

Роль Spanglish в развитии СМИ для латиноамериканского населения США (на примере журнала «Latina»)

Снедкова Юлия Сергеевна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: amistad5@mail.ru

Численность испаноязычного населения США составляет сегодня около 12% всего населения страны¹. Ожидается, что в ближайшие 20 лет число носителей испанского языка составит 46% всего населения страны.

В связи с изменением демографической картины американские лингвисты констатируют появление новой формы языка – Spanglish.

Spanglish с небывалой легкостью вошел в мир журналистики и рекламы. Тенденция такова, что зачастую СМИ уже не могут противостоять «языковому коктейлю» и он становится их фирменным знаком. Основной вопрос сегодняшних дебатов – где границы употребления и когда закончится повсеместная любовь к «переключениям кода»?

Spanglish через телевидение и другие СМИ оказывает растущее влияние на состояние испанского языка в США, Латинской Америке, а также самой Испании. Многие исследователи Spanglish, среди которых стоит упомянуть Сентелью (Zentella), Хаймеса (Jaimes), Ставанса (Stavans), рассуждая о средствах массовой информации США, называют их основным источником распространения двуязычия в стране.

«Latina» – первое издание в США, на страницах которого появилось так называемое смешение двух языков. «Очевидно, что существовала потребность в таком журнале как «Latina», и мне просто повезло, что моя мечта совпала с самым большим демографическим сдвигом в истории США», – это слова Кристи Оубеггера (Christy Haubegger), учредителя издания, в день выхода первого номера².

Основная задумка редакции журнала, а по большей части это представительницы прекрасного пола, – вдохнуть в латиноамериканских женщин желание не бояться быть «latinas».

В качестве примера приведем некоторые заголовки со страниц журнала:

- ✓ «Glam up **pronto**» (Latina, декабрь 2005/ январь 2006);
- ✓ «Hot **fiesta** fashions for every **figura**» (Latina, декабрь 2005/ январь 2006);
- ✓ «How to connect to your roots **ahora mismo**» (Latina, апрель 2006) и др.

Уже сегодня издание настолько популярно в США, что по итогам ушедшего 2006 года оно попало в первую десятку журналов «Library Journal». Очевидно, что популярность «Latina» обусловлена многими аспектами:

- многогранное освещение действительности (это не только жизнь, культура, привычки американцев вообще, но и, безусловно, испаноговорящего населения);

- спонтанное переключение языков в текстах статей (как правило, в материалах, написанных на английском, все термины и фразеологизмы употреблены на испанском);

- обязательное резюмирование всех материалов в конце статей на испанском языке.

«Latina» не просто использует в своих текстах два наиболее значимых для Соединенных Штатов языка, на ее страницах мы видим именно сопоставление культур, которое дает читательницам ощущение своей принадлежности к американскому обществу в тесном контакте со своими родными традициями, культурой, языком.

¹ По данным U.S. Census Bureau News от 28 ноября 2006 г.

² Aschoff S. The face of the future is «Latina» // www.sptimes.com