicación?
4. ¿En qué tipo de los medios de comunicación los anglicismos se usan más a menudo que en otros?
5. ¿Si está de acuerdo con el hecho de que los anglicismos dificultan la comprensión del texto?

Al analizar los resultados de la encuesta realizada (véase la Tabla 2), hemos recibido los resultados siguientes:

**Tabla 2**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Preguntas** | **Nativos de 23-26 años de edad (15 personas)** | **Nativos de 32-50 años de edad (15 personas)** |
| 1.¿Si sabe la significación de todos los anglicismos en los medios de comunicación? | Sí – 13 (87%)  No – 2 (13%) | Sí – 10 (67%)  No – 5 (33%) |
| 2.¿Cuáles anglicismos son los más populares? | Hipe, PR, online, nickname, party, hotdog, websitio, deadline, makeup, login, emoji/smile, brand, teenager, freak, chat, blog, marketing, VIP, clickear, email. | Futbol, shopping, supermarket, shop, fishing, news, brand, online, internet, weekend, price, boss, click, ok, killer, smile, sms, email. |
| 3. ¿Si está de acuerdo con el hecho de que hay que limitar el número de anglicismos en los medios de comunicación? | Sí -10 (73%)  No – 5 (27%) | Sí -11 (67%)  No-4 (33%) |
| 4.¿En qué tipo de los medios de comunicacón los anglicismos se usan más a menudo que en otros? | Internet, televisión, revistas, periódicos | Televisión, internet, periódicos |
| 5. ¿Si está de acuerdo con el hecho de que los anglicismos dificultan la comprensión del texto? | Sí – 7 (47%)  No – 8 (53%) | Sí – 13 (87 %)  No – 2 (13 %) |

Teniendo en cuenta los datos de la encuesta, hemos llegado a la conclusión: el objeto de este estudio es relevante para la mayoría de los encuestados. Ya que aproximadamente el 70% de los encuestados creen, que podría ser menos anglicismos en los medios de comunicación, por lo que podemos suponer, que es injustificado el uso tan frecuente de los anglicismos en los medios de comunicación y en algunos casos se puede y se debe evitarlo, ya que no hay necesidad del número tan grande de los anglicismos en los medios de comunicación españoles gracias a sus equivalentes en la lengua - receptor. El análisis de las particularidades de la aparición de los anglicismos muestra, que solo se necesitan los términos informáticos y los de internet, que no tienen análogos en español.

**Conclusiones generales de la investigación:**

1. El tema investigado es relevante para la mayoría de los encuestados.

2. Una parte de los encuestados considera, que es necesario el uso de los anglicismos en los medios de comunicación.

3. La mayoría de los encuestados cree, que es exceso el uso de anglicismos en los medios de comunicación españoles.

4. Según los resultados de la investigación se constató que muchos anglicismos en los medios de comunicación españoles pueden ser sustituidos por los análogos de la lengua - receptor.

5. Debe limitar el número de anglicismos en el lenguaje de los medios de comunicación y controlarlo a nivel estatal.

**Conclusión**

En virtud de nuestro análisis de ejemplos, seleccionados de los medios de comunicación impresos españoles, publicados en España durante los últimos años, podemos distinguir las siguientes áreas, que resultaron más fructíferos para la creación de los calcos, semicalcos y los préstamos: moda, deporte, música, nuevas tecnologías, televisión, y otros, que no tuvieron la influencia tan fuerte.

Como resultado del trabajo, realizado por nosotros, fue presenta la siguiente clasificación, que incluye siguientes tipos de anglicismos: calcos (fraseológicas, léxicas (semánticos y de la formación de palabras), semicalcos, y los préstamos propiamente dichos (asimilados, parcialmente asimilados y no asimilados).

En el proceso de análisis, fueron distinguidos los anglicismos más populares en la presenta etapa del tiempo. También hemos comprobado, que la popularidad de la prestación no depende del grado de su asimilación. Además, hemos examinado la influencia de la moda al proceso de la prestación, y del proceso de la prestación a la lengua española y la cultura en general.

Hemos llegado a las siguientes conclusiones: actualmente la influencia de la moda a la lengua, sin duda, es enorme – en las páginas de las revistas, periódicos y ediciones en internet, nos encontramos con la cantidad impresionante de los anglicismos, el consumo de los cuales es absolutamente injustificado, debido a la presencia de los equivalentes dignos en el idioma - receptor, que sólo puede explicar la influencia de la moda. Una parte de ellos, en nuestra opinión, es ocasional, que desaparecerá tan rápido como apareció, sin embargo, muchos de ellos ya empiezan a asimilarse parcialmente, sin llamar algún fenómeno nuevo y teniendo sinónimos españoles. Por supuesto, en este caso no compartimos las opiniones de los puristas, aunque creemos, que el abuso de los préstamos injustificados en algunos casos puede afectar al idioma.

Además de ello se ha realizado el estudio sobre las actitudes de los nativos de la lengua española hacia la sustitución de los equivalentes españoles por los préstamos ingleses. A raíz del análisis de los cuestionarios hemos llegado a la conclusión de que es injustificado el uso tan frecuente de los anglicismos en los medios de comunicación y en algunos casos se puede y se debe evitarlo

Sin embargo, el idioma es un organismo vivo, parte integrante del cual es el proceso de la prestación, por lo tanto, debe considerarlo una cosa normal y natural, y el estudio de culturas y lenguas nacionales diferentes en el proceso de su evolución, como señala Degtiarenko L. V., abre las perspectivas amplias para continuar los estudios, cuyos resultados permiten identificar las nuevas tendencias de desarrollo, interacción y el enriquecimiento cultural de las lenguas diferentes.

**Referencias bibliográficas**

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 Интерno – коммуникация (область пересечения и проблемы взаимодействия) //

Язык современной публицистики М.: Наука,2005

4. Засурский Я.Н.

Медиатекст 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 ХХ 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](http://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

39. https://profedelengua.blogia.com

40. https://w3techs.com

41. www.elpais.com

**ADICIONES**

Al concluir quisiéramos mencionar un hermoso artículo del escritor español, Julio Llamasares, publicado en el periódico *el Pais* en 2003, en la que él, por parte del nativo de la lengua española, en la manera más brillante responde a la pregunta de si el proceso del préstamo es normal y natural en la evolución de las lenguas, o es simplemente una complacencia de la moda.

**"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 fiambrera 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 raffting, 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 delyoghurt 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 unmagazine, 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.*[[77]](#footnote-77)*

1. Муравьева Н.В. Язык телевидения – язык улицы? // Русская речь вып.3 / 2000. - С. 46. [↑](#footnote-ref-1)
2. Крысин Л.П. Литературная норма и речевая практика газет // Язык современной публицистики. М.: Наука,2005. - С. 49. [↑](#footnote-ref-2)
3. Какорина Е.В. СМИ и Интерno – коммуникация (область пересечения и проблемы взаимодействия) // Язык современной публицистики М.: Наука,2005. - С. 67. [↑](#footnote-ref-3)
4. Какорина Е.В. СМИ и Интерno – коммуникация (область пересечения и проблемы взаимодействия) // Язык современной публицистики М.: Наука,2005. - С. 67-68. [↑](#footnote-ref-4)
5. Засурский Я.Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 7. [↑](#footnote-ref-5)
6. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005 - С. 14. [↑](#footnote-ref-6)
7. Francisco Javier Díes Vegas. Spanglish/http://www.ia.uned.es [↑](#footnote-ref-7)
8. Дегтяренко Л.В. Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш – 2007. – С.70. [↑](#footnote-ref-8)
9. Дегтяренко Л.В. Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш – 2007. – С.69 [↑](#footnote-ref-9)
10. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.,2003. - С. 23-24. [↑](#footnote-ref-10)
11. Крысин Л.П. Литературная норма и речевая практика газет // Язык современной публицистики М.: Наука, 2005. - С. 49. [↑](#footnote-ref-11)
12. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца ХХ столетия. - М., 1996. – С.22-23. [↑](#footnote-ref-12)
13. Дегтяренко Л.В. Феномен появления заимствований в испанском языке. Спэнглиш – 2007 – С. 68. [↑](#footnote-ref-13)
14. Цит.по : Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение, 1968. - С.11-12. [↑](#footnote-ref-14)
15. Крысин Л.П. Иноязычное слово как транслятор иной культуры // Слово в современных текстах и словарях М. 2008. – С.37. [↑](#footnote-ref-15)
16. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в школе вып. 6 / 1994 - С.56-57. [↑](#footnote-ref-16)
17. Маслов Ю.С. Введение в языкознание, 1975. - С.256-267. [↑](#footnote-ref-17)
18. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы. В.: Диалог 1997. - С.113-127. [↑](#footnote-ref-18)
19. Цит.по: Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение, 1968.- С.30. [↑](#footnote-ref-19)
20. Цит.по Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Просвещение, 1968. - С.35-36. [↑](#footnote-ref-20)
21. Крысин Л.П. Словообразовательная активность иноязычного слова как один из критериев его освоения языком // Слово в современных текстах и словарях М.,2008. - С.65. [↑](#footnote-ref-21)
22. Крысин Л.П. Словообразовательная активность иноязычного слова как один из критериев его освоения языком // Слово в современных текстах и словарях М., 2008.- С. 90. [↑](#footnote-ref-22)
23. Цит. по: Степанов Е.Н. Калькирование с английского языка, как современная тенденция в процессе заимствования // Новые слова и словари новых слов Л.,1990. - С.77. [↑](#footnote-ref-23)
24. Цит. 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. [↑](#footnote-ref-24)
25. Крысин. Л.П. Неологизмы – кальки в современном русском языке // Вопросы культуры речи. Вып. 4. – С 200-201. [↑](#footnote-ref-25)
26. www.tendencias.com [↑](#footnote-ref-26)
27. https://elpais.com/elpais/2018/03/05/album/1520212152\_351694.html#foto\_gal\_1 [↑](#footnote-ref-27)
28. www.tendencias.com [↑](#footnote-ref-28)
29. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-29)
30. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-30)
31. www.elle.es [↑](#footnote-ref-31)
32. https://belleza.trendencias.com [↑](#footnote-ref-32)
33. Vogue, España, 2014. – C.1. [↑](#footnote-ref-33)
34. http://www.elmundo.es [↑](#footnote-ref-34)
35. www.elle.es [↑](#footnote-ref-35)
36. www.elle.es [↑](#footnote-ref-36)
37. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-37)
38. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-38)
39. www.elle.es [↑](#footnote-ref-39)
40. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-40)
41. www.tendencias.com [↑](#footnote-ref-41)
42. www.vogueorheels.com [↑](#footnote-ref-42)
43. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-43)
44. www.elle.es [↑](#footnote-ref-44)
45. www.elle.es [↑](#footnote-ref-45)
46. www.elle.es [↑](#footnote-ref-46)
47. www.elle.es [↑](#footnote-ref-47)
48. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-48)
49. www.revistaohlala.com [↑](#footnote-ref-49)
50. www.cosmopolitantv.es [↑](#footnote-ref-50)
51. www.wordans.es [↑](#footnote-ref-51)
52. [www.hola.com](http://www.hola.com) [↑](#footnote-ref-52)
53. www.revistaflm-blog.tumblr.com [↑](#footnote-ref-53)
54. www.vogue.es [↑](#footnote-ref-54)
55. www.mujerhoy.com [↑](#footnote-ref-55)
56. www.entremujeres.claarin.com [↑](#footnote-ref-56)
57. www.vogue.es [↑](#footnote-ref-57)
58. www.es.revistarusa.net [↑](#footnote-ref-58)
59. www.smoda.elpais.com [↑](#footnote-ref-59)
60. www.entremujeres.clarin.com [↑](#footnote-ref-60)
61. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-61)
62. www.revistavanityfair.es [↑](#footnote-ref-62)
63. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-63)
64. www.vogue.es [↑](#footnote-ref-64)
65. www.vogue.es [↑](#footnote-ref-65)
66. https://elpais.com [↑](#footnote-ref-66)
67. www.vogue.es [↑](#footnote-ref-67)
68. www.vogue.es [↑](#footnote-ref-68)
69. www.maneradevivir.com [↑](#footnote-ref-69)
70. www.elmundo.es [↑](#footnote-ref-70)
71. www.elle.es [↑](#footnote-ref-71)
72. www.caras.com [↑](#footnote-ref-72)
73. www.elle.es [↑](#footnote-ref-73)
74. www.revistabeautyprof.com/es [↑](#footnote-ref-74)
75. www.elle.es [↑](#footnote-ref-75)
76. www.es.wikipedia.org [↑](#footnote-ref-76)
77. https://profedelengua.blogia.com/2009/092001--modernos-y-elegantes-por-julio-llamazares.php [↑](#footnote-ref-77)