

par visioconférence, à travers internet. Les journalistes peuvent ainsi participer à une conférence de presse internationale sans quitter leurs bureaux ou leurs pays respectifs, réduisant leurs frais et leurs temps de déplacement. Il leur suffit de se placer devant n'importe quel ordinateur connecté à internet et de poser leurs questions à l'intervenant.

*И.Ф. Кудешов
БГЭУ(Минск)*

L'ECONOMIE DU FOOTBALL CONTEMPORAIN

Le football est-il soluble dans l'économie, et inversement? A la faveur du Mondial, la question agite économistes et analystes financiers, qui examinent les liens entre le football, l'économie et la Bourse. Tous soulignent que l'exercice est en bonne partie sérieux, car l'impact psychologique d'un succès ou d'une défaite sur un pays est démontré, mais, comme le reconnaissent les experts de la banque Goldman Sachs, il s'agit aussi de «s'amuser un peu».

La première question qui vient à l'esprit de ces spécialistes est de savoir si le résultat des matches du Mondial peut avoir un impact sur la vie économique. De 1970 à 2002, par exemple, le pays vainqueur du championnat du monde a enregistré en moyenne un surplus de croissance de 0,7 %, tandis que le finaliste voyait sa croissance rognée de 0,3 % par rapport au taux de l'année précédente.

De l'autre côté, la situation économique dans des clubs en chef de l'Europe est assez inquiétante, et c'est même un problème très sensible. Le foot-business est au bord de la crise. Endettés, déficitaires, les clubs peinent à suivre les exigences de leurs joueurs et de leurs agents. A titre d'exemple, en 2009 Manchester United présenterait une dette de 649 millions d'euros, le Real Madrid de 562 millions d'euros, Valence — 500 millions d'euros, l'Inter Milan — 420 millions d'euros?

L'organisation UEFA vient de faire état de la situation économique catastrophique des clubs européens, en particulier chez les grandes écuries. On y apprend que les salaires des joueurs ont augmenté de 18,1 % en 2008, et que 57 équipes y consacrent plus d'argent qu'ils n'ont de revenus? Côté transferts, la palme revient aux clubs anglais et espagnols: entre les sommes dépensées pour l'achat de joueurs et les sommes rapportées par la vente d'autres joueurs, les clubs perdent 385 millions d'euros (sur un marché de 550 millions d'euros pour toute l'Europe). Au final, le football européen affiche pour la même année une perte globale de 578 millions d'euros et 22 % des clubs accusent un déficit supérieur à 20 %?

Une question tout à fait logique: d'où les clubs de football prennent-ils tant d'argent? Réponse: les clubs se dotent de départements juridiques, financiers, marketing, et les professionnels du management concurrencent les dirigeants bénévoles. Le changement se produit dans les années 1980 quand, à la suite des grands fabricants d'articles de sport (Adidas, Nike), de grands groupes industriels (Matra) ou financiers (Fininvest et Berlusconi) et des médias (Canal +, Rupert Murdoch, Léo Kirch) et sponsors à vocation internationale (Coca Cola, McDonald's ou Master Card) se lancent dans

le développement du marché du sport, introduisant ainsi des préoccupations nouvelles: reconnaissant la puissance médiatique du football, il s'agit de faire du football un spectacle rentable en investissant dans l'organisation d'événements ou le montage d'équipes susceptibles d'attirer spectateurs, téléspectateurs et sponsors à dimension internationale, et, logiquement, faire des clubs dans lesquels on a investi des entreprises elles aussi rentables, en s'appropriant les droits de retransmission des images du club et en se protégeant contre les aléas du sort qui transforment une défaite sportive en catastrophe économique.

Le football, à quoi sert-il alors? Pour quelqu'un c'est toute la vie, une profession, pour quelqu'un d'autre — c'est quelque chose qu'on peut acheter et utiliser dans ses buts, et pour la plupart de nous le football est une sorte de distraction. Donc, le football, mérite-t-il tant d'argent, dont on a besoin partout dans le monde? A vous de réfléchir...

*E.A. Липская
БГЭУ(Минск)*

EL SPANGLISH: UN FENYMEMO PASAJERO O UNA NUEVA LENGUA

La era de las nuevas tecnologías, las frecuentes migraciones sociales, motivadas por alcanzar un mayor nivel de bienestar, o por causas políticas, o de catástrofes humanitarias, junto con un mayor dinamismo en las comunicaciones están consiguiendo que lenguas que gozan de una tradición más que milenaria, constantemente se transformen, a una velocidad mucho mayor que antes de la existencia de estos fenómenos, con nuevos matices de expresión procedentes de otros idiomas, que en ocasiones pueden enriquecer sus léxicos, pero que también pueden degradarlos.

En particular, el idioma que más está interfiriendo en todas las demás lenguas, quizá por su carácter de mayor universalidad es el inglés, si bien el castellano le sigue a corta distancia. Y estos dos idiomas han influido muchísimo uno a otro y ese proceso sigue tener lugar en la actualidad.

Dentro del continente americano, algunas zonas de colonización hispánica del sudoeste y sudeste de Estados Unidos, particularmente Texas, Nuevo México, Colorado, California y Florida, son en la actualidad bilingües en inglés y español. Y el castellano ha pasado de lengua marginal a lengua bastante generalizada en algunas de las grandes ciudades estadounidenses, gracias a las migraciones hispanas durante este siglo, especialmente las puertorriqueñas y cubanas. Esta convivencia con el inglés ha tenido diversas consecuencias, desde el paso fluido de palabras de una lengua a la otra hasta la creación del spanglish — una mezcla del español e inglés.

Spanglish

El spanglish, ingañol, espanglish, espanglés, espangleis, espanglis o pocho (conocido así en regiones de la frontera de Baja California, Tamaulipas y Nuevo León) es la fusión del español y el inglés, tanto a nivel morfo-sintáctico como a nivel semántico.

247

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□.
□□□□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□.