

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](mailto: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 англицизмов 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 анализы, 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 экстралингвистическими 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, экстралингвистические 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* 'казначей' и другие [\[6\]](#).

Во времена реформ Петра I особенно активно заимствовались термины, связанные с морским делом. В 1793 г. А.С. Шишков составил «Трехязычный 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 англицизмы 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 англицизмов 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 англицизмов 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, англицизмы 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 англицизмы *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 англицизм *marketing* имеет несколько значений.

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, англицизм 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) [41], что лишь частично совпадает со значением этого термина в английском языке.

В экономических текстах на сайтах Мид России и Мид 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 «Силловые 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; управленческий 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) [4] 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) [4] 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).

(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).

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 *redactors*, 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, англицизм *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 англицизма *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 англицизмом, 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 англицизмами *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. Заимствования как процесс изменения языка // Молодой ученый. 2016. № 10 (114). С. 1209–1212. EDN: WAOGGV.

12. Черноголовина Т.Г. Новейшие англицизмы 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 p.

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 англицизмам 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 («Методпозволил 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».*