

Litera

Правильная ссылка на статью:

Велос Льяно Х. К вопросу об английских заимствованиях в экономической сфере русского и испанского языков // Litera. 2025. № 11. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.11.76841 EDN: EUNEGW URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=76841](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76841)

## К вопросу об английских заимствованиях в экономической сфере русского и испанского языков

Велос Льяно Хуан Габриель

аспирант; кафедра общего и русского языкознания филологического факультета ; Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

✉ gabrieltranslate33@gmail.com



[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

**DOI:**

10.25136/2409-8698.2025.11.76841

**EDN:**

EUNEGW

**Дата направления статьи в редакцию:**

18-11-2025

**Дата публикации:**

30-11-2025

**Аннотация:** В эпоху глобализации и активного международного сотрудничества, особенно в экономической сфере, возрастает роль английского языка как "lingua franca". Это приводит к интенсивному проникновению англизмов в другие языки, включая русский и испанский. Актуализируются особенности английских заимствований в русском и испанском языках (эквадорском варианте) в современных текстах экономического дискурса. Предметом исследования являются наиболее распространенные английские заимствования в русском и испанском языках, выявленные в международных документах на сайтах МИД РФ и МИД Эквадора путем частотного анализа 100 (ста) документов экономического характера. Данные заимствования были изучены с точки зрения этимологии и функционирования в официальных документах, что позволило провести анализ использования английских

заимствований через семантические и прагматические аспекты. Ключевыми методами явились описательный и сопоставительный анализ, с помощью которых было проведено описание соответствующих англицизмов и сравнение. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем на материале текстов экономического дискурса проведен анализ англицизмов в русском и испанском языках на примере международных экономических текстов. Сделаны выводы, что особенности английских заимствований в текстах экономического дискурса в русском и испанском языках неразрывно связаны с ее прагматической составляющей, формирующейся экстравелингвистическими факторами. В испанском языке, англицизмы используются в случаях невозможности подбора испанского эквивалента, в то время как в русском языке такие же англицизмы применяются в более широком значении. Увеличение объема английских заимствований в русском и испанском языках в рамках экономического дискурса апеллирует к технологическому прогрессу в мире и доминировании англоязычных реалий.

#### **Ключевые слова:**

английские заимствования, русский язык, испанский язык, Эквадор, экономический дискурс, менеджмент, маркетинг, международные документы, глобализация, экстравелингвистические факторы

#### **Введение**

Актуальность данного исследования обусловлена развитием цифровых технологий и доминированием англоязычных проектов в экономической сфере диктует предпосылки для проникновения английских заимствований в экономики России и испаноязычных стран. Появление новых англоязычных экономических реалий отодвигают локальные экономические аспекты на второй план. Однако, именно новые англоязычные экономические реалии позволяют разноязычным и испаноязычным странам находить точки соприкосновения и заключать контракты в экономической сфере, несмотря на различия в лингвистической плоскости. В этом контексте англоязычные заимствования становятся важным показателем развития той или иной страны, в языке которой они появляются.

Для достижения вышеуказанной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- отобрать самые распространенные англицизмы в текстах экономического дискурса на сайтах МИД РФ и МИД Эквадора;
- выявить исторические и культурные предпосылки появления английских заимствований в экономическом дискурсе русского и испанского языков;
- выявить и описать общие и специфические аспекты английских заимствований в русском и испанском языках.

Материалом для исследования послужили этимологические словари русского и испанского языков, а также экономические документы с сайтов МИД РФ (50 документов) и МИД Эквадора (50 документов) которые являются частью экономического дискурса и используются для распространения экономической информации. В современном мире государственные официальные интернет платформы становятся наиболее важными

источниками донесения информации, потому что позволяют обеспечивать взаимодействие с разными аудиториями, которых они точно определяют по демографическим и поведенческим характеристикам.

Теоретическую базу исследования составили работы лингвистов в сфере изучения английских заимствований [1; 2; 3; 6; 11; 12; 15; 16; 17; 18; 19; 20].

Для анализа особенностей английских заимствований в экономическом дискурсе России и Эквадора применялся описательный анализ. Метод позволил выявить характерные особенности английских заимствований в каждом из исследуемых языков, выделив доминантные и маргинальные элементы. В частности, структурный анализ позволил идентифицировать частотность использования английских заимствований, а также проанализировать их функциональную роль в достижении коммуникативной цели. Для сравнения роли английских заимствований в экономическом дискурсе России и Эквадора было проведено сравнительное исследование. Сравнительный анализ позволил установить, как общие тенденции в появлении английских заимствований, так и уникальные особенности, обусловленные лингвокультурными факторами. На основе сравнительного анализа были сформулированы обобщающие выводы о роли английских заимствований в экономическом дискурсе России и Эквадора.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его материала в практике преподавания английского, русского и испанского языков, при разработке и чтении теоретических и практических курсов, посвященных вопросам заимствований, общего и сравнительно-исторического языкознания.

## **Обзор литературы**

Изучение проникновения английских слов в русский экономический дискурс имеет богатую традицию. Первые заимствования фиксируются ещё в дореволюционный период, когда Россия активно перенимала западный, в том числе английский, опыт в промышленности, торговле и финансах. По мнению С. В. Литвинова первые англицизмы были зафиксированы в документах русских посольств в Англии. Русские дипломаты стали использовать слова, заимствованные из английского: чифджестес 'верховный судья', лорд кипер 'хранитель печати', лорд трезер 'казначай' и другие [6].

Во времена реформ Петра I особенно активно заимствовались термины, связанные с морским делом. В 1793 г. А.С. Шишков составил «Треязычный морской словарь». В XIX веке, с ростом влияния Британской империи, русские аристократы стали интересоваться английским языком. Дворянские дети изучали английский, что привело к росту числа преподавателей-иностранцев и увеличению использования англицизмов.

Новый всплеск интереса и реального проникновения англицизмов наблюдается в постсоветскую эпоху, с переходом к рыночной экономике. Этот период характеризуется массовым заимствованием терминов, связанных с бизнесом, финансами, маркетингом и информационными технологиями («маркетинг», «менеджер», «лизинг»). В конце XX – начале XXI века, с укреплением английского как международного языка, количество заимствований возросло, особенно в технической и компьютерной сферах. Исследование этих процессов позволяет проследить трансформацию экономического мышления и языковой картины мира в России [7; 8; 12].

Проникновение английских слов в экономический дискурс Эквадора – давний процесс,

отражающий глобализацию и зависимость страны от международной торговли и финансовых институтов. Н. Е. Боброва считает, что в первую очередь англизмы проникали в экономический дискурс Эквадора через экспортно-ориентированные отрасли, такие как банановая промышленность, где терминология, связанная с логистикой, ценами и рыночными механизмами, была в основном английской [1; 9].

Позднее, с развитием финансовых рынков и привлечением иностранных инвестиций, волна новых англизмов захлестнула экономический лексикон. Термины, связанные с бухгалтерским учетом, инвестициями, маркетингом и бизнес-стратегиями, быстро прижились в профессиональной среде. Это часто связано с тем, что обучение и учебные материалы в этих областях часто доступны на английском языке, а эквадорские специалисты перенимают международные стандарты.

В Латинской Америке, в частности, в Эквадоре, функционирование и использование английских заимствований имеет свои особенности. Именно в Эквадоре английские заимствования сосредоточены в основном в профессиональных сферах и СМИ, так как экономические связи с США и Европой не такие постоянные и прочные по сравнению с Аргентиной и Мексикой. Только в 2008 года США и Эквадор начали двусторонний диалог по вопросу обсуждения внешнеторговых и военных вопросов [10; 15].

В Эквадоре использование английских заимствований имеет особенности, выделяющие его на фоне других стран Латинской Америки. Хотя распространение англизмов в испаноязычной среде присуще всему региону, интенсивность и способы их применения различаются от страны к стране. В государствах, таких как Мексика и Аргентина, где исторически сложились более тесные культурные и экономические связи с США и Европой, англизмы получили большее распространение и затрагивают различные сферы, включая не только бизнес и технологии, но и повседневную речь. В Эквадоре же англоязычные заимствования сконцентрированы в основном в профессиональной терминологии и средствах массовой информации, что говорит об относительно сдержанном отношении к словам подобного рода [2].

## Обсуждение и результаты

Для настоящего исследования были выбраны англизмы *marketing* 'маркетинг', *management* 'менеджмент', *copywriter* 'копирайтер', *dealer* 'дилер', *know-how* 'ноу-хау' и *outsourcing* 'аутсорсинг', выбранные как самые распространенные в текстах экономического дискурса, представленных в изученных экономических документах на сайтах МИД РФ и МИД Эквадора (были отобраны методом случайной выборки на базе 50 русских экономических документов и 50 испанских документов).

По данным английского этимологического словаря термин *marketing* означает *buying and selling, act of transacting business in a market* 'покупка и продажа, совершение сделок на рынке' [13].

В русском языке англизм *marketing* имеет несколько значения.

Согласно определению, представленному в словаре иностранных слов под редакцией Н.Г. Комлева, под маркетингом понимается «комплекс действий, связанных с передачей прав собственности на товары от продавца к покупателю» [5]. Кроме того, маркетинг

рассматривается как передовая практика в торговле, подразумевающая постоянное внимание к качеству и упаковке продукции, анализ психологии потребителей с целью воздействия на их решения.

Таким образом, англизм маркетинг в русском языке частично совпадает со значением этого термина в английском языке.

La Real Academia Española (RAE) в своём Diccionario de la Lengua Española (DRAE) определяет "marketing" как "*acción de promocionar comercialmente productos o servicios, que incluye la investigación de mercado y la publicidad*" (действие, направленное на коммерческую рекламу товаров или услуги, включая исследования рынка и рекламу) [4], что лишь частично совпадает со значением этого термина в английском языке.

В экономических текстах на сайтах Министерства иностранных дел России и Министерства иностранных дел Эквадора, лексема маркетинг встречается в следующих вариантах.

(1) *El Gobierno Federal designó tres millones de dólares australianos a «Tourism Australia» para apoyar un programa de marketing, con el objetivo de captar más estudiantes y mochileros.* (<https://www.cancilleria.gob.ec/?s=marketing>, дата обращения 05.10.2025)

(2) *Los asistentes al taller recibieron, además, asesoramiento en materia contable, Derecho Laboral y tributación; así como se dieron a conocer los elementos necesarios para acceder a planes de ayuda y financiamiento, y, estrategias de marketing, networking y planificación de recursos.* (<https://www.cancilleria.gob.ec/?s=marketing>)

(3) *Россию представляли генеральный консул Российской Федерации в Калькутте А.М.Идамкин, заместитель генерального директора по стратегическому маркетингу ПАО «Силовые машины» М.А.Петров, вице-президент Санкт-Петербургской ТПП Е.Н.Лебедев* (<https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1444492/>, дата обращения 05.10.2025).

В примерах (1-3) под маркетингом понимается ряд мероприятий по развитию рынков, или торговыми отношениями на рынке, что лишь частично совпадает с английским вариантов.

Анализ использования лексемы «маркетинг» в экономических текстах МИД России и МИД Эквадора выявляет интересные особенности интерпретации этого понятия в различных контекстах. Эквадорские источники применяют термин *marketing* в более широком смысле, охватывая финансовую поддержку программ по привлечению туристов и студентов, а также стратегии развития бизнеса, включающие элементы консалтинга и планирования ресурсов. В то время как в российском примере, "маркетинг" упоминается в контексте стратегического развития крупной компании, что подчеркивает его роль в продвижении продукции и расширении влияния на рынке.

Сравнение указывает на то, что, несмотря на общий корень термина, его понимание и применение могут варьироваться в зависимости от специфики деятельности и приоритетов организации. В эквадорском случае акцент делается на привлечении внешних ресурсов и развитии малого и среднего бизнеса, в то время как в российском – на стратегическом развитии крупной компании. Это свидетельствует о том, что "маркетинг" – это гибкий инструмент, который адаптируется к конкретным задачам и целям организации.

По данным английского этимологического словаря термин *management* означает *act of managing by direction or manipulation, и governing body, directors of an undertaking collectively (originally of a theater)* 'акт управления по указанию или манипулирования' и

'управляющий орган в виде директоров предприятия, действующих совместно' [13].

В русском языке термин менеджмент имеет несколько значений. Согласно определению, представленному в словаре иностранных слов под редакцией Н.Г. Комлева, под менеджментом понимается экономическая система управления, заведования, администрирования на крупных предприятиях, производствах и в концернах; управленический учет [5].

Таким образом, англицизм *management* в русском языке частично совпадает со значением этого термина в английском языке.

La Real Academia Española (RAE) в своём Diccionario de la Lengua Española (DRAE)<sup>[4]</sup> не имеет англицизма *management*, а его аналог *manejo*, который, определяется как 1) *Acción y efecto de manejar o manejarse* 'Действие и эффект от управления или обращения с собой'; 2) *Arte de manejar los caballos* 'Искусство обращения с лошадьми' 3) *Dirección y gobierno de un negocio* 'Управление и управление бизнесом', что лишь частично совпадает со значением этого термина в английском языке. Однако в текстах именно эквадорского варианта испанского языка встречается именно английское написание данного термина.

(4) Было подписано Соглашение о сотрудничестве с Правительством Республики И.В.Халевинский принял участие в научно-практической конференции «Внешние связи Якутии сквозь призму времени», а также в Стратегической сессии Высшей Школы И Н Н О В а Ц И О Н Н О Г о Менеджмента. ([https://www.mid.ru/ru/about/social\\_organizations/association/1578561](https://www.mid.ru/ru/about/social_organizations/association/1578561), дата обращения 05.10.2025).

(5) *El seminario, que se realizará de forma virtual durante los meses de abril y mayo, y cuenta entre los organizadores con la Cooperación Técnica Alemana (GIZ); el Consorcio GOPA Worldwide Consultants; International Centre for Migration Policy Development; y Policy and Management Consulting Group, está dirigido a los 25 cursantes de la actual promoción de la Academia Diplomática...* (<https://www.cancilleria.gob.ec/2021/04/10/funcionarios-reciben-curso-internacional-sobre-migracion-orientada-al-desarroll>, дата обращения 05.10.2025).

В примерах (4-5) под менеджментом понимается система управления каким-либо органом, что полностью совпадает с одним из значений английского варианта.

Итак, термин менеджмент, будучи англицизмом, прочно укоренился в русском и испанском языках, хотя и с некоторыми оттенками в значении. Если в английском языке он охватывает как процесс управления, так и управляющий орган, то в русском языке акцент смещается в сторону экономической системы управления. Испанский язык, в свою очередь, предлагает альтернативный термин *manejo*, лишь частично пересекающийся с английским *management*.

Важно отметить, что в текстах на испанском языке, особенно в Эквадоре, активно используется именно английское написание *management*, что свидетельствует о глобальном влиянии англоязычной бизнес-культуры. Приведенные примеры демонстрируют, что в современном контексте менеджмент воспринимается как система управления организацией или проектом, что соответствует одному из основных значений термина в английском языке. Таким образом, несмотря на языковые различия и культурные особенности, понятие менеджмент сохраняет свою актуальность и узнаваемость в различных странах мира.

Что касается термина *копирайтер*, то по данным английского этимологического словаря термин *копирайтер* означает *writer of copy for advertisement; writer* 'писатель текстов рекламных объявлений' и 'писатель' [13].

В русском языке термин *копирайтер* имеет следующее значение: *специалист по разработке слоганов, рекламных текстов, текстовик* [5].

Таким образом, англицизм *copywriter* в русском языке полностью совпадает со значением этого термина в английском языке.

La Real Academia Española (RAE) в своём Diccionario de la Lengua Española (DRAE)<sup>[4]</sup> не имеет англицизма *copyrighter*, а его аналог *redactor*, который, определяется как 1) *Que redacta* 'который редактирует'; 2) *que forma parte de una redacción u oficina donde se redacta* 'который является частью редакционной или ведомственной части', что лишь частично совпадает со значением этого термина в английском языке. Однако в текстах именно эквадорского варианта испанского языка встречается именно испанский вариант данного термина.

( 6 ) Национальное агентство **копирайтеров**, медиа-блогеров и независимых журналистов  
[\(\[https://mid.ru/ru/foreign\\\_policy/compatriots/vsemirnyy\\\_kongress\\\_sootechestvennikov/id/1742004\]\(https://mid.ru/ru/foreign\_policy/compatriots/vsemirnyy\_kongress\_sootechestvennikov/id/1742004\), дата обращения 24.11.2025\).](https://mid.ru/ru/foreign_policy/compatriots/vsemirnyy_kongress_sootechestvennikov/id/1742004)

(7) En el podio con **los redactores** del periódico Business & Diplomacy, el Embajador acotó que en la última década, se han construido ocho centrales hidroeléctricas en Ecuador...  
[\(<https://www.cancilleria.gob.ec/2017/05/04/presentan-atractivos-turisticos-y-productos-ecuatorianos-ante-empresarios-e-inversores-en-berlin>, дата обращения 23.11.2025\).](https://www.cancilleria.gob.ec/2017/05/04/presentan-atractivos-turisticos-y-productos-ecuatorianos-ante-empresarios-e-inversores-en-berlin)

В примере (6) под *копирайтером* понимается специалист по разработке слоганов, рекламных текстов, что полностью совпадает с одним из значений английского варианта. Однако в испанском варианте (7) использовался аналог *redactores*, который обозначает именно редакторов журналов, что лишь частично совпадает со значением данного термина с его английским вариантом.

Итак, термин *копирайтер* будучи англицизмом, прочно укоренился в русском языке, хотя и с некоторыми оттенками в значении. Если в английском языке он охватывает как писателя рекламных текстов, так и писателя как такового, то в русском языке акцент смещается именно в сторону писателя рекламных текстов. Испанский язык, в свою очередь, предлагает альтернативный термин *redactor*, лишь малой частью пересекающийся с английским словом *copywriter*.

Приведенные примеры демонстрируют, что в современном контексте *копирайтер* воспринимается как писатель рекламных слоганов и текстов, что соответствует одному из основных значений термина в английском языке. Таким образом, понятие *копирайтер* сохраняет свою актуальность и узнаваемость в русском языке и практически не используется в испанском языке.

Термин *дилер* также представляет собой определенный интерес. По данным английского этимологического словаря термин *дилер* означает *divider, distributor; agent, negotiator; player who passes out the cards in a game; purveyor of illegal drugs* 'делитель, распределитель; агент, переговорщик; игрок, который раздает карты в игре; поставщик запрещенных наркотиков' [13].

В русском языке термин дилер имеет следующее значение: экон. юридическое лицо, занимающееся биржевым и торговым посредничеством от своего имени и за свой счет; биржевой посредник [5].

Таким образом, англизм *dealer* в русском языке частично совпадает со значением этого термина в английском языке.

La Real Academia Española (RAE) в своём Diccionario de la Lengua Española (DRAE) [4] не имеет англизма *dealer*, а его аналог *distribuidor*, который, определяется как 1) Que distribuye 'который распределяет' 2) En algunas casas, pieza de paso que da acceso a varias habitaciones 'в некоторых домах, коридор, который дает доступ к нескольким комнатам'; 3) máquina agrícola para esparcir abonos 'сельскохозяйственная машина для распыления удобрений'; 4) Empresa dedicada a la distribución de productos comerciales 'компания, занимающаяся распространением коммерческой продукции', что лишь частично совпадает со значением этого термина в английском языке. Однако в текстах именно эквадорского варианта испанского языка встречается именно испанский вариант данного термина.

(8) Данные ГУФТД ГТК России свидетельствуют, что основной объем ввоза легковых автомобилей в торговом обороте приходится на организации, являющиеся официальными **дилерами** ([https://mid.ru/ru/foreign\\_policy/news/1690163](https://mid.ru/ru/foreign_policy/news/1690163), дата обращения 24.11.2025)

(9) Durante la visita se llevó a cabo un Taller de Oportunidades Comerciales entre Ecuador y Hungría, así como una rueda de negocios B2B entre empresas húngaras y ecuatorianas en la Cámara de Comercio e Industria de Budapest, donde se concretaron más de 50 reuniones con importadores, supermercados y **distribuidores** húngaros. ... (<https://www.cancilleria.gob.ec/2017/05/04/presentan-atractivos-turisticos-y-productos-ecuatorianos-ante-empresarios-e-inversores-en-berlin>, дата обращения 23.11.2025).

В примерах (8-9) под дилером понимается посредник, который занимается продажей тех или иных товаров, что частично совпадает с одним из значений английского варианта. Однако в испанском варианте (9) использовался аналог *distribuidor*, который обозначает именно поставщиков товаров, что лишь частично совпадает со значением данного термина в его английском варианте.

Итак, термин *дилер* будучи англизмом, прочно укоренился в русском языке, хотя и с новыми оттенками в значении. Если в английском языке он достаточно большой диапазон лиц от переговорщика до поставщика наркотиков, то в русском языке акцент смещается именно в сторону агента, поставщика. Испанский язык, в свою очередь, предлагает альтернативный термин *distribuidor*, лишь малой частью пересекающийся с английским *dealer*.

Приведенные примеры демонстрируют, что в современном контексте дилер воспринимается как поставщик, переговорщик, что соответствует одному из основных значений термина в английском языке. Таким образом, понятие *копирайтер* сохраняет свою актуальность и узнаваемость в русском языке и практически не используется в испанском языке, в котором существует аналог *distribuidor*.

С английскими терминами *know-how* и *outsourcing* такая же ситуация как с англизмами *dealer* и *copywriter*. В русском языке наблюдается частичное совпадение в значении, а в испанском языке используются аналоги, и наблюдается лишь частичное совпадение в значении.

## **Заключение**

Таким образом, мы приходим к следующим выводам. Проведенное исследование шести английских заимствований позволило предположить, что появление английских заимствований в экономическом дискурсе России и Эквадора, несмотря на географическую и культурную дистанцию, связано в первую очередь с глобализацией и

доминированием англо-американской экономической модели. При этом в России английские заимствования часто воспринимаются как признак современности и профессионализма, то в Эквадоре они вызывают неоднозначную реакцию, как символ иностранного влияния и утраты национальной идентичности. Анализ употребления англицизмов *marketing*, *management*, *copywriter*, *dealer*, *know-how* и *outsourcing* в экономическом дискурсе России и Эквадора позволил сделать выводы, что существуют как общие тенденции, так и значительные различия в функционировании англицизмов в русском и испанском языках. С одной стороны, во всех исследуемых терминах сохраняется связь с исходным английским значением, отражая глобальные тенденции в экономике и бизнесе. С другой стороны, адаптация и интерпретация этих понятий в каждом языке демонстрируют влияние национальных контекстов и приоритетов экономического развития.

В Эквадоре наблюдается использование испанских аналогов англицизмов в большей мере, чем в России и с более широким диапазоном значений, что свидетельствует о различной направленности экономической политики и приоритетах развития в обеих странах, а в особенности влияния англо-американской культуры на экономику России и Эквадора.

Использования англицизмов в экономическом дискурсе на примере исследуемых англицизмов является отражением процессов глобализации и интеграции в мировую экономику. Однако их адаптация и интерпретация в каждом конкретном языке и культуре подчеркивает важность учета локальных особенностей и контекстов.

В качестве перспектив дальнейшего исследования заявленной проблематики можно назвать выявление и систематическое описание особенностей английских заимствований в других вариантах испанского языка и влияние английских заимствований в них.

## **Библиография**

1. Боброва Н.Е. К проблеме использования англицизмов в экономической сфере // Международный научно-исследовательский журнал. 2024. № 4 (142). С. 1-4.
2. Демьянова П.И. Социолингвистический анализ примеров употребления англицизмов в эквадорских публицистических текстах // Филология: научные исследования. 2024. № 10. С. 49-57. DOI: 10.7256/2454-0749.2024.10.71856 EDN: AKXXYI URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=71856](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71856)
3. Долгова Т.В., Охотникова Е.П. К вопросу об англоязычных заимствованиях в современном русском языке // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. № 1 (44). С. 5.
4. Испанская Королевская Академия. Этимологический словарь испанского языка. – URL: <https://dle.rae.es> (дата обращения: 26.09.2025).
5. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. Москва: Эксмо, 2006. 669 с.
6. Литвинов С.В. Англицизмы в русском языке XVI-XIX вв. Историко-культурный аспект // Русская речь. 2004. № 6. С. 99-102. EDN: OXZELH.
7. Косова М.В. Нестатичный процесс англоязычных заимствований в современном русском языке как средство международной коммуникации // Актуальные исследования. 2020. № 23.
8. Мамедова Ф.А. Английские заимствования в экономическом дискурсе (на материале современной российской рекламы) // Филологические науки в МГИМО. 2024. № 10 (4). С. 22-36. DOI: 10.24833/2410-2423-2024-4-41-22-36. EDN: XACNHY.
9. Сахарова Н.Г., Дмитриева О.П. Английские заимствования в русском языке как результат изменения Я-концепции нации // Интернет-журнал Мир науки. 2020. Т. 8. № 2.

- URL: <https://mir-nauki.com/PDF/06PSMN220.pdf> (дата обращения: 24.11.2025). EDN: WPOZGJ.
- 10. Тарнаева Л.П., Никульникова Н.Ю. Особенности лексического состава национальных вариантов испанского языка Латинской Америки // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. № 6. С. 9. DOI: 10.30853/phil20240288. EDN: HMWKKH.
- 11. Трубинова Е.А. Заместования как процесс изменения языка // Молодой ученый. 2016. № 10 (114). С. 1209–1212. EDN: WAOGGV.
- 12. Черноголовина Т.Г. Новейшие англизмы в современном русском языке // Молодой ученый. 2017. № 47 (181). С. 255-258. EDN: ZULNUF.
- 13. Харпер Д. Этимологический словарь английского языка. – URL: <https://www.etymonline.com> (дата обращения: 26.09.2025).
- 14. Carreter F.L. Diccionario de términos filológicos. Madrid: Editorial Gredos, 1953. 368 р.
- 15. Gorelaya I. Mutual Influence of English and Spanish Language: Lexical borrowings. 2020. – URL: <https://ssrn.com/abstract=3763123> (дата обращения: 26.09.2025).
- 16. Hladonik G. Borrowings of the English language – Old English Borrowings // Dynamics of the Development of World Science. Abstracts of the 4th International Scientific and Practice Conference. 2019. С. 157-161.
- 17. Hyman L. The role of borrowing in the justification of phonological grammars // Studies in African Linguistics. 1970. Vol. 1, No. 1. С. 1-48.
- 18. Peperkamp S. A psycholinguistic theory of loanword adaptations // Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society. 2004. С. 341-352.
- 19. Perkovic A. Borrowings from and in the English Language // International Journal of Social Science and Human Research. 2022. С. 3405-3411.
- 20. Upton C., Kretzchmar W.A. The Routledge dictionary of pronunciation for current English. New York: Taylor & Francis, 2017.

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступают английские заимствования в экономической сфере русского и испанского языков. Актуальность данной работы не вызывает сомнения и обусловлена необходимостью комплексного изучения огромного пласта заимствованной лексики в русском и испанском языках в экономике. Как отмечается в рукописи, «именно новые англоязычные экономические реалии позволяют разноязычным и испаноязычным странам находить точки соприкосновения и заключать контракты в экономической сфере, несмотря на различия в лингвистической плоскости». Материалом исследования послужили этимологические словари, а также экономические документы с сайтов МИД РФ и МИД Эквадора.

Теоретической основой исследования выступили работы, посвященные англизмам в русском языке и английским заимствованиям в экономическом дискурсе. Библиография составляет 6 источников, в том числе 3 лексикографических (Этимологический словарь испанского языка, Этимологический словарь английского языка Д. Харпер и Словарь иностранных слов Н. Г. Комлева). Хотя библиография соответствует специфике изучаемого предмета и находит отражение на страницах статьи, очевидно, что такое количество собственно научных источников (всего 3) недостаточно для обобщения и качественного анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики, что и

наблюдается в представленном материале. Автору(ам) следует внимательно изучить требования и рекомендации редакции журнала относительно списка литературы (см «рекомендованный объем списка литературы для оригинальной научной статьи – не менее 20 источников, который должен содержать: не менее трети зарубежных источников; не менее половины работ, изданных в последние 3 года» и пр.). Также в тексте некорректно даны ссылки на источники: см (Литвинов 2004; Боброва 2024; Комлев 2006). В соответствии с требованиями редакции «ссылки приводятся в квадратных скобках в тексте и оформляются по следующему образцу: [4, с. 121]».

Методология проведенного исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала; метод сплошной выборки; сравнительно-сопоставительный метод и структурный анализ; метод изучения словарных дефиниций; а также дискурсивный анализ.

В ходе исследования рассмотрены исторические и культурные предпосылки появления английских заимствований в экономическом дискурсе русского и испанского языков; выявлены наиболее распространенные англицизмы в изучаемых экономических текстах; на примере англицизмов *marketing* 'маркетинг' и *management* 'менеджмент' проанализированы общие и специфические аспекты английских заимствований в русском и испанском языках («В Эквадоре наблюдается более широкое применение термина «маркетинг», охватывающее широкий спектр деятельности, от привлечения внешних ресурсов до развития малого бизнеса. В России же акцент делается на стратегическом развитии крупных компаний»). В заключении обобщены полученные результаты.

На наш взгляд, в представленном материале не хватает статистических данных, подтверждающих наибольшую распространенность заимствований *marketing* и *management* в изучаемых текстах экономического дискурса. Также возникает вопрос относительно объективности сделанных выводов на основе исследования всего двух слов («Анализ употребления англицизмов *marketing* и *management* в экономическом дискурсе России и Эквадора позволил сделать выводы, что существуют как общие тенденции, так и значительные различия в функционировании англицизмов в русском и испанском языках»).

Полученные результаты имеют скорее практическую значимость и могут применяться в вузовских курсах по лексикологии, словообразованию, лингвокультурологии, а также в лексикографической и переводческой практике.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую его полноценному восприятию.

Однако, по мнению рецензента, название статьи «К вопросу об особенностях английских заимствований в русском и испанском языках в современном мире» следует уточнить, так как в работе речь идет об английских заимствованиях в экономической сфере русского и испанского языков.

Обращаем внимание автора(ов) на языковые недочеты: см отсутствие пробела между словами («Метод позволил выявить характерные особенности»); неверное написание аббревиатуры МИД («на сайтах Мид России и Мид Эквадора»).

В целом стиль изложения соответствует требованиям научного описания и характеризуется логичностью и доступностью. Статья вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera» после устранения указанных выше замечаний.

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступают английские заимствования в экономической сфере русского и испанского языков. Актуальность данной работы не вызывает сомнения и обусловлена необходимостью комплексного изучения огромного пласта заимствованной лексики в русском и испанском языках в экономике. Как отмечается в рукописи, «именно новые англоязычные экономические реалии позволяют разноязычным и испаноязычным странам находить точки соприкосновения и заключать контракты в экономической сфере, несмотря на различия в лингвистической плоскости». Материалом исследования послужили этимологические словари, а также экономические документы с сайтов МИД РФ и МИД Эквадора.

Теоретической основой исследования выступили работы, посвященные вопросам заимствования, англицизмам в русском языке, взаимовлиянию английского и испанского языков, особенностям употребления англицизмов в эквадорских публицистических текстах, английским заимствованиям в экономическом дискурсе и др. Библиография составляет 20 источников, в том числе лексикографические, представляется достаточной для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики, соответствует специфике рассматриваемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. В дальнейшем рекомендуем автору(ам) проводить более подробный анализ научных источников и не сводить обзор литературы к их перечислению: см «Теоретическую базу исследования составили работы лингвистов в сфере изучения английских заимствований [1; 2; 3; 6; 11; 12; 15; 16; 17; 18; 19; 20]».

Методология проведенного исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала; метод сплошной выборки; сравнительно-сопоставительный метод и структурный анализ; метод изучения словарных дефиниций; а также дискурсивный анализ.

В ходе исследования рассмотрены исторические и культурные предпосылки появления английских заимствований в экономическом дискурсе русского и испанского языков; выявлены наиболее распространенные англицизмы в изучаемых экономических текстах; на примере англицизмов *marketing*, *management*, *copywriter*, *dealer*, *know-how* и *outsourcing* проанализированы общие и специфические аспекты английских заимствований в русском и испанском языках («В Эквадоре наблюдается использование испанских аналогов англицизмов в большей мере, чем в России и с более широким диапазоном значений, что свидетельствует о различной направленности экономической политики и приоритетах развития в обеих странах, а в особенности влияния англо-американской культуры на экономику России и Эквадора»). В заключении обобщены полученные результаты.

Обращаем внимание автора(ов) на неверное написание аббревиатуры МИД («В экономических текстах на сайтах МиД России и МиД Эквадора, лексема маркетинг

*встречается в следующих вариантах»).*

*Полученные результаты имеют скорее практическую значимость и могут применяться в вузовских курсах по лексикологии, словообразованию, лингвокультурологии, а также в лексикографической и переводческой практике.*

*Представленный материал характеризуется четкой, логически выстроенной структурой, способствующей его полноценному восприятию. В целом стиль изложения соответствует требованиям научного описания. Все замечания носят рекомендательный характер.*

*Статья вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».*