

Балашова Татьяна Александровна

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РЕЧИ УЧАСТНИКОВ СОБЕСЕДОВАНИЯ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ДОЛЖНОСТИ**

В статье рассматриваются англоязычные заимствования в речи участников коммуникации в процессе собеседования при трудоустройстве на управленческие должности. Анализ англицизмов в речи участников собеседования показал, что использование заимствованной лексики определяется рядом факторов и, в целом, является средством реализации коммуникативной стратегии, в рамках которой происходит психолингвистическое "объединение" специалистов, разделяющих общую профессиональную и языковую картину мира.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/9-1/10.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/9-1/10.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 9 (51): в 2-х ч. Ч. I. С. 45-48. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2015/9-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/9-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

Творчество Клюева широко обсуждалось в критике на протяжении всей его литературной карьеры (до ареста в 1934 году и ссылки в Нарым). Львов-Рогачевский, как представитель марксистской критики, смотрел на Клюева узко, под призмой вульгарного социологизма, что мешало ему всеобъемлюще понять мотивы и идеи поэзии крестьянина.

*Список литературы*

1. Азадовский К. М. Жизнь Николая Клюева. Документальное повествование. СПб.: Издательство журнала «Звезда», 2002. 368 с.
2. Ахматова А. А. Записные книжки (1958-1966). М. – Торино: Einaudi, 1996. 873 с.
3. Клюев Н. А. Братские песни (Книга вторая). М.: Новая земля, 1912. 61 с.
4. Клюев Н. А. Словесное древо. Проза. СПб.: Росток, 2003. 688 с.
5. Куняев С. С. Николай Клюев. М.: Молодая гвардия, 2014. 647 с.
6. Литературная энциклопедия. М.: ОГИЗ РСФСР, 1932. Т. 6. 920 стб.
7. Львов-Рогачевский В. Л. Без тьмы и без героя // Современный мир. 1913. № 1. С. 95-121.
8. Львов-Рогачевский В. Л. Книга для чтения по истории новейшей русской литературы. Л.: Прибой, 1926. 428 с.
9. Львов-Рогачевский В. Л. Н. Клюев. Братские песни // Современный мир. 1912. № 7. С. 325-326.
10. Львов-Рогачевский В. Л. Н. Клюев. Сосен перезвон // Современный мир. 1912. № 1. С. 343.
11. Львов-Рогачевский В. Л. Новокрестьянская поэзия // Путь. 1919. № 5. С. 57-61.
12. Львов-Рогачевский В. Л. Поэзия новой России: поэты полей и городских окраин. М.: Т-во «Книгоиздательство писателей в Москве», 1919. 192 с.
13. Львов-Рогачевский В. Л. Поэма запустения (И. А. Бунин) // Львов-Рогачевский В. Л. Снова накануне: сборник критических статей и заметок. М.: Книгоиздательство писателей в Москве, 1913. С. 3-18.
14. Львов-Рогачевский В. Л. Поэт Низовки – Певец бродячей Руси // Город и деревня. 1924. № 8-9. С. 33-34.
15. Львов-Рогачевский В. Л. Поэты из народа // Рабочий мир. 1918. № 6. С. 9-14.
16. Львов-Рогачевский В. Л. Поэты из народа // Рабочий мир. 1918. № 8. С. 7-11.
17. Львов-Рогачевский В. Л. Пролетарские поэты // Путь. 1919. № 4. С. 61-68.
18. Львов-Рогачевский В. Л. Символисты и адамысты // День. 1913. 23 февраля.

**POETRY BY NIKOLAI KLYUEV IN THE CRITICISM BY V. L. LVOV-ROGACHEVSKII**

**Bainin Sergei Vyacheslavovich**

*Vologda State University  
sergeibainin@yandex.ru*

The article examines one of the trends of the criticism of the 1910s – beginning of the 1920s of the creative work of the “peasant” poet N. A. Klyuev. In the pre-revolutionary period of 1917 the poet was discussed at the pages of national periodicals by the symbolists, acmeists, ideologists of “Golgotha” Christianity and others. Critic-Marxist V. L. Lvov-Rogachevskii outlined against the background of the others not only by his own opinion about Klyuev’s poetry and personality but also by the ideological principles he was guided.

*Key words and phrases:* “national” poet; Marxist criticism; vulgar sociology; social class; symbolism.

УДК 81'373.45

**Филологические науки**

*В статье рассматриваются англоязычные заимствования в речи участников коммуникации в процессе собеседования при трудоустройстве на управленческие должности. Анализ англицизмов в речи участников собеседования показал, что использование заимствованной лексики определяется рядом факторов и, в целом, является средством реализации коммуникативной стратегии, в рамках которой происходит психолингвистическое «объединение» специалистов, разделяющих общую профессиональную и языковую картину мира.*

*Ключевые слова и фразы:* англоязычные заимствования; собеседование при трудоустройстве; коммуникация; коммуникативная стратегия; языковая картина мира.

**Балашова Татьяна Александровна**, к. филол. н.

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры  
3003088@mail.ru*

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РЕЧИ УЧАСТНИКОВ СОБЕСЕДОВАНИЯ  
НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ДОЛЖНОСТИ<sup>©</sup>**

Изучение заимствований, появление которых обусловлено взаимодействием языков, в настоящее время не теряет своей актуальности, так как пополнение словарного запаса языка – постоянный, непрекращающийся процесс. Масштабы, которые в последнее время приобрел процесс проникновения англицизмов в русский язык, позволяют исследователям говорить о массовой «колонизации» языкового сознания русскоязычных коммуникантов вообще и сознания специалистов и экспертов в частности [1, с. 81]. Специальные подязыки, обслуживающие профессиональную коммуникацию, в этом смысле наиболее уязвимы, так как

именно в профессиональной сфере, которая активно заимствует актуальные тенденции международного опыта, создаются благоприятные условия для заимствования новых понятий и явлений, что, в свою очередь, сопровождается вливанием новых, преимущественно англоязычных слов.

Речь участников собеседования при трудоустройстве на управленческие должности выступает ярким тому примером. В качестве языкового материала для исследования использовались видеосюжеты телепрограммы «Кадры решают» (далее – КР) [4], где соискатель (далее – С) проходит собеседование с работодателем или кадровым агентом (далее – Р, КА), а эксперт кадрового рынка (далее – Э), психолог – специалист по нейролингвистическому программированию (далее – П) и консультант по бизнес-стилю (далее – К) комментируют процесс коммуникации с точки зрения его эффективности. Анализ материала показал, что в большинстве случаев в речи участников собеседования на управленческие должности наблюдается достаточно большое количество англоязычных заимствований, как, например, в одном только высказывании соискатель на должность руководителя тренингового направления компании, рассказывая о своем опыте работы, употребляет несколько англоязычных заимствований: С: <...> *затем пошли более интересные форматы взаимодействия / <...> / непосредственной выработки идей / когда собирается команда / при чем / это как правило / команда **топ-менеджеров** / со стороны клиента / то есть / это люди с определенным **бэкграундом** / <...> / и задача вот этой / рабочей сессии была разработка некой модели дальнейшей деятельности / по внедрению / <...> / **маркетингового** подхода / с этой командой топ-менеджеров / по инновационному **ноу-хау** сценарию / мы проводили такие рабочие сессии //* (КР, Серия 5, 12:58) [Там же].

Исходя из специфики речевого жанра собеседования и должности, на которую претендует соискатель, наиболее часто используемые в речи участников собеседования понятия, передаваемые средствами заимствованной лексики, можно разделить на следующие группы, в соответствии со сферами деятельности: **сфера найма и развития персонала**: *HR (эйчар), тренинг, рекрутер, интервью – интервьюер – интервьюировать, CV (сиви)*; **сфера предпринимательства, управления**: *win-win (вин-вин), контент-менеджер, топ-менеджер, проджект-менеджер, Event-менеджер, бренд, тренд, промоутер / человек-продвиженец, ассесмент, стартап, брендбук, диверсификация, супервайзер*; **сфера продаж, маркетинга**: *ритейл, ретейлор, дистрибьютер, доля рынка, сегмент рынка, сейлз, мультиlevel маркетинг, мерчендайзер*; **сфера услуг**: *catering (кейтеринг)*; **сфера финансов**: *cash flow (кэш фло / кэш флоу)*.

Помимо понятий, выраженных существительными, в речи соискателей и рекрутеров наблюдается широкое использование **глаголов** (*делегировать, продвигать себя, мониторить, генерить*), **прилагательных** (*аутсорсинговые отношения, sales (сейлз) ипостась, бизнесовая направленность, лояльный бренду, ключевой человек, ключевые клиенты, линейные сотрудники, контакт фейс-ту-фейс*), **наречий** (*приходить ин-хаус, быть на аутсорсе, стоять в топе*), **фразеологизмов** (*лидер рынка, холодные звонки, продавать себя*).

В большинстве случаев иноязычные вкрапления в речи участников коммуникации обоснованы языковыми факторами: иноязычное слово используется, когда оно называет (1) новый предмет или явление для замены описательного оборота или (2) своим значением вносит дополнительный семантический оттенок в «поле» значений исконного слова, при этом происходит семантическое размежевание «своего» и «чужого» слов, которые, несмотря на близость значений, начинают различаться по некоторым семантическим признакам или сферой употребления [6, с. 48-49].

Для собеседования так же, как и для других областей профессионального общения, где происходит обмен актуальной информацией, наиболее характерны случаи употребления заимствования, относящиеся к первому типу. Приведем пример высказывания соискателя на должность коммерческого директора: С: <...> *владелец бизнеса / он принял решение / провести / **диверсификацию** своего бизнеса / и сосредоточить усилия на развитии собственной фирменной сети //* (КР, Серия 4, ч. 2, 1:00) [4]. Значение слова «диверсификация» можно найти в словарях бизнес-терминов и в учебниках по менеджменту: это «*расширение сферы производства или торговли производителем или торговцем за счет включения в нее новых продуктов*» [2]. Совершенно очевидно, что слово вошло в русский язык в виде термина, его употребление в профессиональной сфере оправдано фактором экономии языковых средств и критерием однословности: при заимствовании определенного явления заимствуется и слово, которым оно обозначается.

В другом примере – в высказывании менеджера по найму (работодателя) – мы наблюдаем употребление двух заимствованных лексических единиц: Р: *тренеры у нас / сейчас / находятся с нами / в основном / в **аутсорсинговых** с нами / там / отношениях / приходящий к нам **ин-хаус** человек / он в общем-то / будет / конечно / един во многих лицах //* (КР, Серия 5, 16:15) [4]. В примере прилагательное *аутсорсинговый* образовано от экономического термина *аутсорсинг* (outsourcing), означающего привлечение сторонних ресурсов. *Аутсорсинговые отношения* – сложное для описания средствами русского языка понятие, тогда как заимствованное слово делает смысл сообщения понятным для специалиста. Оно одновременно передает то, что в компании нет своего тренера, а также то, каким образом компания решает эту проблему в данный момент. Наречие *ин-хаус* образовано от английского *in-house – within, conducted within, or utilizing an organization's own staff or resources rather than external facilities* [7] (внутри, проводимый внутри, или с использованием штатных сотрудников и внутренних ресурсов организации, а не внешних средств), которое в английском языке может функционировать как в качестве наречия, так и в качестве прилагательного. Исходя из определения, *ин-хаус* имеет значение, противоположное значению прилагательного *аутсорсинговый*, так как описывает деятельность внутри организации, предполагающую использование внутренних, а не внешних ресурсов. Однако в контексте приведенного высказывания слово приобретает дополнительное значение: «*человек, приходящий ин-хаус*» – калька выражения «*come in-house*» – это внештатный сотрудник, выполняющий в организации определенную работу. В этом значении выражение «*приходить ин-хаус*» уже не противоположно, а семантически близко понятию «*аутсорсинговые отношения*». В этом примере мы имеем дело с заимствованиями, которые можно отнести к двум

разным полюсам: в первом случае употребление слова «аутсорсинговый» обусловлено тенденцией к экономии средств выражения, и его можно считать оправданным или частично (функционально) оправданным заимствованием. Второй случай употребления заимствованного слова «ин-хаус» более интересен для анализа, но относится к такому типу словоупотребления, который характеризуется избыточностью, так как в русском языке имеются лексические единицы, описывающие понятие, переданное в данном случае средствами другого языка. К этому типу заимствований можно отнести также следующие примеры:

**эйчар** – начальник/работник отдела кадров

*Р: несмотря на то / что я / там / эйчар с многолетним стажем / <...> я вообще не люблю / должностные инструкции / (КР, Серия 5, 8:26) [4];*

**фейс ту фейс** –лицом к лицу (личный контакт)

*П: <...> её нужно рекомендовать в компании / <...> / где контакт прямо из рук в руки /*

*Э: да / фейс ту фейс / (КР, Серия 39, 10:24) [Там же];*

**стартап** – новый проект

*КА: Наш клиент / <...> / ищет сейчас руководителя интернет-магазина / на новый проект / стартап (КР, Серия 7, 3:02) [Там же].*

В последнем примере избыточность подчеркивается дублированием понятия «новый проект» англоязычным синонимом «стартап», выполняющим функцию уточнения. Некоторые высказывания демонстрируют примеры тавтологии, порожденные заимствованиями, как, например, слово «эвент» в переводе означает *мероприятие*, но используются эти два слова вместе: *Э: менеджер по корпоративным эвент мероприятиям* (КР, Серия 39, 17:50) [Там же].

Показательным является также пример, когда один из участников собеседования указывает на дефективность англицизма в контексте коммуникации:

*КА: Я правильно понимаю / что вы готовы рассматривать позиции не только уровня сейлз-директор / <...> но и уровня сейлз-менеджер?*

*С: Термины вот эти / они как бы для меня / трудно сказать / что такое сейлз-менеджер / в одной компании это одно значит / есть такой термин / менеджер региона / это когда человек отвечает за всю Россию и СНГ / тоже менеджер / в других компаниях называется генеральный директор / (КР, Серия 15, 10:14) [Там же].*

Обилие англицизмов в речи участников собеседования, употребление которых не оправдано с точки зрения языковых факторов, объясняется рядом причин. С одной стороны, это отражение общей тенденции, свойственной профессионально-деловой коммуникации специалистов, для которых использование англицизмов – «свидетельства полноты личности коммуниканта в современном контексте, в особенности в контексте профессиональной коммуникации» [1, с. 84]. На наш взгляд, в процессе собеседования данное явление выражено наиболее ярко, так как в этом случае процесс коммуникации подчинён статусно-ролевым отношениям участников собеседования и имеет ряд особенностей, среди которых большое значение приобретают демонстрация и поддержание высокого социального статуса, желание произвести на собеседника определенное впечатление. Принимая во внимание тот факт, что «информация о социальном статусе человека расценивается как приоритетная в обществе» [5, с. 39], соискатель стремится подчеркнуть свой статус «специалиста», представив в полной мере доказательства своей профессиональной компетентности, а рекрутер – продемонстрировать и поддержать свой статус, т.к. он выступает «лицом организации», которая выбирает нового сотрудника.

Во-вторых, широкое использование заимствованных слов объясняется поиском общего языка, причем такого языка, который воспринимается обеими сторонами как «престижный», как «язык образованной элиты», речь которой должна отличаться от речи среднего носителя языка если не правильностью построения фразы и не богатством родного языка, то широким использованием жаргона – особых, «специальных» слов, в роли которых выступают англицизмы. Причем значительная часть англицизмов является неологизмами – инновациями в сфере языка. Умение оперировать «инновационными» лексическими единицами характеризует соискателя в глазах рекрутера как человека-лидера, современного, динамичного, уверенного в себе, они являются маркерами ценных с точки зрения работодателя качеств, помимо прочего соискатель имплицитно демонстрирует свою готовность к инновационной деятельности в профессиональной сфере.

В целом, вышеперечисленные факторы являются реализацией характерной для участников собеседования стратегии взаимодействия, основанной на тактике солидаризации, целью которой выступает формирование того, что О. С. Иссерс называет «свой круг», определяя эту категорию как базовую семантическую категорию персуазивной коммуникации [3, с. 45]. Поиск точек соприкосновения, общего языка и взаимопонимания проявляется, к примеру, в интерпретационных речевых действиях участников собеседования, когда употребленное в речи одного из коммуникантов заимствование получает объяснение, пояснение или интерпретацию в речи другого. В результате этого речевого взаимодействия происходит «снятие когнитивной неопределенности», создание ситуации полного взаимопонимания, способствующей солидаризации коммуникантов, в процессе чего происходит формирование общей для них концептуальной картины мира. Примером, наглядно иллюстрирующим данный процесс, служит следующий диалог соискателя и работодателя:

*С: <...> и фасилитатор / то есть я как фасилитатор / проведя накануне встречу с потребителями / я являюсь / как бы их адвокатом //*

*Р: роль социального переводчика / по сути дела / да? //*

*С: да / да / по сути // (КР, Серия 5, 14:56) [4].* Описывая свою профессиональную компетенцию, соискатель употребляет англицизм «фасилитатор» (от англ. *facilitator* – человек, обеспечивающий успешную групповую коммуникацию (Пояснение автора статьи)), а работодатель, входя с ним в «ментальный контакт», предлагает свою версию значения заимствованного слова, которое совпадает с тем, что хочет выразить соискатель, употребляя это слово, хотя и не соответствует в точности его словарному значению.

Проведенный анализ англоязычных заимствований в речи участников собеседования позволяет сделать вывод, что их использование объясняется стремлением русскоязычных коммуникантов, в частности, специалистов и экспертов, к «речевой инновации», к созданию и употреблению «специальных» слов – обозначений для уже известных предметов и явлений. Совместное владение и понимание лексики, заимствованной из английского языка, создает для участников коммуникации атмосферу «сообщности», включенности в общую профессиональную и языковую картину мира.

*Список литературы*

1. **Власенко С. В.** Массовая «колонизация» англицизмами языкового сознания русскоговорящих как проблема когнитивной фильтрации // Вопросы психолингвистики. 2007. № 6. С. 81-90.
2. **Диверсификация** [Электронный ресурс] // Словарь бизнес-терминов. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/3586> (дата обращения: 09.06.2015).
3. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
4. **Кадры решают...** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uspeh.tv/programms/detail.php?ID=7558> (дата обращения: 05.06.2015).
5. **Карасик В. И.** Язык социального статуса. М.: Гнозис, 2002. 334 с.
6. **Крысин Л. П.** Русское слово, свое и чужое: исследования по современному русскому языку и лингвистике. М.: Языки славянской культуры, 2004. 888 с.
7. **Random House Kernerman Webster's College Dictionary** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kdictionaries-online.com/DictionaryPage.aspx?ApplicationCode=18&DictionaryEntry=in-house&SearchMode=Entry&TranLangs=18> (дата обращения: 09.06.2015).

**THE ENGLISH-LANGUAGE BORROWINGS IN THE SPEECH  
OF THE COMMUNICANTS DURING A JOB INTERVIEW FOR MANAGERIAL POSITIONS**

**Balashova Tat'yana Aleksandrovna**, Ph. D. in Philology  
*Saint Petersburg State University of Culture*  
*3003088@mail.ru*

The article is devoted to the English-language borrowings in the speech of the communicants during a job interview for managerial positions. Having analyzed the anglicisms used by the interviewer and the interviewee the author comes to the conclusion that this phenomenon is determined by a number of factors and, on the whole, it is the means of realization of the communicative strategy within the framework of which the psycholinguistic “consolidation” of specialists, sharing the common professional and linguistic worldview.

*Key words and phrases:* English-language borrowings; job interview; communication; communicative strategy; linguistic worldview.

УДК 81'23

**Филологические науки**

*В статье представлены результаты исследования бинарной оппозиции «мужчина/женщина» на материале проведенного свободного ассоциативного эксперимента. Анализ полученных хакасских и русских ассоциативных полей выявляет общность доминирования семантических кластеров, связанных с понятиями мужской силы и женской красоты. Разница в наполнении ассоциативных полей выявляет дифференциацию в значимости социальных и семейных гендерных ролей и сохранение гендерных стереотипов в обоих контактных культурах.*

*Ключевые слова и фразы:* гендер; языковое сознание; бинарная оппозиция; образ мужчины; образ женщины; ассоциативный эксперимент; ассоциативное поле; гендерные стереотипы.

**Боргоякова Тамара Герасимовна**, д. филол. н., профессор  
**Покоякова Карина Александровна**  
*Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова*  
*tamarabee@mail.ru; karina\_p.84@mail.ru*

**ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ АССОЦИАТИВНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОППОЗИЦИИ  
«МУЖЧИНА/ЖЕНЩИНА» В ХАКАССКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ<sup>©</sup>**

*Исследование проведено при поддержке гранта РГНФ (Проект № 15-04-00156).*

Гендерный параметр относится к актуальным направлениям исследования языкового сознания и межкультурной коммуникации. С. Г. Айвазова отмечает, что понятие «гендера» (от англ. *gender* – род) как