

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет романської філології і перекладу
Кафедра іспанської і новогрецької філології та перекладу

Допущено до захисту
«__» _____ року
Завідувач кафедри
_____ Олена ЗАЛЄСНОВА

КУРСОВА РОБОТА

з лінгвістики на тему:

**«АНГЛІЦИЗМИ В СУЧАСНОМУ ІСПАНСЬКОМУ ІНТЕРНЕТ-
СЛЕНЗІ»**

Студентки групи МЛІ 02-20
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.051 Романські мови і літератури (переклад включно), перша – іспанська
Освітня програма Іспанська мова і література, другу іноземна мова, переклад
Громової Олександри Сергіївни

Науковий керівник:
Кандидат філологічних наук, доцент кафедри Бохун Наталія Віталіївна

Чотирибальна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Члени комісії:

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Київ 2024

CONTENIDO

ANOTACIÓN	
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1. INTERNET COMO NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN	6
1.1. El papel de los nuevos medios en la sociedad moderna	6
1.2. Características de la comunicación en la red.	10
1.3. Características lingüísticas de la comunicación en las redes sociales.	14
1.4. Lingüística de Internet y perspectivas de su desarrollo.	24
CAPÍTULO 2. MOTIVOS DEL USO DE LA JERGA Y LOS ANGLICISMOS DE INTERNET	28
2.1. Frecuencia y motivos del uso de anglicismos	28
2.2. La diferencia entre el habla cotidiana y la comunicación en red.	31
2.3. Formas de adaptar anglicismos	33
CONCLUSIONES	36
REFERENCIAS	37

ANOTACIÓN

У роботі «Англiцизми в сучасному iспанському iнтернет-сленгу» вивчається вплив iнтернету як нового медiа на мовленнєвi практики сучасного суспiльства. У першому роздiлi роботи розглянуто роль нових медiа в соцiокультурному контекстi, звертаючи увагу на iх вплив на комунiкацiйнi процеси, iдентичнiсть та спiлкування в мережi. Дослiджено основнi характеристики комунiкацiї в Iнтернетi, зокрема взаємодiю у вiртуальних спiльнотах, особливостi мовленнєвого обмiну в соцiальних мережах, а також тенденцiї розвитку лiнгвiстики Iнтернету.

У другому роздiлi роботи аналізується мотиви використання жаргону та англiцизмiв у мережi. Окрема увага придiляється частотi вживання англiцизмiв та iх функцiональному навантаженню в онлайн-спiлкуванні. Порiвнюються мовленнєвi особливостi повсякденного мовлення з характеристиками мовленнєвого обмiну в iнтернет-середовищi. Також розглядаються рiзноманiтнi стратегiї адаптацiї англiйських слiв та фраз у використаннi в iспанському мовленнi Iнтернету.

Ця робота спрямована на розумiння i аналiз явища використання англiцизмiв та жаргону в мережi, що є актуальним напрямком дослiджень у сучаснiй лiнгвiстицi та комунiкацiйних науках.

Ключовi слова: англiцизми, Iнтернет-сленг, комунiкацiя в мережi, лiнгвiстика Iнтернету, жаргон

INTRODUCCIÓN

El trabajo de curso está dedicado a la investigación de la adaptación de préstamos en inglés que son utilizados por hablantes nativos de la jerga de Internet durante la comunicación en redes sociales. Como se sabe, el inicio del nuevo milenio se caracteriza por procesos de globalización y digitalización que afectan significativamente al desarrollo de la sociedad, el comportamiento de los individuos, así como a sus idiomas y habla. Relevancia del tema. Gracias a Internet, que se ha vuelto accesible y generalizado, al desarrollo de dispositivos técnicos que permiten una comunicación continua en línea, y a la popularización de las redes sociales como plataformas dominantes para la comunicación, la socialización y la interacción en línea se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana. El nuevo modo de comunicación tiene sus propias especificidades y características que son objeto de interés para un gran número de lingüistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, el lenguaje de la red es tan dinámico y cambiante que requiere un estudio y codificación constantes.

El tema del lenguaje en Internet ha sido muy popular durante la última década entre la generación joven de lingüistas de habla hispana. Sin embargo, todavía hay muchos aspectos que requieren una investigación detallada, especialmente la problemática de los préstamos en inglés y las formas de su adaptación.

Hemos logrado identificar las razones por las cuales los usuarios de Internet en español utilizan préstamos en inglés y, al analizar el material recopilado durante la elaboración del trabajo de curso, determinar las principales formas de adaptación de estos préstamos en inglés, lo cual puede ser de interés para los investigadores del slang español contemporáneo, el lenguaje en Internet y la terminología, las relaciones lingüísticas entre el español e inglés, y las redes sociales en español en particular.

El objetivo de esta investigación es analizar las principales razones de la presencia y popularidad de los préstamos en inglés en el slang de Internet en español,

así como destacar las principales formas y regularidades de la adaptación de anglicismos en el sistema lingüístico del español.

La meta establecida ha dado lugar a una serie de tareas que se detallan a continuación:

- Explicar el fenómeno de las redes sociales como uno de los principales lugares de comunicación en la actualidad;
- Definir el concepto de "jerga de Internet", investigar sus características, razones de origen y prevalencia;
- Determinar las razones del uso activo de anglicismos en la comunicación en redes sociales; a través de una investigación propia, entender por qué los participantes en la comunicación prefieren utilizar préstamos en inglés en lugar de sus equivalentes en español.
- Clasificar los principales métodos de adaptación de préstamos en inglés a nivel fonético, morfológico y gramatical del idioma;
- Investigar la influencia de la jerga de Internet y los anglicismos prestados en el sistema lingüístico del español, y específicamente en el discurso oficial y cotidiano de los hablantes de español.

Métodos de investigación. Durante la recopilación y procesamiento del material acumulado en el trabajo, se utilizaron métodos de investigación como descriptivo, comparativo, estadístico, observación y análisis de componentes.

CAPÍTULO 1.

INTERNET COMO NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN

1.1. El papel de los nuevos medios en la sociedad moderna

La primera red social fue creada en 1997 y se llamaba SixDegrees.com. Este servicio permitía la creación de perfiles y la adición de personas a una lista de amigos, aunque estas funciones ya existían en otras plataformas de redes sociales existentes en ese momento (como ISQ y Classmated.com). Sin embargo, en 1998 se agregó la capacidad de ver esta lista. SixDegrees se presentaba como una herramienta para la conexión y la comunicación. La red ganó mucha popularidad, pero desde el punto de vista comercial no fue rentable, por lo que fue cerrada en 2000. Se considera que la falta de preparación de la sociedad y la falta de adecuación a las tecnologías de la época fueron las razones detrás de su cierre. En el período de 1997 a 2001, se crearon varias plataformas similares. La posibilidad de tener una página propia y una lista de amigos se volvió muy popular, y en 1999 esta opción también se agregó a LifeJournal.

En 2001 se creó la primera red social que reunía a profesionales: Ryze.com (hoy en día su equivalente es el popular LinkedIn.com en Europa). En 2002, se lanzó un nuevo proyecto, Friendster.com, que era complementario a Ryze.com y tenía como objetivo facilitar el conocimiento entre usuarios con intereses comunes. Sin embargo, más tarde, debido a una serie de razones técnicas y sociales, Friendster.com perdió su popularidad. El año 2003 se considera el comienzo del verdadero auge de la era de las redes sociales, que se convirtieron en plataformas de comunicación para personas con intereses similares.

En este tiempo, surgen redes sociales empresariales que no pierden su popularidad hasta el día de hoy, como LinkedIn, Path y Xing, Couchsefring.com, una red social mundialmente conocida para viajeros, Flickr, un servicio popular para publicar fotografías, y muchas otras. Además, en 2003 se creó en los Estados Unidos la famosa red social MySpace. Sus creadores intentaron replicar las ventajas de

Friendster y evitar los errores que llevaron al declive de la primera red social. Los fundadores de MySpace no impusieron restricciones estrictas en cuanto a la seguridad de la comunicación y la privacidad, y alentaron a los antiguos usuarios de Friendster a unirse a la nueva red. Además, en MySpace constantemente se introducían nuevas aplicaciones para mejorar la comodidad de los usuarios. Se implementó la opción de personalización de la página.

En el mundo moderno, es difícil negar el papel de los medios de comunicación contemporáneos, que siguen siendo importantes e indispensables en la vida cotidiana tanto para individuos como para la sociedad y la cultura en general. Actualmente, incluso podemos hablar de la sustitución de los medios de comunicación tradicionales por nuevos medios, que a su vez tienen una serie de ventajas. Entre las más importantes se encuentran la rapidez, la presentación de información en un formato accesible, la publicidad y la accesibilidad de la interfaz, la capacidad de difusión instantánea y masiva de la información, y la posibilidad de que los lectores usuarios comenten y discutan noticias. Teóricamente, cada usuario puede ser tanto el creador de la información como su receptor o comentarista.

Uno de los investigadores más influyentes en comunicación de masas, Denis McQuail, en su obra "Teoría de la comunicación de masas", señala que nos regimos por la opinión de que los medios de comunicación de masas son una institución social independiente con sus propias reglas y costumbres. Sin embargo, la sociedad misma define y limita la percepción de este concepto. Por lo tanto, por un lado, los medios de comunicación de masas dependen de la sociedad, y por otro, tienen su propia influencia independiente, la cual aumenta con la expansión de sus actividades, su importancia económica y su poder no oficial.

Denis McQuail identifica los siguientes niveles de influencia de los medios de comunicación de masas en la sociedad [13, p.16-17].

Los medios de comunicación de masas pueden atraer la atención del público hacia eventos, problemas, decisiones o personas específicas.

Los medios de comunicación pueden conferir estatus y respaldar la legitimidad.

En algunos casos, los medios de comunicación de masas pueden convertirse en un canal desde las creencias hasta acciones directas.

Los medios de comunicación permiten popularizar ciertos temas a nivel social, convirtiéndolos en los más relevantes.

A través de los medios de comunicación, es posible entretener, halagar, recibir y brindar placer.

En general, Denis McQuail señala que los medios de comunicación de masas son realmente una herramienta muy efectiva para el uso social. Son rápidos, maleables y fáciles de controlar y planificar para acciones futuras. Un ejemplo vívido que ilustra las afirmaciones de Denis McQuail podría ser la cobertura de los eventos de Euromaidan en las redes sociales ucranianas y los nuevos medios durante los años 2013-2014. Fueron estos los principales instrumentos de coordinación de la actividad de los manifestantes durante toda la Revolución de la Dignidad. Después de que el gobierno de entonces se negara a firmar el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea el 21 de noviembre de 2013, los activistas ucranianos publicaron un mensaje instando a la protesta en la red social Facebook.

En cuestión de horas después de haber salido a la luz esta publicación, se reunieron varias centenas de personas en la Plaza de la Independencia. Al día siguiente, el 22 de noviembre, el número de manifestantes aumentó a varios miles. También cabe destacar que una parte significativa de la coordinación de las protestas se llevaba a cabo a través de grupos temáticos especiales en Facebook y los hashtags correspondientes en Twitter. En estos grupos se informaba sobre la situación en la Plaza de la Independencia, las protestas o acciones planificadas, y de esta manera, los administradores publicaban listas de cosas necesarias y productos, entre otras cosas.

Además, muchos investigadores de Internet hablan de la existencia de una cultura virtual contemporánea. En particular, Larisa Kompanzeva da la siguiente definición a este concepto: la cultura virtual es un nuevo tipo de cultura que se forma, por un lado, en la intersección de los mundos conceptuales y esferas de diferentes naciones, y por otro, en la intersección de la realidad y la virtualidad como espacios

de actividad humana, diferentes imágenes del mundo. Naomi S. Baron llama a la cultura virtual de hoy en día "mainstream", que forma la personalidad de cada uno de nosotros y la sociedad en general. La académica analiza los cambios que han tenido lugar en la sociedad estadounidense en particular, y sostiene que ahora el énfasis principal se coloca precisamente en la cultura de la juventud.

En realidad, es un hecho ampliamente conocido que la gran mayoría de los usuarios de Internet son personas de 15 a 40 años, aunque cada año la barrera de edad crece en ambas direcciones. Por lo tanto, estas personas son los portadores directos de la cultura en línea y el argot de Internet. N. S. Byron considera que la comunicación en línea ofrece una comunicación ilimitada sin fronteras, con infinitas oportunidades para la autoexpresión o autopresentación durante tu "mejor día" [25, p.164].

Con esto, la académica se refiere a la posibilidad de crear una imagen propia (parcialmente diferente de la real) mediante el perfil en las redes sociales. La investigadora señala que la sociedad estadounidense contemporánea está siendo significativamente influenciada por la cultura juvenil, que a su vez afecta los gustos de adultos y personas mayores a través de sus hijos. Esto incluye el estilo de vida, la moda, los intereses, el arte, la comida y mucho más. El lenguaje tampoco es una excepción, y esto se observa mejor en el ejemplo de padres e hijos adolescentes.

En nuestra opinión, las familias ucranianas no difieren en absoluto de las estadounidenses: los padres a menudo intentan imitar el estilo de lenguaje de sus hijos y adoptan palabras de jerga del léxico juvenil, tratando así de estar más cerca de sus hijos y entender mejor su mundo y forma de pensar. Con el tiempo, los adultos comienzan a utilizar argot en la comunicación con sus compañeros, lo que contribuye a la difusión de la jerga entre diferentes grupos de edad de hablantes.

1.2. Características de la comunicación en la red.

La comunicación que ocurre a través de tecnologías de la información es, sin duda, un fenómeno de nuestra época. Es difícil decir algo en general sobre este medio de comunicación, ya que las tecnologías están en constante cambio, mejorándose y enriqueciéndose con nuevas funciones y aplicaciones. Las tecnologías de comunicación son de las más dinámicas en nuestro tiempo: hace apenas unos años, era difícil imaginar las computadoras móviles, y hoy en día, todas las funciones del antiguo y voluminoso dispositivo se han incorporado en un teléfono móvil compacto.

Se puede suponer que en su desarrollo futuro, la tecnología cambiará la naturaleza de la comunicación, incluida la completa integración del correo electrónico, Internet y las comunicaciones móviles en un único servicio o plataforma. En Internet existen muchos servicios que buscan proporcionar a los usuarios la posibilidad de comunicarse, pero difieren en sus funciones. La comunicación puede ocurrir en diferentes niveles, dependiendo, por ejemplo, de la cantidad de participantes y la forma en que se lleva a cabo. Denis McQuail es el autor de la pirámide de niveles de comunicación que se presenta a continuación [13, p.19-21].

El investigador definió los niveles de comunicación según el tamaño del grupo en el que tiene lugar la interacción. En el nivel más bajo de la pirámide se encuentra la comunicación intra-personal, que ocurre en la mente antes de que el hablante exprese sus pensamientos. Luego está la comunicación interpersonal, que generalmente ocurre entre dos hablantes y toma la forma de un diálogo.

El análisis de los niveles de comunicación presentados en la pirámide permite suponer que durante la comunicación en Internet están presentes todos los tipos de comunicación, incluso el intra-personal. Internet es un entorno de comunicación masiva que alberga una gran cantidad de publicaciones e información accesible al público en general. También se manifiesta la comunicación institucional en línea, ya que una gran parte de la comunicación oficial tiene lugar a través de Internet. La

comunicación institucional implica la interacción entre organizaciones y la comunicación de estas organizaciones con individuos. Como ejemplo de comunicación grupal, se pueden citar las redes sociales, como Facebook, Twitter, Google+, cuya popularidad aumenta diariamente entre todos los usuarios de Internet en Ucrania, independientemente de la edad, el estatus social o el género.

Además, las redes sociales mencionadas anteriormente también se pueden clasificar en el siguiente nivel de comunicación, es decir, interpersonal, ya que cada una de ellas tiene una función adicional: el chat, que es esencialmente un diálogo digital entre dos personas.

También es importante centrarse en los aspectos clave de la comunicación en los medios de comunicación masiva contemporáneos que hacen que Internet sea tan atractivo para los usuarios. Estos aspectos han sido identificados y sistematizados por el académico británico Christian Fuchs en su obra "Internet and society: social theory in the information" [11, p.327-331].

La comunicación a través de la computadora tiene varias características distintivas:

- 1) Anonimato: La comunicación en línea puede ser completamente anónima, dependiendo del entorno y de la preferencia del usuario (uso de un nombre real o simplemente un apodo).
- 2) Creación de una nueva imagen: La imagen en línea no depende de la imagen en la realidad; en línea, puedes transformarte en quien quieras.
- 3) Flexibilidad en las oportunidades de participación en la vida en línea: Los usuarios determinan el nivel de conexión, y la comunicación puede pasar de un chat público a uno más privado ("cara a cara").
- 4) Temas e intereses compartidos: Los usuarios se unen en función de intereses o temas de discusión que les resultan interesantes.
- 5) Continuidad en la comunicación: Hay una posibilidad ilimitada de tiempo para la comunicación. Incluso si un usuario estuvo ausente en línea, aún puede leer los mensajes recibidos durante ese tiempo.
- 6) Reglas específicas: La comunicación en línea tiene reglas específicas.

- 7) Espacio temporal: La comunicación es sincrónica en tiempo y espacio.
- 8) Importancia: La esencia radica en la comunicación y la posibilidad de compartir información con otros miembros de la comunidad en línea.
- 9) Voluntariedad: Participar en la comunicación en línea es completamente voluntario.
- 10) Globalidad: La comunicación en el mundo virtual tiene un carácter global.

Falta de contextualidad: La comunicación en línea se basa únicamente en texto impreso, es decir, el usuario no puede utilizar medios no verbales para expresar sus pensamientos y sentimientos (lenguaje corporal, gestos, entonación). La falta de medios no verbales se compensa mediante el uso de emoticonos y una sobrecarga de texto.

Expresividad: Los anónimos potenciales en el entorno virtual no se preocupan por la responsabilidad de lo que dicen, lo que puede ser una causa frecuente de expresiones vulgares en línea.

Velocidad: Las relaciones en línea pueden desarrollarse mucho más rápido que en la vida cotidiana, tanto en aspectos positivos como negativos. Esto se puede atribuir al anonimato de los usuarios y la falta de señales visuales de aprobación. La gente se siente más libre en línea, ya que pueden finalizar rápidamente la comunicación.

Además, los usuarios son conscientes de que no serán responsables de lo que digan y tienen más tiempo para reflexionar y formular sus pensamientos que durante una conversación cara a cara. De hecho, esta seguridad y la imposibilidad de ver al interlocutor impulsan a los usuarios a hablar más rápido sobre temas que considerarían demasiado íntimos en una conversación normal;

Socialización: A pesar de que físicamente el usuario solo está frente a una computadora, se comunica con muchos otros usuarios, lo que implica una socialización del individuo.

Así, según los aspectos destacados por K. Fuchs, la comunicación en línea puede compensar completamente la comunicación tradicional. De hecho, cumple las

mismas funciones. La investigadora ucraniana V.V. Kapturova menciona que las características principales del discurso en línea incluyen intertextualidad, interactividad, zapping (formación intermitente del discurso), simulación, performatividad, comodidad psicológica, despersonalización, autoría colectiva y formación de una identidad virtual.

Kapturova habla sobre el simulacro, un fenómeno de imitación de lo que no existe. En realidad, los usuarios de las redes sociales y los nuevos medios reemplazan lo real con signos de lo real, lo que los lleva a vivir en una hiperrealidad irreferencial. La investigadora afirma que el espacio en Internet y la comunicación en él son una imitación sin referencia de una realidad inexistente [8]. Naomi S. Baron, una destacada investigadora estadounidense de comunicación en red y lenguaje, comparte una opinión similar a la de Kapturova.

En su libro "Always on: language in an online and mobile world", Baron caracteriza las redes sociales como formas de intercambio de información, lugares para la autoexpresión y socialización de los usuarios. A través de las redes sociales, un usuario puede crear una nueva imagen de sí mismo, diferente a la que tiene en la vida real. Esta imagen virtual será exactamente como el usuario desea verse a sí mismo directamente y como la sociedad debería percibirlo [8, p.228-232].

El investigador británico del argot en Internet y fundador de la lingüística en Internet, David Crystal, también destaca un fenómeno llamado panjronismo en los textos en línea. El panjronismo es la capacidad de editar textos escritos en el pasado, ahora. Puede que en la actualidad este fenómeno no sea muy relevante para las redes sociales o Internet como un todo, pero Crystal está convencido de que en 50-100 años, el panjronismo será una de las características clave de los textos en línea.

David Crystal sostiene que al editar un texto algún tiempo después de haber sido escrito, el autor, junto con los cambios, introduce nuevas realidades lingüísticas, como nuevo vocabulario o gramática. Como resultado, todo el texto puede sonar antinatural o extraño. Actualmente, podemos observar el fenómeno del panjronismo en los artículos de Wikipedia. Cualquier persona puede editar o agregar información a los artículos existentes, algunos de los cuales requieren actualizaciones debido al

progreso científico o al desarrollo de eventos [28]. En resumen, la comunicación en Internet es una variante de la comunicación mediante el uso de dispositivos y tecnologías modernas.

Esta forma de comunicación tiene varias prioridades en comparación con el lenguaje y la comunicación tradicionales, como el anonimato, la interactividad, la comodidad, la voluntariedad, la falta de restricciones temporales y la capacidad del comunicador para formar su personalidad virtual, diferente de su personalidad en la vida real. Dependiendo de la plataforma de comunicación o red social, el usuario puede participar en comunicación monológica, dialógica o polilógica con otros miembros, según sus preferencias o estado de ánimo. La comunicación en Internet suele ocurrir entre usuarios con intereses comunes o que son miembros de un mismo grupo social, lo que afecta la calidad e interés de la comunicación.

1.3. Características lingüísticas de la comunicación en las redes sociales.

Como ya se mencionó anteriormente, la comunicación en línea es aquella que ocurre entre grupos de usuarios que, a pesar de tener diferentes estatus sociales, edades o géneros, comparten intereses comunes. Naturalmente, estos usuarios intentan comunicarse en un lenguaje comprensible para ellos. Al mismo tiempo, buscan individualismo y originalidad, lo que, según V. Kapturova, impulsa a los usuarios a crear neologismos. Además, el hecho mismo de crear estos nuevos espacios de comunicación exige a sus creadores y usuarios la creación de léxico que describa y nombre las características del funcionamiento y la comunicación en ese entorno. David Crystal afirma que Internet es la mayor oportunidad para el desarrollo del inglés desde la invención de la imprenta en la Edad Media. En nuestra opinión, esta afirmación se aplica a todos los demás idiomas que los usuarios de redes sociales e Internet utilizan en sus comunicaciones de todo el mundo. De hecho, la variedad de tecnologías y aplicaciones conduce a la aparición de nuevas normas estilísticas y a un aumento en la emotividad del hablante, especialmente en la

comunicación informal, que domina en la red. Algunos pueden llamar al estado actual del lenguaje en línea un declive, ya que se utiliza de manera menos formal y se presta menos atención a su calidad. Sin embargo, David Crystal está convencido de que los nuevos medios proporcionan oportunidades radicales para el desarrollo del lenguaje. Por ejemplo, ahora podemos observar cambios únicos en las reglas estilísticas y la aparición de una cantidad considerable de neologismos [30, p.2-10]. En la red, las formas de interacción entre los hablantes se vuelven más importantes que una buena gramática, y la creatividad e inventiva del hablante en sus expresiones son valoradas mucho más por los usuarios de redes sociales que el habla correcta y literaria.

El idioma español, al igual que todos los idiomas eslavos, está sujeto a una considerable influencia del inglés, y la gran mayoría de los anglicismos que se utilizan en el lenguaje de los usuarios de redes sociales son tomados (con adaptación o sin ella) directamente del inglés. En la actualidad, el inglés es sin duda la lengua dominante en el ámbito tecnológico e innovador. Actualmente, es la lengua mundial dominante. La investigadora británica de lenguaje en Internet, Brenda Danet, habla sobre el imperialismo lingüístico del inglés en relación con otros idiomas del mundo [12, p.20-21].

Esto se observa especialmente en el caso de las tecnologías de Internet y la comunicación. B. Danet sostiene que los medios electrónicos son el mejor medio de globalización, que a su vez provoca la hibridación de la cultura y la autoidentidad. En Internet, todos los usuarios son iguales, todos tienen los mismos derechos y oportunidades para difundir información de cualquier tipo, promover su propia cultura, tradiciones y valores. La académica centra su atención en el papel de la cultura en la sociedad contemporánea. En su opinión, la cultura es un modo de vida común y significados asociativos, con énfasis en el lenguaje como un retransmisor de cultura. Y en el mundo moderno, dinámico y mediatizado, el lenguaje de facto es la fuente de cultura y prácticas sociales [25, p.25-27]. En la actualidad, el inglés es el idioma más común en Internet. Ochocientos sesenta millones de usuarios reconocen el inglés como el idioma que utilizan para comunicarse en Internet. En

general, esto representa el 28.6% de todos los usuarios de la red (según datos de InternetWorldStats, la cantidad total de usuarios de Internet en el mundo es de 2,802,478,934 personas al 31 de diciembre de 2013).

Sin embargo, esta categoría solo incluye a aquellos usuarios que utilizan exclusivamente el inglés en su comunicación. También se deben agregar aquellos hablantes para quienes el inglés es su segunda lengua o lengua extranjera. El número de hablantes de este tipo está en aumento cada día. Según las previsiones de los científicos del British Council, para el año 2020, la cifra de hablantes (tanto aquellos para quienes el inglés es su lengua materna como aquellos que lo están aprendiendo) alcanzará los dos mil millones, lo que representa prácticamente una cuarta parte de la población mundial. Esta popularidad se debe al estudio de este idioma en todos los países europeos y en la mayoría de los países del mundo, así como a situaciones económicas y políticas, la popularidad de la cultura occidental, entre otros factores.

Volviendo a la historia del surgimiento de la comunicación en línea, es importante señalar que Internet comenzó como un proyecto puramente estadounidense y, por lo tanto, estaba diseñado específicamente para el inglés y los caracteres latinos. En consecuencia, los usuarios cuya lengua materna utiliza un alfabeto diferente enfrentaron dificultades significativas al escribir los primeros textos en línea. Esto incluye las lenguas eslavas y aquellas que utilizan caracteres chinos. Aunque también surgieron ciertos problemas para la mayoría de las lenguas de Europa occidental, ya que muchas de ellas utilizan al menos algunas letras con signos diacríticos (alemán, finlandés, noruego, sueco, entre otros).

Igual que la mayoría de otras naciones para las cuales el inglés no es la lengua materna, consideran prestigioso poder hablarla. Es por eso que muchos hablantes, especialmente los jóvenes, intentan incorporar a su léxico léxicos tomados del inglés, así como abreviaturas tomadas de los usuarios de habla inglesa en las redes sociales. Esto les ayuda a resaltar su estatus, destacarse entre los demás, parecer más ingeniosos o creativos, es decir, expresarse a través de su propio discurso, que, de hecho, es uno de los factores representativos clave del usuario en línea.

Este fenómeno es típico en el espacio en línea eslavófono: los jóvenes reemplazan masivamente las palabras nativas con equivalentes en inglés. En particular, anglicismos se utilizan de manera llamativa en el idioma ucraniano. Aquí hay algunos ejemplos llamativos de tales préstamos: cofibreak, cupcake, iPhone, (mi) host, picaper, buscar (en redes sociales), hacer amigos (en redes sociales), transmitir en línea, moda, twerking, control freak, emoji.

Las primeras discusiones sobre el lenguaje de Internet comenzaron en la década de 1980 y 1990 en los Estados Unidos y en los países europeos. Los académicos prestaron especial atención a la abreviación, acrónimos, emoticones y errores gramaticales y de puntuación que eran característicos de los usuarios de Internet al comunicarse a través del correo electrónico. Sin embargo, hay que tener en cuenta que en ese momento solo algunas personas usaban Internet, principalmente aquellos que trabajaban en ciencia o tecnología. Más tarde, cuando la comunicación a través de Internet se volvió más accesible, el problema clave para los lingüistas de Internet fue determinar la forma de comunicación que utilizan los interlocutores al comunicarse a través de Internet: si es oral o escrito.

El problema radica en que la comunicación en Internet, en cuanto a su léxico, se asemeja al lenguaje oral, donde el hablante no reflexiona sobre la corrección de las construcciones utilizadas, la completitud estilística, etc. Sin embargo, esta comunicación está fijada por escrito. La mayoría de los lingüistas, cuyos trabajos hemos revisado durante la redacción de esta tesis, coinciden en que la comunicación mediante las tecnologías modernas y Internet pertenece a la categoría de comunicación oral-escrita. Examinemos las opiniones de los expertos más destacados en lingüística de Internet, tanto españoles como extranjeros.

La investigadora ucraniana Vira Kapturova sostiene que la mediación computarizada contribuye al surgimiento de una nueva forma de comunicación: la comunicación oral-escrita. Esta comunicación implica la creación de mensajes mediante el uso de diversos medios para acercarse a la expresión oral. Entre las características que indican la presencia de lenguaje oral en la comunicación en Internet, la académica incluye la naturaleza no preparada del texto, el intercambio

de roles entre los comunicantes (chats), la comunicación en la dimensión "Yo, aquí, ahora", la multidimensionalidad de la comunicación (uso de texto, gráficos y sonido), la simulación de una disposición constante para participar en el discurso, la simulación de la pronunciación de palabras o exclamaciones, la transmisión de emociones mediante el texto (escribir palabras en mayúsculas, con colores especiales, etc.), estructuras sintácticas no terminadas, repeticiones.

Vira Kapturova sostiene que la sintaxis característica de la comunicación en Internet es pragmática, ya que se basa en modelos de habla, principalmente en un discurso dialógico. Durante la comunicación en línea, se observa una tendencia hacia el uso de oraciones simples y construcciones sintácticas expresivas, orientadas al discurso dialógico [8, p.228-229]. Además, Kapturova argumenta que en la comunicación en Internet existen tres formas de discurso: monológico, dialógico y polilógico, pero adquieren características estructurales y tipológicas específicas en el entorno comunicativo.

En su artículo "Sincretismo del monólogo, diálogo y polílogo en la comunicación en Internet" [6, p.129-137], la investigadora presenta las siguientes afirmaciones:

El discurso monológico en las redes sociales tiene una orientación hacia el diálogo, implementada mediante el establecimiento de contacto con posibles interlocutores. Los autores a menudo utilizan técnicas de captar la atención de los receptores, como preguntas retóricas, saludos, etc. Característico del monólogo es el hecho de que la forma de expresión se dirige únicamente al destinatario. El monólogo se basa en la percepción pasiva e indirecta, no en la reacción directa del habla del destinatario. El discurso monológico se caracteriza por textos considerablemente extensos, compuestos por declaraciones estructural y conceptualmente relacionadas entre sí, que, sin embargo, tienen una composición individual y una finalización relativa del significado. Sin embargo, a veces, un monólogo que contiene información interesante para otros usuarios puede convertirse en un diálogo o polílogo.

Con mayor frecuencia, esto ocurre a través de comentarios en publicaciones o mediante la acción de "Me gusta" en las comunicaciones. Vira Kapturova señala las siguientes características tipológicas del monólogo: ➤ Los mensajes monológicos se distinguen por su extensión significativa. ➤ Siempre están orientados a estimular el diálogo o el polílogo. ➤ No tienen un destinatario específico.

- El discurso dialógico consiste en el intercambio de réplicas. El hablante está orientado hacia una atención activa en respuesta a sus propias réplicas, anticipando y esperando reacciones a sus mensajes. Por lo general, estos mensajes se dejan en la página personal del usuario o se envían de forma privada. Además, los mensajes dialógicos se caracterizan por un alto grado de intimización.

La investigadora también distingue el diálogo implícito, que es una subcategoría del diálogo en el que participan dos comunicantes, pero solo uno de ellos objetiva la comunicación. Es decir, las réplicas verbales son expresadas solo por un participante en la discusión, mientras que el otro lo hace de manera no verbal, por ejemplo, mediante la función "Me gusta", emojis, pegatinas o compartiendo.

- El polílogo es una conversación entre varias personas; una forma de expresión que se caracteriza por una conexión situacional, espontaneidad y no linealidad en su estructura de significado. Con mayor frecuencia, el polílogo surge al comentar publicaciones, imágenes o videos publicados en la página personal de un usuario. Las principales características del polílogo incluyen la igualdad de los participantes, la falta de regulación en la comunicación y la iniciación del polílogo por parte del destinatario. Otra lingüista ucraniana, Larisa Kompanzeva, también clasifica el lenguaje en Internet como una forma de expresión oral-escrita. Además, considera que los usuarios de las redes sociales son participantes de pleno derecho en la creación del argot de Internet.

Sin embargo, al comprender la especificidad de la cultura lingüística en Internet, los hablantes a menudo adaptan sus prácticas comunicativas al entorno virtual. La académica afirma que los niveles fonéticos y gráficos de la comunicación en Internet dan forma a un equivalente cuasi-fonético del lenguaje hablado y escrito, ocupando los lugares de lagunas audiovisuales, lo que lleva al desarrollo de un

código único para todos los usuarios, facilitando su adaptación cognitivo-pragmática en la red y una especie de iniciación dentro de la comunidad en línea [12, p.36]. Sin embargo, la reconocida lingüista estadounidense Naomi S. Baron sostiene que la forma del lenguaje en la comunicación en línea es un concepto variable. Ella presenta las siguientes características que son inherentes tanto al lenguaje coloquial como al de Internet: la ausencia de edición, el uso frecuente de pronombres de primera y segunda persona del singular, el uso frecuente del presente, el uso de abreviaturas, informalidad y vulgarismo.

No obstante, al mismo tiempo, N. Baron considera que la comunicación en Internet se asemeja a un lenguaje escrito debido a la estabilidad del medio durante la comunicación. Además, los participantes en las discusiones aprovechan ampliamente las oportunidades de su vocabulario y sintaxis compleja. La académica menciona al destacado lingüista británico David Crystal, quien introdujo el término "netspeak" para describir el lenguaje de Internet, el cual, según Baron, es especialmente acertado. Además, ella comparte la opinión de D. Crystal de que la comunicación en línea tiene más similitudes con la escritura que con el habla, por lo que, según N. Baron, se debe considerar "netspeak" como un lenguaje escrito con inclinación hacia el habla o como un lenguaje coloquial registrado [25, p.45-46].

Debido a que la comunicación en línea está registrada por escrito, los errores cometidos por los comunicantes son visibles, aunque tengan más tiempo para reflexionar sobre lo que van a escribir en comparación con una conversación hablada. Naomi S. Baron habla sobre el fenómeno de la "linguistic whateverism". En opinión de la académica, este fenómeno se debe a la comprensión específica del lenguaje por parte de la joven generación de usuarios de redes sociales.

Para ellos, el lenguaje es simplemente un medio de comunicación, y no prestan atención a las numerosas reglas gramaticales o de lenguaje. Mientras el significado del mensaje sea comprensible para el destinatario, el autor no se preocupará por las reglas lingüísticas que ha violado. Basándose en esto, Naomi S. Baron hace la siguiente predicción sobre el futuro del lenguaje en general [25, p.168-171]:

- La escritura se convertirá en un medio para registrar la comunicación informal hablada.

- Las personas seguirán escribiendo, pero con una gramática y puntuación reconsideradas, adoptando un carácter más caótico. La escritura de palabras será posible de varias maneras (según la pronunciación en lugar de cómo está escrita en el diccionario), especialmente en inglés, donde la pronunciación difiere significativamente de la escritura. Aunque fenómenos similares se observan en las lenguas eslavas.

- Habrá una disminución en el papel de la escritura como medio para aclarar pensamientos.

- El lenguaje no jugará un papel significativo en la definición del estatus social del hablante.

En general, la académica llega a la conclusión de que las tendencias contemporáneas en el desarrollo del lenguaje en los medios de Internet indican un fortalecimiento del papel de la escritura como representante del lenguaje informal. Los mensajes instantáneos, a través de los cuales los usuarios de Internet se comunican más frecuentemente, son efectivamente lo mismo que el lenguaje hablado; se han convertido en representantes expresivos de la comunicación informal que, sin embargo, están registrados por escrito. David Crystal señala que el lenguaje de Internet tiene características tanto del habla como de la escritura. Sin embargo, el académico destaca que no todos los textos en la red son propiamente lenguaje de Internet.

En particular, el lenguaje de la publicidad, la ciencia, la ley y los textos periodísticos no difieren estilística ni gramaticalmente de aquellos que leemos fuera de la red. De hecho, son copias electrónicas precisas de los textos impresos. Un ejemplo destacado serían las versiones electrónicas de los periódicos, que a veces son absolutamente idénticas a la versión impresa de la publicación.

Sin embargo, el lenguaje de los correos electrónicos, chats y varios mensajes instantáneos posee algunas de las características fundamentales del habla. David Crystal menciona las siguientes características: la limitación en el tiempo, la

expectativa de una respuesta inmediata del interlocutor, la efimeridad (en el sentido de que un mensaje puede ser destruido o perdido instantáneamente). Según la opinión del investigador, el lenguaje de Internet debe considerarse como escritura, con características del lenguaje hablado, en lugar de considerarlo como lenguaje hablado que se ha registrado por escrito. Sin embargo, el lenguaje de Internet no es idéntico ni al lenguaje escrito ni al hablado, sino que incorpora y expresa algunas características de ambos [30, p.16-35].

David Crystal afirma que la lengua de Internet difiere de la lengua hablada por los siguientes factores:

Imposibilidad de una reacción instantánea: durante una conversación, el interlocutor puede reaccionar a lo dicho mediante sonidos, gestos o expresiones faciales.

Diálogos con varios usuarios que ocurren simultáneamente: en la vida real, es difícil imaginar una conversación con un gran número de interlocutores al mismo tiempo. Sin embargo, en Internet esto es posible. Ejemplos destacados de esta comunicación son las salas de chat y las redes sociales que ofrecen esta opción. En la realidad, una persona no puede seguir físicamente varias conversaciones al mismo tiempo debido a la imposibilidad de concentrar la atención.

Al mismo tiempo, en el chat surge el problema de la falta de correspondencia en las respuestas de ambos participantes. Debido a limitaciones de tiempo, los hablantes a veces simplemente no pueden responder a todas las frases del interlocutor a tiempo, lo que a veces lleva a malentendidos entre ellos. Aunque, señala David Crystal, la posibilidad de malentendidos no es tan alta, y entre amigos cercanos o familiares, la posibilidad de ser malinterpretado casi se elimina por completo. Según la opinión de David Crystal, el lenguaje de Internet difiere del lenguaje escrito por los siguientes factores:

Hipertextualidad: en la mayoría de los textos en la red, el lector encontrará enlaces hipertextuales. Estos son elementos de texto resaltados con otro color, al hacer clic en los cuales, el usuario será redirigido a otra página. La hipertextualidad es una de las características funcionales fundamentales de Internet, sin la cual este

medio no funcionaría. Los enlaces hipertextuales son bastante similares a los enlaces en libros, diversas referencias o citas bibliográficas que se encuentran en libros u otros materiales impresos. Sin embargo, afirma el investigador, es completamente normal que un libro, folleto o periódico no tenga ningún enlace. Sin embargo, un texto en línea no puede existir sin enlaces hipertextuales.

Ahorro de espacio: esta es una de las características más importantes del texto impreso tradicional. Todo lo que está escrito en papel ocupa un cierto espacio. Los tamaños de las páginas web no están limitados. Simplemente hacemos scroll, continuando leyendo o escribiendo texto. Además, otro problema es definir qué es un texto. Dado que, según David Crystal, los comentarios que dejan los lectores después de leer el texto también pertenecen a él.

Sin límite en la cantidad de autores de un solo texto: la posibilidad de que varios usuarios editen un texto es un fenómeno que se manifiesta mejor en los textos de Wikipedia, donde cualquiera puede contribuir o editar. Debido a esto, las diferentes partes de un texto pueden diferir en estilo de escritura, nivel de competencia y vocabulario del autor. El investigador destaca la heterogeneidad de los textos escritos por autores con diferentes niveles de educación o perspectivas sobre cómo debería lucir un texto estándar en la red (algunos prefieren explicaciones detalladas de un problema, mientras que otros incluyen solo hechos para destacar lo principal), por lo que los textos en la red no pueden considerarse como un producto final, y no se aplican conceptos como primera o segunda edición.

Al analizar las opiniones y afirmaciones de todos los investigadores mencionados anteriormente, podemos suponer que Internet es un nuevo medio que requiere una forma de lenguaje particular. Durante la comunicación en línea, el lenguaje oral y escrito se entrelazan estrechamente, creando una forma única de lenguaje hablado densamente poblado con neologismos, jerga y préstamos, que, sin embargo, se ha registrado por escrito.

Sin embargo, en nuestra opinión, el argot de Internet tiende hacia el lenguaje oral, y esto se debe en parte al desarrollo de las tecnologías de comunicación. Las personas intentan minimizar el tiempo necesario para escribir o crear un mensaje y,

al mismo tiempo, hacerlos lo más emocionalmente ricos posible. Prueba de ello puede ser la popularidad de emoticonos, contenido visual, animaciones, videos cortos, etc.

1.4. Lingüística de Internet y perspectivas de su desarrollo

La aparición de Internet y el desarrollo de las tecnologías de comunicación han tenido un impacto significativo en el lenguaje y su evolución. Internet se convirtió en un nuevo espacio de comunicación que exigía un nuevo formato de interacción y una nueva forma de lenguaje. La lingüística de Internet fue iniciada como una rama separada de la lingüística por el lingüista británico David Crystal. Dedicó una parte considerable de sus obras a la investigación del lenguaje y la comunicación en línea. Algunas de sus obras más populares e importantes son "A Glossary of Netspeak and Textspeak" (2004), "Internet Linguistics" (2011), y "Language and the Internet" (2006), donde Crystal formula los principales intereses y problemas que esta rama de la lingüística investiga. David Crystal define las tareas principales de la lingüística de Internet de la siguiente manera: "Análisis sincrónico del lenguaje en todas las formas de actividades comunicativas en Internet.

Esto incluye correos electrónicos, diversos salones de chat, servicios de mensajería instantánea, páginas web y otras formas de plataformas de comunicación que requieren el uso de una computadora u otro dispositivo digital (mensajes de SMS)" [28, p.12-16]. Además, la lingüística de Internet tiene como objetivo rastrear los cambios en el lenguaje desde una perspectiva diacrónica, pero dado que la comunicación a través de Internet se volvió popular y global solo hace 15-20 años, es difícil hablar sobre fenómenos específicos que ya hayan ocurrido o hayan sido provocados por la comunicación en línea.

Sin embargo, según Crystal, Internet nos brinda una oportunidad única para registrar una gran cantidad de material lingüístico. Dado que el lenguaje que los usuarios utilizan en Internet es esencialmente un lenguaje oral registrado, los

lingüistas tienen una oportunidad única de rastrear cambios en el vocabulario, gramática y puntuación de los comunicadores. Además, el investigador cree que pronto será posible el desarrollo de la lingüística comparativa de Internet, ya que muchos comunicadores son multilingües y utilizan activamente su segunda o tercera lengua para comunicarse en línea, lo que difiere ligeramente del habla de los hablantes nativos. David Crystal considera que Internet es la mayor base de recursos para la investigación lingüística que jamás haya existido.

Y, según el académico, es completamente natural que los lingüistas intenten investigar los fenómenos que se difunden en Internet. Como tarea principal de la lingüística de Internet, Crystal identifica el enfoque en las funciones comunicativas de Internet. Como disciplina académica, la lingüística de Internet aún es bastante joven, pero ya podemos observar su actualización y desarrollo activo. David Crystal cree que la lingüística de Internet puede incluir todas las principales áreas de la lingüística como ciencia. El académico pronostica la aparición de la sintaxis de Internet, la morfología, la semántica, la pragmática, la sociolingüística, la psicolingüística, así como el estudio de las formas de transmisión de información (fonológicas, gráficas, multimedia).

El investigador considera que en la investigación en este campo es crucial mantener un equilibrio entre el estudio de las propiedades formales del lenguaje en Internet y la investigación de sus intenciones y efectos comunicativos. Crystal sostiene que con la acumulación de este tipo de investigaciones, se puede esperar la aparición de una nueva área: la Lingüística Aplicada de Internet, que abordaría y propondría soluciones a problemas encontrados en el discurso de diversos usuarios de Internet, así como en la búsqueda de datos en la web, la publicidad en línea, la seguridad, etc. [30, p.1-10].

David Crystal identifica las siguientes perspectivas clave para el desarrollo de la Lingüística de Internet:

Perspectivas Sociolingüísticas: Esto implica la formación de una visión en la sociedad sobre el impacto del desarrollo de Internet en el lenguaje. Internet ha cambiado la percepción de la comunicación, creando nuevas plataformas para la

interacción que difieren de todas las anteriores. Los nuevos medios y tecnologías de comunicación han alterado la forma en que los comunicadores utilizan el lenguaje, siendo características de la comunicación en línea la informalidad y la ocasionalidad, que con el tiempo solo aumentarán. El investigador inglés Crispin Thurlow propone los siguientes subtemas para la investigación en Sociolingüística de Internet:

1. Multilingüismo: investigación sobre la distribución y el estatus de diferentes idiomas en línea.
2. Cambios lingüísticos: desde una perspectiva sociolingüística, aquellos provocados por limitaciones tecnológicas y fluctuaciones de factores socioeconómicos (globalización).
3. Discurso conversacional: estudio de cambios en los patrones de comportamiento social y comunicación en línea.
4. Variabilidad estilística: estudio de la prevalencia del lenguaje coloquial de Internet y otros fenómenos lingüísticos utilizados por un gran número de usuarios en la red.
5. Perspectivas educativas: Es particularmente importante estudiar el impacto de Internet en el lenguaje formal o literario. David Crystal menciona como ejemplo el Estándar del Idioma Inglés (Standard English), que se ve especialmente afectado por el lenguaje coloquial de Internet y la falta de atención por parte de los hablantes.

Internet ha tenido un impacto significativo en la enseñanza de idiomas extranjeros en la escuela o la universidad. Aquellos que aprenden un nuevo idioma a través de Internet adoptan un vocabulario informal derivado de diversas plataformas de comunicación y luego lo utilizan en la comunicación oficial. Sin embargo, los hablantes nativos también se ven afectados por este tipo de influencia en la comunicación en Internet. Un ejemplo destacado son los estudiantes de secundaria en los Estados Unidos y Canadá que ampliamente utilizan jerga y abreviaturas al escribir sus tareas y ensayos [24, p. 20].

Algunos académicos sostienen que la considerable cantidad de errores en la escritura se debe al uso frecuente de diversos servicios de comunicación en línea.

Naomi S. Baron sugiere que las tecnologías permiten a los comunicadores prestar menos atención a la gramática al redactar sus mensajes. En gran medida, esto se debe a que casi todos los dispositivos de comunicación modernos ofrecen verificación gramatical automática. Sin embargo, los comunicadores a menudo ignoran la ortografía, ya que no es tan prioritaria para ellos como el tiempo dedicado a escribir el mensaje [25, p.183-190].

Aunque, un estudio realizado en 2009 por la Universidad de Coventry (Reino Unido) argumenta lo contrario. El frecuente envío de mensajes por parte de los niños a través de computadoras u otros dispositivos de comunicación, de hecho, contribuye al desarrollo de habilidades de lectura y escritura, así como aumenta el vocabulario y la creatividad de los niños.

Perspectivas estilísticas: Las tecnologías han permitido el desarrollo de nuevas formas creativas de lenguaje, que incluso han encontrado reflejo en la literatura. El lenguaje utilizado en Internet es una mezcla de formas orales y escritas, es dinámico y el propio texto puede someterse a una presentación visual (resaltado con diferentes colores o fuentes). Son interesantes para la investigación las diversas expresiones creadas en Internet y su impacto en las formas escritas y habladas del lenguaje.

CAPÍTULO 2.

MOTIVOS DEL USO DE LA JERGA Y LOS ANGLICISMOS DE INTERNET

2.1. Frecuencia y motivos del uso de anglicismos

La siguiente sección de la encuesta propuesta contenía preguntas abiertas, a las cuales los encuestados debían responder por sí mismos. En la primera pregunta de este tipo, les pedimos a los encuestados que evaluaran con qué frecuencia usan anglicismos al comunicarse en redes sociales y proporcionaran ejemplos de las palabras que más utilizan. En total, 120 encuestados proporcionaron 150 ejemplos de diversos anglicismos, aunque es importante señalar que muchos de ellos tenían una variedad de formas y variaciones. Nos centraremos más detalladamente en su análisis en la próxima parte de la tesis. Sin embargo, el 26% de los encuestados respondió que utiliza anglicismos a diario. Por lo general, los encuestados argumentaron que esto se debe al léxico profesional, a la falta de emotividad en los equivalentes en ucraniano y a la semántica específica de los anglicismos.

Aquí están las respuestas más interesantes desde nuestro punto de vista: "Utilizo anglicismos todos los días, no solo en redes sociales. En mi opinión, los préstamos constituyen una parte significativa de nuestro vocabulario, y no se puede prescindir de ellos"; "Uso anglicismos constantemente, generalmente es léxico profesional en el trabajo"; "Utilizo anglicismos muy a menudo. Esto incluye a) léxico profesional en el trabajo; b) al comunicarme con amigos que también usan inglés en la vida cotidiana o en el trabajo. A veces escribo frases completas en inglés debido a la facilidad de expresión o la falta de deseo de ser entendido por quienes me rodean en un momento específico"; "Uso anglicismos muy a menudo cuando me quejo o bromeo. Los términos en inglés son más cortos y rápidos al escribir".

El 32% de los encuestados mencionaron que utilizan anglicismos con frecuencia o bastante frecuencia. Lamentablemente, no especificaron qué entienden exactamente por el uso frecuente de préstamos. A continuación, presentamos las

respuestas más interesantes: "Utilizo anglicismos a menudo al trabajar en la página de fans de la compañía en la que trabajo. Dado que mi trabajo está relacionado con la industria de la tecnología de la información, muchos conceptos simplemente no tienen traducción al ucraniano u otro idioma y se utilizan en una forma adaptada.

Y los equivalentes en ucraniano de tales palabras a menudo no son comprensibles para los clientes"; "Utilizo anglicismos bastante a menudo al comunicarme con colegas de una organización internacional"; "Utilizo anglicismos en la medida de su relevancia. Utilizo los anglicismos más comunes, es como una costumbre"; "Uso préstamos con bastante frecuencia. Principalmente son palabras de las esferas de tecnologías de la información y actividades sociales"; "A menudo uso anglicismos. A veces, precisamente esa palabra encaja mejor en la situación porque está asociada con un libro o una película específicos. Además de los préstamos en inglés, a menudo también se utilizan préstamos en ucraniano. Más a menudo se usan en tono sarcástico, ya que virtualmente es difícil transmitir mis emociones.

Por eso se hace de esta manera". El 24% de los encuestados respondió que utiliza anglicismos a veces o raramente, pero muchos de ellos proporcionaron ejemplos de las palabras que utilizan. Vale la pena señalar que una parte significativa de los encuestados en esta categoría especificó que utiliza anglicismos con fines de entretenimiento o sarcasmo. Aquí hay algunas respuestas de los encuestados de esta categoría: "No uso anglicismos muy a menudo y, en la mayoría de los casos, con fines humorísticos. Casi siempre, cuando uso palabras en inglés, las escribo en cirílico".

"Uso anglicismos no muy a menudo, excepto cuando se trata de Internet o electrónica, ya que los equivalentes no son cómodos debido a su longitud"; "Solo uso anglicismos en aquellos casos en los que creo que son más familiares para el interlocutor que los equivalentes nativos (serbios, rusos, ucranianos)"; "Uso anglicismos raramente, principalmente al brindar asesoramiento profesional, cuando uso tanto el anglicismo como el equivalente. A veces uso anglicismos en la correspondencia con amigos"; "A veces se me escapan. Cuando esta frase está dando

vueltas en mi cabeza y es difícil encontrar el equivalente ucraniano adecuado"; "No uso anglicismos muy a menudo en Facebook. Me parece que aparecen con más frecuencia en el lenguaje hablado". El resto de los encuestados respondieron que usan anglicismos raramente o no los usan en absoluto. Muy pocos de ellos explicaron su respuesta. Por lo general, esto se debe a la falta de dominio del inglés por parte del propio comunicador o de las personas con las que se comunica.

Entre los anglicismos recopilados, es importante destacar aquellos que fueron mencionados con más frecuencia por los encuestados y, por lo tanto, tenían formas o variantes de adaptación más diversas. El claro líder entre los préstamos fue la interpretación de la función popular de evaluación de contenido en Facebook, el "like" ("me gusta"). La interfaz ucraniana del sitio propone la traducción "подобається" ("gusta"), que, en nuestra opinión, es bastante exitosa y conlleva la carga emocional necesaria. Sin embargo, la contraparte ucraniana es considerablemente más grande en tamaño en comparación con la versión en inglés de la palabra. Los usuarios ucranianos adaptaron esta palabra mediante la transliteración: лайк (laik), manteniendo así la concisión y dotando a esta nueva creación de una semántica estrecha.

Tan solo el 22,7% de los encuestados indicaron que utilizan esta palabra; sin embargo, en nuestra opinión, algunos de ellos podrían no haber querido mencionar esta palabra debido a su difusión y conocimiento general. La palabra "лайк" (laik), que en inglés es un verbo, ha adquirido varias formas derivadas en el argot ucraniano de Internet. Los usuarios de redes sociales generalmente la utilizan como un sustantivo masculino: "збирати лайки" (recopilar likes); "ставити лайк" (poner like); "100 лайків" (100 likes). La forma verbal del anglicismo también ha adquirido características típicas de los verbos ucranianos. Aquí están las formas de infinitivo: "залайкати" (darle like), "лайкати" (dar likes), "лайкнути" (dar un like), "лайкувати" (dar likes).

Otro ejemplo muy interesante es la función de compartir información entre amigos mediante una publicación en su propia página, conocida en la versión en inglés de Facebook como "share". En la versión en ucraniano de la red social, se le

Намó "поширити" ("compartir"), que es una traducción literal. El 10% de los encuestados mencionaron esta palabra en sus respuestas. En comparación con la palabra "like", donde escuchamos claramente todos los sonidos y podemos transliterarla fácilmente, la palabra "share" tiene una pronunciación algo más difícil: [ʃɛə]. Este factor es una de las principales razones de la variabilidad de las formas adaptadas de la palabra.

Aquí hay ejemplos de verbos derivados de este anglicismo que mencionaron los encuestados en sus respuestas: "шарити" (compartir), "шерити" (compartir), "розшарити" (descompartir), "розшарювати" (descompartir), "розшерити" (descompartir), "зашарити" (compartir), "шейрити" (compartir). Formas sustantivas: "шейр" (share), "шер" (share). Al igual que con la palabra "like", las variaciones de los verbos y sustantivos derivados de la palabra en inglés "share" tienen características y propiedades típicas de las partes del habla ucranianas y se han adaptado fácilmente.

2.2. La diferencia entre el habla cotidiana y la comunicación en red.

Al analizar las respuestas a esta pregunta, podemos afirmar que las opiniones de los encuestados se polarizaron: el 56% cree que su habla difiere de su comunicación en línea, mientras que el 46% piensa que no. Al analizar más detalladamente las respuestas de los encuestados, descubrimos que los más jóvenes pertenecen al primer grupo. Mayoritariamente, son estudiantes que se ven obligados a comunicarse en el idioma literario solo en la universidad o en casos excepcionales. Consideramos necesario dividir el segundo grupo de respuestas en dos subgrupos, a saber, aquellos que siguen principios de purismo lingüístico y normas gramaticales en cualquier comunicación, y aquellos que establecen una clara distinción entre la comunicación privada, que carece de restricciones estilísticas o gramaticales, y la comunicación formal, en la que ambos interlocutores deben seguir normas y gramática oficiales.

"No, no lo creo. En la comunicación cotidiana, utilizo la misma cantidad de préstamos que en las redes sociales, es decir, el estilo de habla y escritura es el mismo. Aquí es más una cuestión de distinguir entre los conceptos de clases y amigos. En las clases, el discurso no está lleno de préstamos, el lenguaje es más literario, más normativo. Aunque también juega un papel la edad del profesor: si es joven, los anglicismos se perciben de manera orgánica"; "Si es una conversación con amigos, simplemente no hay censura. Te relajas y simplemente transmites cierta información utilizando ciertas unidades léxicas.

Y en la comunicación oficial, existen normas y estándares definidos"; "Creo que son diferentes. La comunicación en redes sociales es textual, por lo que las oraciones que utilizamos deben ser cortas, concisas y informativas. Es decir, diseñadas para escribir rápidamente, con una formulación clara. La comunicación en línea es bastante específica. Por un lado, utilizamos un chat analógico, y aquí todo es comprensible: las oraciones en este caso deben ser lo más cortas posible, serán preguntas y respuestas a ellas. Pero escribir estados, publicaciones, comentarios, etc., es una situación un poco diferente. En este caso, se destaca el contenido, que debe interesar al lector potencial"; "Es bastante diferente. En Internet, para explicar algunos conceptos, es mejor usar jerga. Aunque, cuando hablo de Internet/IT en la vida cotidiana, también uso jerga". Resumiendo todas las respuestas proporcionadas por los encuestados, identificamos las principales diferencias entre el habla cotidiana y el habla en redes sociales:

- El esfuerzo por ser lo más lacónico posible al escribir mensajes: para lograrlo, los usuarios utilizan abreviaturas y acrónimos (lol, btw, brb, CU, IMHO, etc.), anglicismos que son más cortos que sus equivalentes en ucraniano, y oraciones simples y réplicas que hacen el proceso de comunicación en el chat más dinámico.

- Informalidad: la comunicación en redes sociales a través de mensajes instantáneos o chats se percibe como privada y casi no difiere del lenguaje oral. Muchos encuestados mencionaron que a menudo utilizan lenguaje vulgar y palabras coloquiales. Los usuarios no suelen preocuparse por la corrección de su habla, ya que lo más importante es la comodidad en la comunicación y la comprensión mutua

entre los interlocutores. • Compensación del contacto visual mediante juegos de lenguaje o emoticonos: muchos encuestados respondieron que utilizan con frecuencia jerga, argot, anglicismos, rusismos, metáforas e hipérbolos para darle a su texto una estilística y emotividad específicas. Es interesante destacar que algunos encuestados mencionaron que en la comunicación cara a cara a menudo les falta el uso de emoticonos o la posibilidad de dar formato visual a su lenguaje.

- Posibilidad de editar lo escrito: un factor muy importante que afecta de manera diferente el habla de los encuestados. Algunos afirman que al escribir en un teclado, el comunicante tiene más tiempo para reflexionar y estructurar lo escrito. Además, generalmente el autor tiene la oportunidad de corregir un error en el mensaje escrito o, al menos, reenviar una palabra mal escrita (en el caso de mensajes instantáneos). Sin embargo, algunos participantes en la encuesta respondieron que en la comunicación cara a cara intentan hablar correctamente y con corrección gramatical, pero en línea prestan menos atención a esto debido a la informalidad y dinamismo de dicha comunicación.

2.3. Formas de adaptar anglicismos

Un método común de adaptación de préstamos para el idioma ucraniano es la transliteración, es decir, la representación fonética de un sonido en el alfabeto del idioma receptor mediante letras de dicho alfabeto. Sin embargo, debido a algunas diferencias significativas entre los sistemas fonéticos del ucraniano e inglés, observamos la presencia de varias formas de escribir ciertas palabras. Esto se refiere al número de letras y sonidos vocales que representan. Mientras que en ucraniano hay seis letras que se utilizan para denotar seis sonidos vocales simples, en inglés hay seis letras que representan 12 vocales simples y 8 diptongos [5, p.130].

Los usuarios de redes sociales, al adaptar una palabra, intentan transmitir lo más precisamente posible el sonido de una palabra en inglés mediante grafemas ucranianos, transliterándola. Sin embargo, la escritura de una palabra específica

depende directamente de la pronunciación individual del hablante y su conocimiento lingüístico. Aquí hay ejemplos de tales imprecisiones que hemos recopilado a través de encuestas y nuestra propia investigación, como "шерити – шейрити – шарити," "каучсерфінг – коучсерфігн," y "ріпостити – репостити." Otra forma de adaptación gráfica de las palabras es la transliteración, que implica la transmisión mecánica del texto y palabras específicas escritas en el sistema gráfico del idioma donante mediante el sistema gráfico del idioma receptor. En este caso, se pasa por alto la precisión fonética de la palabra adaptada. La transliteración a menudo se utiliza para adaptar nombres propios y nombres de extranjeros.

Sin embargo, este método es más típico para idiomas que utilizan el alfabeto latino (como checo, polaco, alemán, neerlandés). Sin embargo, la transliteración es también un medio dominante de registrar préstamos en ucraniano, lo cual afecta significativamente la adaptación de anglicismos al ucraniano. Muy a menudo esto ocurre a través de los medios de comunicación, que adoptan y comienzan a usar una palabra de origen inglés, escribiéndola según las reglas de escritura en ucraniano. Relacionamos esto con el hecho de que el espacio informativo de Ucrania es prácticamente común gracias a Internet y al uso compartido de muchas fuentes de habla ucraniana, como ITAR-TASS, RIA Novosti, InterMedia, etc. [5, p.130].

Además, en las redes sociales, la información presentada en diferentes idiomas no se filtra ni se clasifica: en el feed de noticias del usuario aparecen mensajes de la naturaleza más variada, escritos en diferentes idiomas (dependiendo de los amigos del usuario, sus preferencias e intereses). También influye fuertemente la comunicación personal entre los usuarios o su bilingüismo, etc.

Sin embargo, en ucraniano no hay una regla clara para la reproducción de lexemas extranjeros, los hablantes deciden de manera independiente cómo escribir una palabra en particular, ya sea separada, junta o con un guion. Por ejemplo: онлайн / он-лайн / он лайн, чекін / чек ін, емейл / е мейл, тімбілдінг / тімбілдінг, дедлайн / дед-лайн, etc. La investigadora ucraniana de préstamos I. Kyrylova considera que la coexistencia de diferentes formas gráficas del mismo anglicismo indica la presencia de neopréstamos durante su fijación en diferentes

etapas de adaptación y estabilización en el sistema del idioma ucraniano [9, p.176-177].

CONCLUSIONES

El objeto del presente trabajo de curso es el argot, centrándose específicamente en las razones de su uso y los métodos de adaptación de préstamos en inglés. La estructura de nuestro trabajo científico, subordinada a sus objetivos y tareas, consta de una parte teórica y una práctica, cada una de las cuales está compuesta por dos secciones.

En la primera sección de la parte teórica, se proporciona información sobre el origen del término "argot" y se examinan diferentes puntos de vista sobre su significado por parte de lingüistas ucranianos y extranjeros.

En la segunda sección, se aborda la historia del desarrollo de la comunicación en línea y de las plataformas en línea para la interacción, el papel de los nuevos medios en la sociedad contemporánea, el concepto de cultura virtual, la caracterización de la comunicación en línea, incluidas sus formas y características gráficas, léxicas y estilísticas específicas de la comunicación en Internet. También se analiza el papel del idioma inglés en la comunicación en línea y se proporciona una descripción de la lingüística en línea como un campo prospectivo de la lingüística, junto con las oportunidades para su desarrollo futuro.

REFERENCIAS

1. Bitkivska, Y. V. (2008) *Tendencias de apropiación y desarrollo de la semántica de anglicismos en el idioma ucraniano moderno: Resumen de la tesis doctoral*. Ivano-Frankivsk: Universidad Nacional de los Cárpatos "V. Stefanyk", p.20.
2. Bondarenko, K. L. (2007) *Características lingüísticas y culturales del argot ucraniano e inglés: Resumen de la tesis doctoral*. Donetsk: Universidad Nacional de Donetsk, p.19.
3. Grybovyi, P. M. (2010) *El argot juvenil ucraniano como fenómeno lingüístico y cultural. Investigaciones comparativas de las lenguas eslavas*, p.34–37.
4. Guzi, L. (2012) *Juego lingüístico en los medios de comunicación rusos y eslovacos [en línea]*, citado el 10 de marzo de 2015.
5. Yevchuk, M. S. (2013) *Características del proceso de adaptación integral de préstamos en inglés en los idiomas polaco y ucraniano*. Boletín de la Universidad Nacional de Zaporizhia. Ciencias filológicas, núm. 3, p.129–133.
6. Kapyurova, V. V. (2013) *Sincretismo del monólogo, diálogo y polílogo en la comunicación en línea. Imágenes lingüísticas y conceptuales del mundo*, núm. 43, parte 2, p.129–137.
7. Kapyurova, V. V. (2013) *Características de la comunicación en el espacio de las redes sociales en inglés, ruso y ucraniano. Imágenes lingüísticas y conceptuales del mundo*, núm. 46, parte 2, p.63–72.
8. Kapyurova, V. V. (2011) *Características léxicas de los mensajes en Twitter. Imágenes lingüísticas y conceptuales del mundo*, núm. 33, p.228–232.
9. Kyrylova, I. P. (2013) *Características de anglicismos en los idiomas alemán y ucraniano modernos. Imágenes lingüísticas y conceptuales del mundo*, núm. 43, parte 2, p.174–181.

10. Kovalenko, O. (2013) *Cerca de 1500 personas indignadas con la suspensión de la integración europea llegaron a Maidan [en línea]*, citado el 20 de marzo de 2015.
11. Kotelevets, K. V. (2012) *Orígenes del léxico del argot (según el material del texto de S. Zhadan 'Depeche Mode')*. Notas académicas de la Universidad Nacional Tavricheskogo V.I. Vernadsky, vol. 25(64), parte 1, p.327–331.
12. Kompanstseva, L. F. (2007) *Comunicación en línea: aspectos cognitivo-pragmáticos y lingüístico-culturales: Resumen de la tesis doctoral*. Kyiv: Academia Nacional de Ciencias de Ucrania, Instituto de Lingüística O. O. Potebnya, p.36.
13. McQuail, D. (2010) *Teoría de la comunicación de masas*. Lviv: Litopys.
14. Martos, S. A. (2001) *El problema de la investigación del habla de la ciudad*. *Archivo del Sur. Ciencias filológicas: Colección de trabajos científicos, IX*, p.127–130.
15. Martos, S. A. (2003) *El argot como componente de la subcultura juvenil*. *Archivo del Sur. Ciencias filológicas: Colección de trabajos científicos, XXI*, p.111–114.
16. Martos, S. A. (2003) *Argot juvenil: ¿mito o realidad?. Cultura de la palabra, núm. 62*, p.39–44.
17. Martos, S. A. (2004) *El argot juvenil como componente del lenguaje de la ciudad*. *Boletín de la Universidad Nacional de Jarkov V.N. Karazin, n.º 632*, vol. 42, p.240–243.
18. Martos, S. A. (2005) *Argot juvenil: aspecto comunicativo*. *Boletín científico de la Universidad Estatal de Jerson. Serie "Lingüística". Colección de trabajos científicos, II*, p.199–202.
19. Minchenko, O. (2013) *Top 25 sitios web más populares entre los ucranianos [en línea]*, citado el 18 de febrero de 2015.

20. Nikolov, I. (2012) *Ámbitos de funcionamiento del argot croata*. Boletín de la Universidad de Lviv. Serie Filológica, núm. 56, parte 2, p.20–30.
21. Potyatnik, B. V. (2010) *Periodismo en línea: manual de estudio*. Lviv: PAIS.
22. Rajmatullina, S. (2009) *Juego lingüístico en la blogosfera [en línea]*, citado el 10 de marzo de 2015.
23. Skachkova, E. (2012) *Funciones de los emoticonos como medios de transmisión de emociones en el discurso escrito conversacional [en línea]*, citado el 11 de marzo de 2015.
24. Shchur, I. I. (2006) *Argot informático ucraniano: formación y funcionamiento: Resumen de la tesis de doctorado*. Kiev: Universidad Nacional Taras Shevchenko, p.20.
25. Baron, N. C. (2008) *Siempre conectados: el lenguaje en un mundo en línea y móvil*. Oxford: Oxford University Press.
26. Burns, J. (2014) *Enviar mensajes de texto puede mejorar la ortografía y gramática de los niños [en línea]*, citado el 15 de marzo de 2015.
27. Cailliau, R. (1995) *Breve historia de la Web: Texto de un discurso pronunciado en el lanzamiento de la sucursal europea del Consorcio W3 [en línea]*, citado el 24 de febrero de 2015.
28. Crystal, D. (2005) *Desarrollo del lenguaje a través de Internet [en línea]*, citado el 5 de marzo de 2015.
29. Crystal, D. (2005) *El alcance de la lingüística de Internet [en línea]*, citado el 20 de enero de 2015.
30. Crystal, D. (2011) *Lingüística de Internet: Una guía para estudiantes*. Nueva York: Routledge.