



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-3-19-27>

ЯЗЫК ФОНДОВОГО РЫНКА НА ПРИМЕРЕ ИСПАНСКОЙ БИРЖЕВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Ф.Ю. Сангинова

kelfat@mail.ru

А.В. Шалюхина

shaliukhina.a@yandex.ru

МГИМО МИД России (Москва, Россия)

Аннотация: В современном мире экономическая деятельность в целом, и финансовая в частности, играют большое значение. Изучение терминологии фондового рынка, который всегда оставался достаточно закрытым, а в последнее время проникает активнее в нашу жизнь через средства массовой информации, становится необходимым для того, чтобы ориентироваться в потоке важной информации и стать успешным игроком на финансовом рынке.

Цель статьи – проследить появление и развитие биржевой лексики за последние десятилетия. Поставленная цель предполагает решение следующих задач: уточнить происхождение терминов фондового рынка и выявить системные отношения в биржевом лексиконе. В рамках данного исследования был проведен анализ основных способов терминообразования в испанском языке фондового рынка. Биржевой язык не располагает особыми методами создания конкретных терминов. Анализ фондовых терминов показал, что биржевая лексика является гибридом терминов, заимствованных из других специальных языков (профессионального жаргона экономической, финансовой и торговой деятельности), стандартного языка и иностранных языков. Только если слово из общего языка используется в биржевом дискурсе, вступают в силу семантические и дедуктивные особенности, которые позволяют интерпретировать его наиболее правильным образом. Устный характер биржевого лексикона определяет его зависимость от экстралингвистических факторов.

Ключевые слова: термин, терминология, биржа, терминообразование, биржевая лексика, лексикон трейдеров.

Для цитирования: Сангинова Ф.Ю., Шалюхина А.В. (2021). Язык фондового рынка на примере испанской биржевой терминологии. *Дискурс профессиональной коммуникации*. 3(3), С. 19–27. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-3-19-27>

1. ВВЕДЕНИЕ

Биржа предстает перед посторонним взглядом как деятельность, в которой группа людей, выкрикивая и толкаясь, пытается осуществить свои сделки на рынке. На бирже все финансовые операции совершаются в устной форме, без необходимости в немедленном документарном оформлении, которое гарантировало бы законность сделки. Этот мир всегда был довольно закрытым. Вот почему неудивительно, что язык фондового рынка плохо известен людям, которые не являются специалистами в данной области.

Актуальность исследования связана с тем, что в последнее время язык биржи проникает в нашу жизнь все чаще через средства массовой информации (особенно печатную прессу), поскольку многие экономические процессы, особенно финансовые, тесно связаны с биржевой деятельностью. Кроме того, многие получили доступ к инвестиционным операциям и пытаются заработать деньги в этом секторе. Но перед лицами, проявляющими интерес к фондовому рынку, встает препятствие: так называемый биржевой жаргон, представляющий собой не что иное, как набор выражений, возникающих в результате развития биржевой жизни, влияния других языков (особенно английского) и, в конце концов, изолированности любой профессии от общества. Целью настоящего исследования является определение специфики образования биржевых терминов. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- (1) определить специфику терминологии фондового рынка;
- (2) выявить основные способы терминообразования в языке биржи;
- (3) сравнить функционирование одного и того же термина в разных терминосистемах, а также в общелитературном языке.

2. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В данной работе задействованы следующие лингвистические методы: семантический анализ, контекстуальный анализ, а также элементы когнитивного анализа. Материалом исследования послужили статьи из испанских периодических изданий: *El País*, *ABC*, *Negocios*. Теоретическую базу исследования составили труды отечественных исследователей в области терминоведения, таких как А.А. Брагина [Брагина, 1973], М.Н. Володина [Володина, 2000], А.В. Суперанская [Суперанская, Подольская, Васильева, 2012], в которых рассматривается специфика понятия «термин», анализируются особенности терминосистемы, а также основные способы терминообразования.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Информация о фондовом рынке полна англицизмов и техницизмов, которыми маленький инвестор должен владеть, чтобы успешно действовать на фондовом рынке и в целом ориентироваться в мировой экономической конъюнктуре.

Язык фондового рынка - это не устная презентация, которой сопровождается или дополняется письменный отчет. Это не лекция, прочитанная группе клиентов или финансовых аналитиков [Левченко, Татарникова, 2017, с. 23]. Это единственная возможность осуществлять специализированную профессиональную деятельность. Большая часть письменных

материалов является результатом работы самых разных специалистов, таких как финансовые аналитики и экономисты, журналисты, специализирующиеся на финансовой или политической тематике, работающие как в печатных изданиях, так и в информационных агентствах (*Efe, Reuter, CNN*) или в электронных изданиях и т.д. Все эти источники предлагают брокеру огромное количество информации, которая не относится непосредственно к его профессиональной деятельности. Таким образом, мы должны рассматривать язык участников фондового рынка как специализированную форму речи [Суперанская, 2012, с. 89], которая использует как общую лексику, так и заимствует из специализированных языков.

Биржевой язык не располагает особыми методами создания конкретных терминов [Володина, 2000, с. 67]. Биржевая лексика является гибридом терминов, заимствованных из других специальных языков (профессионального жаргона экономической, финансовой и торговой деятельности), стандартного языка и иностранных языков. По мнению Е.В. Розена, только если слово из общего языка используется в биржевом дискурсе, вступают в силу семантические и дедуктивные особенности, которые позволяют интерпретировать его наиболее правильным образом [Розен, 1991, с. 102].

Биржевой язык заимствует из общелитературного языка, а также из других специальных подязыков и арго, те термины, которые семантически адаптируются к номинативным потребностям [Лопатин, 1973, с. 78]. Таким образом, на бирже мы не находим обычной тенденции к созданию специальных терминов для исключительного использования в рамках той или иной научной дисциплины или технической деятельности, вне которой они были бы лишены смысла. Как отмечает А.А. Брагина, в случае биржевой терминологии правильнее было бы говорить о “специальном значении” тех или иных слов [Брагина, 1973, с. 112]. Словарный запас формировался из слов общего языка, которые приобрели новое значение, не совпадающее с его общепринятым значением.

Основной способ образования биржевой лексики – семантический: брокер заимствует смыслы из общего языка и адаптирует их содержание к среде и коммуникативным потребностям своей конкретной работы; обычно достаточно простого сужения содержания: глагол *tomar* в испанском языке обозначает конкретное действие *брать акции, облигации, валюту...* (*купить*). Использование этого глагола, наряду с другим, более подходящим, таким как *купить*, имеет лингвистическое объяснение. Когда на бирже все сделки заключались исключительно в устной форме, брокер должен был присутствовать в биржевом зале, кричать и размахивать бумагами, где были записаны все позиции. При покупке он «брал» из рук посредника бумагу, что формально означало покупку. Впоследствии брокерами, работающими на электронном рынке, был осуществлен метонимический перенос значения слова *брать* исключительно на акт покупки.

В биржевой лексике семантический способ терминообразования в основном осуществляется с помощью следующих механизмов:

А. Сужение значения: стандартное значение слова, заимствованного из общего языка, ограничивается специализированным описанием или обозначением. В некоторых случаях, в результате подобного заимствования, значение слова изменяется и становится полностью отличным от первоначального значения.

Б. Метафоризация: метафора является широко используемым и продуктивным ресурсом для лексики фондового рынка. Метафора превосходно адаптируется к коммуникативным потребностям биржевой деятельности, поскольку аналогия способствует формулировке и обоснованию рассуждений, в то же время помогает сделать речь более лаконичной.

Очень ярким примером метафорического переосмысления является термин *burbuja* (*пузырь*), обозначающий искусственный подъем всех финансовых рынков или конкретного сектора, который может и часто приводит к резкому и значительному падению. Сходство явно подкрепляется изображением – мыльным пузырем, который может лопнуть при малейшем контакте. Таким образом, метафора расширяет значение терминов, устанавливает связи между новыми значениями и приводит к появлению новых значений, которые создают новые образы и коннотации.

Наиболее распространенным видом метафоры является олицетворение, поскольку оно позволяет нам понять лучше окружающий мир с точки зрения человеческих мотиваций и свойств [Кара-Мурза, 2003, с. 368]. Этот ресурс особенно полезен в языке биржи, где преобладают абстрактные понятия (цифры, индексы, графики, котировки и т. д.). Их понимание облегчается на основе нашего собственного опыта. Любопытным случаем является термин *parqué*, который обозначает *настил пола* в помещении (двойная метонимия), где проходят торги. У этого термина нет конкурентов, хотя иногда используется слово *corros* в том же смысле.

Очень часто объекту дается название его места происхождения или местоположения. Для обозначения Нью-Йоркской или Лондонской фондовой биржи используются такие понятия, как *Уолл-Стрит* или *Сити*. Часто говорят *o la bajada de Nueva York* (*Нью-йоркском падении*).

В. Метонимия: это еще один из распространенных ресурсов образования биржевых терминов, представляет собой перенос наименования с одного предмета на другой на основе смежности. Такой перенос становится возможным благодаря аналогии. Сходство может быть связано с формой, то есть основываться на “графической” имитации (*dientes de sierra, horquilla, karaoke, pecera...*), с типом действия (*rebotar, acumular, absorción, cuidar...*), с ориентацией в пространстве (*techo, suelo, baja, arriba, parqué, caer...*) или ориентацией во времени (*apertura, cierre, preapertura, ciclos, futuros...*) и т. д.

Этот механизм, хотя и опирается на аналогию, не является метафорой, поскольку говорящий не стремится объяснить одно понятие за счет другого, с которым он имеет сходство, а заимствует все или часть известного значения и создает новое понятие. Часто используемые в повседневном языке глаголы, такие как *caer* (*падение котировок*), *tomar* (*купить*), *soltar* (*продать*), *poner* (*разместить*), *hacer* (*закрыть сделку*), сохраняют свое обычное значение, когда они используются в биржевой терминологии.

Наряду с этими примерами у нас есть другие, в которых переход слова из стандартного языка в специализированный ведет к изменению значения. Такое изменение значения можно наблюдать на примере слова *acción*. Эта функция привела к тому, что данный термин используется специалистами фондового рынка только в том значении, которое необходимо в рамках специального языка их профессиональной деятельности. Таким образом, термин *acción* является продуктом процесса значительного сужения значения, которое привело к универсальности слова, взятого из общего языка. В настоящее время значение слова *acción* (*акция*) записано в общих словарях как стандартное значение.

Что касается влияния английского языка, то важно учитывать растущую глобализацию фондового рынка благодаря развитию системы электронных торгов, которая позволила соединить все мировые биржи и тем самым сформировать единый крупный рынок, на котором все преимущественно общаются на английском языке [Солганик, 1996]. Кроме того, ведущие англоязычные страны – Англия и Соединенные Штаты – сохранили экономическое

превосходство над остальными странами, в том числе это касается и фондовых рынков. Таким образом, неудивительно, что большинство финансовых продуктов, фондовых индексов, методов технического анализа (графиков), отчетов и анализа рынка используют английский язык в качестве исходного языка.

Одна из проблем английской терминологии заключается в том, что она отражает финансовые реалии американских и английских бирж. Зачастую таким понятиям трудно найти академический перевод и приходится соглашаться на неофициальный консенсусный перевод, предложенный профессионалами, говорящими на английском и испанском языках.

Что касается англицизмов, то здесь прослеживается следующая закономерность: использование иностранного термина предпочтительнее его перевода [Васильева, 1982, с. 80]. Одна из причин этого явления – социально-экономическая. Это также позволяет понять, почему испаноговорящий специалист склоняется к метафоре или метонимии при создании биржевой терминологии: именно эти способы терминообразования позволяют создавать точные термины, которые могли бы обозначать сложные операции: *maquillar* или *picotear*. Другим важным аспектом является склонность говорящего копировать или адаптировать из английского языка способы образования данных терминов: метафоризацию (*bear market*, *bigbang*), метонимию (*blue chip*), аббревиацию (*NYSE*) и т. д.

Однако коммуникационная потребность говорящих, в данном конкретном случае испаноязычных, а также стилистические особенности постоянно заставляют адаптировать иностранный термин (заимствование или кальку) к специфике местного языка [Брагина, 1973, с. 120]. Поэтому не странно, что такие слова, как *bear market* (*медвежий рынок*), имели небольшой успех среди испанских брокеров. Случаи заимствования в языке биржи достаточно редки, гораздо чаще встречается буквальный перевод (калька). Приведем некоторые из многих зарегистрированных примеров: *dinero caliente* (*hot money*), *futuros* (*futures*), *suelo* (*floor*) и т. д.

В некоторых случаях в испанском языке приживаются обе формы: как кальки, так и исходный термин, при этом чаще в обиходе используется иностранный термин. Это относится к *insider trading* (*использование инсайдерской информации*), *management* (*управление компанией*), *crash* (*паденье*) и т. д. Отдельно следует упомянуть слова, которые определяют и позволяют дифференцировать различные типы брокеров. Их перевод на испанский язык вызывает дополнительную сложность: *dealer*, *trader*, *sale*.

Большинство ученых Королевской академии языка не согласны с тем, что существуют финансовые термины на английском языке, которым невозможно найти эквиваленты в испанском языке.

Зарубежные исследователи-испанисты Ж. А. Бельц [Belz, 2002], П. А. де Миранда и Х. Поло [De Miranda & Polo, 2002] отмечают, что неологизмов в биржевой терминологии немного. Одним из примеров является термин *fidelizar*, который недавно перешел в общий словарный запас, прежде всего, благодаря его использованию в средствах массовой информации.

Язык биржи, как и общелитературный язык, не остается в стороне от влияния различных подъязыков, которые легко проникают в него, таких как молодежный сленг или ненормативная лексика [Попов, 1996, с. 71]. Некоторые термины арготического или маргинального происхождения были легко интегрированы в лексикон биржи, идеально адаптируясь к коммуникативным потребностям и заполняя вакуум, который трудно заполнить техническими или специализированными выражениями.

Брокер может безоговорочно заменить *comprar* на *pillar*. Мы полагаем, что устный характер биржевого языка позволяет словам из разговорного языка закрепляться в лексике брокеров.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данного исследования автор приходит к следующим выводам.

Биржевой язык не располагает особыми методами создания конкретных терминов. Зависимость лексикона от экстралингвистических факторов является неизбежным следствием его исключительно устного характера. Отсутствие письменных биржевых документов не позволяет установить в качестве нормы используемые термины. Хотя существует много фиксированных терминов, таких как, например, *accionista*, *empresa*, *corretaje*; можно также встретить те термины, перевод которых без контекста представляется невозможным: *bono basura*, *ir contra el mercado*...

Достаточно трудно однозначно определить границы различных источников, из которых заимствуется биржевая лексика, поскольку в языке фондового рынка смешиваются и существуют термины различного происхождения, включая слова из молодежного сленга, мира корриды или игрового сленга.

В любом случае появление новых терминов не должно вызывать трудностей. Данная лексика должна обогащать лексикон говорящих, поскольку это позволит им хорошо понимать происходящие события и эффективно участвовать в них.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дилеев М. 22 профессиональные книги для трейдеров [Электронный ресурс]. URL: <https://equity.today/knigi-dlya-trejderov.html> (дата обращения: 14.06.2018).
2. Баранова Л.А. О папарацци, стрингерах и таблоидах // Русская речь. 1998. № 4. С. 49-53.
3. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. Москва: Просвещение, 1973.
4. Былинский К.И. Язык газеты. Москва: Издательство МГУ, 1997.
5. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи. Москва: Русский язык, 1982.
6. Винокур Г.О. Заметки по русскому словообразованию. Москва, 1996.
7. Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии средств массовой коммуникации). Москва: Изд-во МГУ, 2000.
8. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Москва: ЭКСМО, 2003.
9. Левченко А.В., Татарникова И.В. Англоязычные биржевые термины: способы их образования и особенности перевода // Современное состояние и перспективные векторы развития филологии, лингвистики, языкознания: сб. науч. труд. (Москва, 30 июня 2017 г.). Москва, 2017. С. 22-27.
10. Лозовский Л.Ш., Благодатин А.А., Райзберг Б.А. Биржа и ценные бумаги: Словарь. Москва: Экономика, 2001.
11. Лопатин В.В. Рождение слова: неологизмы и окказиональные образования. Москва: Наука, 1973.
12. Попов Р.Н. Новые слова и словосочетания в языке современной прессы // Русский язык в школе. 1996. № 1. С. 70-73.

13. Розен Е.В. Новые слова и словосочетания в русском языке. Москва, 1991.
14. Сангинова Ф.Ю. Актуальные процессы терминообразования в испанских печатных СМИ (на материале экономической терминологии) (Дисс. канд. филол. наук). Москва, 2005.
15. Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990-1994) // Журналистика и культура русской речи. 1996. Вып. 1.
16. Средства массовой информации в современном мире: тезисы научно-практической конференции. СПб.: Издательство СПбГУ, 2001.
17. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология. Вопросы теории. Изд.6-е. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012.
18. Yépez A.G. El Lenguaje hablado en la bolsa: aproximación a la jerga bursátil [Электронный ресурс]. Universidad de Complutense, 2002. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/19709392.pdf> (дата обращения: 23.01.2020).
19. Belz J. A. Social Dimensions of Telecollaborative Foreign Language Study. *Language Learning & Technology*. 2002. Vol. 6, no. 1. P. 60-81.
20. Devis Márquez P. Fundamentos teóricos básicos de Morfología y Semántica oracionales. Málaga: Agora, 2000.
21. De Miranda P.A. & Polo J. Lengua y diccionarios. Estudios ofrecidos a Manuel Seco. Madrid: Arco/Libros, 2002.

REFERENCES

1. Dileev, M. *22 professional'nye knigi dlya trejderov [22 professional books for traders]*. Retrieved from <https://equity.today/knigi-dlya-trejderov.html> (accessed: 14 June, 2018) (in Russian).
2. Baranova, L.A. (1998). О paparazzi, stringerah i tabloidah [About paparazzi, stringers and tabloids]. *Russkaya Rech [Russian Speech]*, 4, 49–53 (in Russian).
3. Bragina, A.A. (1973). *Neologizmi v russkom yazike [Neologisms in Russian]*. Moscow: Prosveshchenie (in Russian).
4. Bylinskij, K.I. (1997). *Yazik gazeti [Newspaper language]*. Moscow: MSU Editorial (in Russian).
5. Vasil'eva, A.N. (1982). *Gazetno-publicisticheskij stil' rechi [Newspaper publicist style of speech]*. Moscow: Russkij yazyk (in Russian).
6. Vinokur, G.O. (1996). *Zametki po russkomu slovoobrazovaniyu [Notes on Russian word formation]*. Moscow (in Russian).
7. Volodina, M. N. (2000). *Kognitivno-informacionnaya priroda termina (na materiale terminologii sredstv massovoj kommunikacii) [Cognitive – informational nature of a term (based on the terminology of mass communication)]*. Moscow: Izd-vo MGU (in Russian).
8. Kara-Murza, S. G. (2003). *Manipulaciya soznaniem [Manipulation of consciousness]*. Moscow: Eksmo (in Russian).
9. Levchenko, A.V., Tatarnikova, I.V. (2017). Angloyazichniye birzheviye termini: sposobi ih obrazovaniya i osobennosti perevoda [English-language stock exchange terms: the ways of their formation and peculiarities of translation]. In T. N. Pleskanyuk (Ed.), *Sovremennoe sostoyanie i perspektivnye vektory razvitiya filologii, lingvistiki, yazykoznaniya: sb. nauch. trud. [Current state and prospective vectors of development in philology and linguistics: proceedings (pp. 22-27)]*. Moscow (in Russian).
10. Lozovsky, L.Sh., Blagodatin, A.A., Rayzberg, B.A. (2001). *Birzha i cenniye bumagi [Stock exchange and securities]: Dictionary*. Moscow: Ekonomika (in Russian).

11. Lopatin, V.V. (1973). *Rozhdeniye slova: neologizmi i okkazionalniye obrazovaniya* [The birth of the word: neologisms and occasional formations]. Moscow: Nauka (in Russian).
12. Popov, R.N. (1996). *Noviye slova i slovosochetaniya v yazike sovremennoy pressy* [New words and phrases in the language of the modern press]. *Russkiy yazik v shkole* [The Russian Language at School], 1, 70-73 (in Russian).
13. Rozen, E.V. (1991). *Noviye slova i slovosochetaniya v russkom yazike* [New words and phrases in Russian]. Moscow (in Russian).
14. Sanginova, F. Yu. (2005). *Aktualniye processi terminoobrazovaniya v ispanskih pechatnih SMI (na materiale ekonomicheskoy terminologii)* [Current processes of term formation in the Spanish print media (based on the material of economic terminology)] (PhD thesis). Moscow, Russia (in Russian).
15. Solganik, G. Ya. (1996). *Gazetnie teksti kak otrazhenie vazhneyshikh yazikovikh processov (1990-1994)* [Newspaper texts as a reflection of the most important language processes in modern society (1990-1994)]. *Zhurnalistika i kultura russkoy rechi* [Journalism and culture of Russian speech], 1 (in Russian).
16. *Sredstva massovoy informacii v sovremennom mire: tezisi nauchno-prakticheskoy konferencii* [Mass media in the modern world: proceedings of the scientific and practical conference], 2001. Saint-Petersburg: Izdatelstvo SPGU (in Russian).
17. Superanskaya, A.V., Podolskaya, N. V., Vasilyeva, N.V. (2012). *Obshchaya terminologiya. Voprosy teorii* [General terminology. Theoretical issues]. Moscow: LIBROCOM (in Russian).
18. Yépez, A.G. (2002). *El Lenguaje hablado en la bolsa: aproximación a la jerga bursátil* [The Language Spoken in the Stock Market: An Approach to Stock Market Jargon]. Universidad de Complutense. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/19709392.pdf> (accessed: 23 January, 2020).
19. Belz, J. A. (2002). Social Dimensions of Telecollaborative Foreign Language Study. *Language Learning & Technology*, 6 (1), 60-81.
20. Devis Márquez, P. (2000). *Fundamentos teóricos básicos de Morfología y Semántica oracionales* [Basic theoretical foundations of Semantics and Morphology]. Málaga: Agora.
21. De Miranda, P.A. & Polo, J. (2002). *Lengua y diccionarios. Estudios ofrecidos a Manuel Seco* [Language and dictionaries. Studies offered to Manuel Seco]. Madrid: Arco/Libros.

THE PECULIARITIES OF SPANISH STOCK MARKET AND TRADING TERMINOLOGY

Fatima Yu. Sanginova

kelfat@mail.ru

Anna V. Shalyukhina

shaliukhina.a@yandex.ru

MGIMO University (Moscow, Russia)

Abstract: In the modern world, economic activity in general and financial activity in particular play an important role. The study of the stock market terminology, which has always remained quite closed, and has recently started to penetrate into our lives more actively through the media, proves necessary for those who need to navigate the flow of essential information and become a successful player in the financial market.

The purpose of the article is to trace the emergence and development of stock exchange vocabulary over the past decades. The goal is to solve the following tasks: to clarify the origin of the stock market terms and to identify the systemic relations in the exchange lexicon. The paper analyzes the main ways of term formation in the Spanish language of the stock market. The stock exchange language does not have special methods for creating specific terms. The analysis of stock terms shows that the stock exchange vocabulary is a hybrid of terms borrowed from other special languages (professional jargon of economic, financial and trading activities), standard language and foreign languages. A word from general language, used in the stock exchange discourse, can be interpreted in the right way only when the semantic and deductive features are taken into account. The oral nature of the stock exchange lexicon determines its dependence on extralinguistic factors.

Key words: term, terminology, stock exchange, term formation, stock exchange vocabulary, trading terminology.

How to cite this article: Sanginova F.Yu., Shalyukhina A.V. (2021). The Peculiarities of Spanish Stock Market and Trading Terminology. *Professional Discourse & Communication*, 3(3), pp. 19–27. (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-3-19-27>

About the authors:

Fatima Yu. Sanginova is Cand. Sci. (Philology), associate professor in the Department of the Spanish language at MGIMO University (Moscow, Russia).

Anna V. Shalyukhina is Cand. Sci. (Philology), senior lecturer in the Department of the Spanish language at MGIMO University (Moscow, Russia).