

*Anna Romanik*

*Białystok*

### **Angielskie nazwy zawodów w języku rosyjskich mass mediów**

**Słowa kluczowe:** anglicyzm, mass media, nazwy zawodów, nominacja, socjolingwistyka

Rynek pracy współczesnej Rosji podlega nieustającym zmianom. Przemiany w tej dziedzinie nabrały tempa przede wszystkim pod koniec XX wieku po okresie gruntownych przeobrażeń ustrojowych, które w konsekwencji wpłynęły na demokratyzację państwa, a co za tym idzie spowodowały otwarcie się Rosji na Zachód i tym samym rozpoczęcie współpracy ze społeczeństwami bardziej rozwiniętymi. W rezultacie fundamentalnych zmian w najróżniejszych sferach życia publicznego, tj. w polityce, ekonomii, rozrywce i życiu codziennym pojawiły się przed społeczeństwem nowe wyzwania, które wymagają dostosowania struktury kwalifikacji zawodowych oraz dostępnych usług do powstających potrzeb społeczeństwa. Efektem tego jest zjawisko zanikania jednych profesji i powstawania innych. Wraz z nowymi zawodami pojawiły się również ich nazwy. Określenia te reprezentowane są w znacznej mierze przez nominacje angielskojęzyczne i stanowią interesujący korpus innowacji współczesnego języka rosyjskiego.

Niniejszy artykuł stanowi próbę analizy importowanych z języka angielskiego nazw zawodów i specjalizacji, które pojawiły się we współczesnej ruszczyźnie w ostatnich dekadach. Celem publikacji jest zdefiniowanie przyczyn dynamicznego transferu leksemów nazywających profesje, ustalenie semantycznego zakresu ich użycia, a także zilustrowanie sposobów ich adaptacji w systemie języka rosyjskiego. Potrzeba objęcia badaniami poruszonego zagadnienia wynika z faktu, że nazwy zawodów tworzą nieustannie ewoluującą grupę tematyczną, która jak dotąd nie była szczególnym obiektem zaintere-

sowań lingwistów. Z drugiej strony, zagadnienie procesu zapożyczania, jako jednego z najpopularniejszych obecnie sposobów nominacji językowej, nadal pozostaje w sferze problematyki wymagającej komentarza.

Badane nazwy zostały wyselekcjonowane z ogłoszeń i ofert pracy zamieszczonych na rosyjskich stronach internetowych oraz z oficjalnego rosyjskiego klasyfikatora zawodów i stanowisk<sup>1</sup>. Wybór Internetu, jako źródła ekscerpcji, był dość oczywisty, ponieważ jak każdy inny środek przekazu informacji masowej, błyskawicznie rejestruje wszelkie zmiany zachodzące w mowie i uznawany jest za nośnik odzwierciedlający najbardziej realny stan języka rosyjskiego, jakim obecnie posługują się jego użytkownicy.

Zapożyczanie nazw zawodów przez język rosyjski przez wieki było i nadal jest jednym z podstawowych sposobów wzbogacania tej grupy leksykalno-semantycznej. Według badań A. J. Jepimachowej wśród importowanych określeń profesji najbardziej liczebną grupę tworzą pożyczki łacińskie, greckie oraz francuskie, a zaraz po nich – niemieckie i angielskie [2009, 33]. Należy pamiętać, że proces zapożyczania nazw zawodów z wyżej wymienionych języków (oprócz angielskiego) dotyczył przede wszystkim minionych stuleci i pożyczki będące efektem tego zjawiska w rosyjskim leksykonie mają ustabilizowaną wieloletnim lub nawet wielowiekowym istnieniem pozycję. Wiele z nich także funkcjonuje dziś jako archaizmy. Natomiast transfer nazw profesji z angielszczyzny jest zjawiskiem nadal żywym i obecnie w zasadzie angielski jest jedynym źródłem przejmowania nazw zawodów.

Przyczyny intensywnego zapożyczania anglojęzycznego słownictwa przez język rosyjski są tematem dociekań wielu językoznawców [Aristowa 1978, Krysin 2002, Luciński 2009, Mańczak-Wohlfeld 1995, Wojan 2010, itd.]. Po pierwsze, proces ten zdeterminowany jest potrzebami natury językowej. Oznacza to, że nazwy profesji są zapożyczane w celu zaspokojenia potrzeb nominacji nowopowstałych zawodów nieposiadających jeszcze określeń w języku, np. *веб-мастер*, *грюмер*, *тренд-хантер*. Przytoczone wyrazy są przykładem przejścia nazwy wraz z określanym przez nią desygnatem. Poza tym wiele nazw zawodów przedostało się do języka rosyjskiego i funkcjonują w mowie na skutek mody językowej, o której znaczeniu w czasach współczesnych piszą, między innymi, L. P. Krysin [2002] i W. G. Kostomarow [1999]. Na przykład słowa *дизайнер* czy *бодигард* posiadają paralelnie funkcjonujące rosyjskie odpowiedniki *проектировщик* i *телохранитель*, niemniej jednak w powszechnej opinii przeciętnego użytkownika języka wariant angielski, posiadający duży ładunek emocjonalny, uważany jest za prestiżowe i „współczesne” określenie.

<sup>1</sup> Dokładne dane źródłowe zamieszczone są na końcu publikacji.

Z drugiej strony, szukając powodów nasilenia się transferu angielskich nazw profesji, należy pamiętać, że poza potrzebami lingwistycznymi, bardzo istotnym czynnikiem jest faktor ekstra-lingwistyczny. Pojawianie się angielskojęzycznych nazw zawodów we współczesnym języku rosyjskim związane jest ze wzmożeniem kontaktów Rosji z Zachodem w różnych sferach życia, takich jak, ekonomika, polityka i kultura masowa (muzyka, moda, kine-matografia, itd.). Na przełomie XX i XXI wieku, a w ostatniej dekadzie szczególnie, Rosja stała się jednym z najważniejszych ośrodków ekonomicznych w Europie i współpraca z innymi mocarstwami jest obligatoryjnym czynnikiem jej dalszego rozwoju. W czołowych miastach rosyjskich znajdują się biura i przedstawicielstwa znacznej części najpotężniejszych rodzimych przedsiębiorstw oraz filie międzynarodowych korporacji. Firmy rosyjskie korzystają z doświadczenia zachodnich partnerów w kwestii ich umiejętnego rozwoju.

Wzrost importu angielskich nazw zawodów i specjalizacji obserwuje się w sferze **marketingu i zarządzania**. Doświadczenie Zachodu pokazało, że gwarantem sukcesu zarówno małych przedsiębiorstw jak i dużych korporacji jest nawiązywanie współpracy z masmediami, a także inwestowanie kapitału firmy w rozwój oraz motywowanie personelu w celu utrzymania wykwalifikowanej kadry. Kopiując ten trend, firmy rosyjskie również wdrażają nowe technologie pracy zasobami ludzkimi i staje się to jedną z priorytetowych strategii ich działania. Stąd też bierze się wysokie zapotrzebowanie, między innymi, na profesjonalistów z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, którzy są w stanie podołać nowym wyzwaniom. Tacy specjaliści zostali wręcz „skopiowani” z zachodniego modelu zarządzania strategicznego. Wraz z nowymi specjalistami zapożyczono także nazwy ich wykonawców. Są to przez wszystkim leksemy określające profesjonalistów ze sfery:

– rekrutacji, np. **хедхантер** (ang. *headhunter*) – профессиональный рекрутер, который ищет первых лиц (ведущих менеджеров) для разных структур не на биржах труда, а в офисах компаний конкурентов;

– administracji kadrowej, np. **менеджер** (ang. *manager*) – наемный управляющий компанией, банком, финансовым отделом, структурным подразделением; **логистик** (ang. *logistics*) – специалист, анализирующий интересы каждого звена в цепи «производство – потребление», координует их деятельность; **офис-менеджер** (ang. *office manager*) – служащий, руководящий всем хозяйством офиса;

– szkolenia i rozwoju personelu, np. **HR-менеджер / эйчар** (ang. *human resours manager*) – менеджер по персоналу; **коучер** (ang. *coacher*) – персональный тренер (психолог), который сопровождает клиента в поиске своей результативности;

– współpracy z innymi organizacjami, np. **лоббист** (ang. *lobbyist*) – profesjonalny агент, который реализует интересы заказчика в политической сфере;

– promocji, reklamowania firm, współpracy z mediami, np. **бренд-менеджер** (ang. *brand manager*) – специалист по продвижению на рынок какой-либо марки товара или услуг; **медиа-планнер** (ang. *media planner*) – специалист по стратегическому планированию рекламной компании и рекламной деятельности фирмы в целом; **медиа-байер** (ang. *media buyer*) – специалист, который закупает эфирное время на радио и телевидении, рекламные площади в печатных средствах массовой информации и Интернет-изданиях; **пиарменеджер / PR-менеджер** (ang. *Public Relation Manager*) – специалист по связи с общественностью, занимающийся формированием положительного общественного мнения о компании, продукте, работниках, итд.; **стендист** (ang. *standist*) – специалист для работы на выставках и торговых центрах у стендов с рекламной информацией о компании;

– badania rynku, np. **тренд-вотчер** (ang. *trend watcher*) – занимается детальным анализом тенденций потребительских предпочтений и составляет прогнозы на будущее; **тренд-хантер** (ang. *trend hunter*) – улавливает модные тенденции, чтобы компания-заказчик могла их использовать при разработке своей продукции.

Zapożyczone z języka angielskiego określenia profesji obserwuje się także w sferze szeroko rozumianej **ekonomiki** oraz **bankowości**, np. **аудитор** (łac. > ang. *auditor*) – лицо, занимающееся аудитом, т.е. ревизией бухгалтерских документов; **брокер** (ang. *broker*) – посредник между продавцами а покупателями товаров, ценных бумаг и валюты; **девелопер** (ang. *developer*) – предприниматель, бизнес которого заключается в получении прибыли от создания новых объектов недвижимости; **джоббер** (ang. *jobber*) – спекулянт на фондовой бирже, профессиональный биржевик, заключающий оптовые сделки по продаже акций и ценных бумаг за собственный счёт; **дилер** (ang. *dealer*) – биржевой посредник между брокерами и клиентами; **дистрибьютор** (ang. *distributor*) – специалист, проводящий закупку и сбыт оптовых партий товаров определённого ассортимента, чаще всего импортного производства; **коллектор** (łac. > ang. *collector*) – сотрудник агентства, специализирующегося на взыскании задолженности; **мерчендайзер** (ang. *merchandiser*) – товаровед, представляющий торговую компанию в торговых сетях (чаще всего в супер- и гипермаркетах); **супервайзер** (ang. *supervisor*) – надзиратель, контролёр, смотритель в различных отраслях бизнеса, государственных учреждениях, спортивных организациях

и образовательных институтах; **сюрвейер** (ang. *surveyor*) – инспектор, агент страховщик, осуществляющий осмотр имущества, принимаемого на страхование; **трейдер** (ang. *trader*) – торговец на бирже и товарном рынке.

Nowe nazwy zawodów odnotowuje się również w środowiskach zajmujących się **reklamą** oraz **promocją**, która stała się w czasach współczesnych gwarantem sukcesu korporacji, przedsiębiorstw, instytucji oraz niewielkich firm. Dzięki dobrej promocji produktu, firmy lub przedsięwzięcia osiąga się główny cel reklamy, czyli sprzedaż. W dziedzinie reklamodawstwa zdecydowanie wzrosło zapotrzebowanie na specjalistów. Pojawiły się także nowe anglojęzyczne określenia profesji, np. **арт-байер** (ang. *art buyer*) – человек, занимающийся поиском фотографов, иллюстраторов для рекламных компаний в сетевых агентствах; **копирайтер** (ang. *copywriter*) – автор рекламных текстов; **креативный директор** (ang. *Creative Direktor*) – творческий руководитель, занимающийся организацией и координацией деятельности рекламного агентства; **промоутер** (ang. *promoter*) – лицо, занимающееся целенаправленной рекламой товара, услуги с целью продвижения их на рынок; **спичрайтер** (ang. *speechwriter*) – составитель текстов речей, выступлений для высокопоставленных лиц государства, политиков или бизнесменов; **стратегический планер** (ang. *strategic planner*) – специалист в области стратегического планирования рекламных компаний. Nie wszystkie te wyrazy przedostały się do języka rosyjskiego wraz z nazywanym desygnatem. Przecież zajęcie speechwritera nie jest odkryciem ostatnich lat. Od dawien dawna funkcjonowali fachowcy od pisania tekstów reklamowych, czy przemówień. Jednak w dzisiejszej rzeczywistości jest ogromne zapotrzebowanie na ludzi kreatywnych w tej branży, a importowane nazwy przedostały się na grunt rosyjski w rezultacie potrzeby zastąpienia opisowego wyrażenia jedno-wyrazowym określeniem. Jest to przejaw ekonomii językowej, czyli jednego z najpopularniejszych trendów rozwoju współczesnego języka rosyjskiego.

Ostatnie lata charakteryzują się dynamicznym rozwojem techniki i nauki. **Informatyka** jest obszarem w sposób szczególny podlegającym niestannemu doskonaleniu. Komputeryzacja świata wymaga coraz większej ilości profesjonalistów, którzy wcielą w życie nowe techniczne rozwiązania i sprostają wyzwaniom „galopującej cywilizacji”. K. Rutkowski [2011, s. 239] podkreśla, że rozwój technologii komputerowej przypisuje się głównie koncernom zachodnim, dlatego nie dziwi fakt, że rosyjska leksyka informatyczna „nafaszerowana” jest pożyczkami angielskimi. W leksykonie informatycznym wyróżnić można następujące nazwy zawodów: **блоггер** (ang. *blogger*) – профессиональный творец блогов; **веб-дизайнер** /

**Web-дизайнер** (ang. *Web designer*) – креативный специалист, проектировщик веб-интерфейсов, новых сайтов; **веб-мастер / Web-мастер** (ang. *Web master*) – «управляющий сайтом», профессионально занимающийся разработкой сайтов в Интернете; **веб-программист / Web-программист** (ang. *Web programmer*) – занимается разработкой программ, поддерживающих функционирование Интернет-сайтов; **кодер** (ang. *koder*) – программист, специализирующийся на кодировании – написании исходного кода по заданным спецификациям; **IT-менеджер** (ang. *Information Technology Manager*) – руководитель отделом предприятия, который занимается внедрением информационной системы; **системный администратор** lub **сисадмин** (ang. *system administrator* lub pot. ang. *sysadmin*) – сотрудник, обеспечивающий штатную парка компьютерной техники, сети и программного обеспечения в организации.

W badanym materiale znajdują się również nazwy zawodów, których wykonawcy działają głównie w sferze szeroko rozumianego **show -biznesu**. Są to przedstawiciele kultury masowej, czyli zjawiska społecznego, w którym influencja kulturowa jest niepodważalnym faktem, cechą wszechobecnej globalizacji. Przykładem takich profesji są: **фэшн-дизайнер** (ang. *fashion designer*) – проектировщик моды, **имиджмейкер** (ang. *image maker*) – специалист, разрабатывающий внешний образ личности, проекта или бренда, **клипмейкер** (ang. *clip maker*) – человек, создающий видеоклипы и рекламные ролики, **лейб-менеджер** (ang. *label manager*) – лицо, занимающееся менеджментом артистов, **продюсер** (ang. *producer*) – производитель, изготовитель творческих проектов, **саунддизайнер** (ang. *sound designer*) – создатель звука, композитор, **стилист** (ang. *stylist*) – специалист в области создания стиля (имиджа) человека, **топ-модель** (ang. *top model*) – популярная манекенщица. Świat rosyjskiego show biznesu jest bardzo specyficznym środowiskiem, ponieważ pomimo dużego poczucia odrębności narodowej, w ogromnym stopniu inspirowane Zachodem, który utożsamiany jest z dobrobytem, luksusem i prestiżem. Stąd też bierze się popularność słów obcego pochodzenia, które zbliżają mówcę ze światem, będącym inspiracją.

Zdecydowanie najbardziej liczebną grupę zapożyczonych nazw zawodów tworzą określenia profesjonalistów działających w zakresie tak zwanych **usług publicznych**. Wśród nich można wyróżnić prace, których obco brzmiące nazwy wydają się dosyć niezrozumiałe dla przeciętnego użytkownika języka, jednak są to najczęściej określenia prozaicznych, popularnych czynności, np. **бэбиситер** (ang. *baby-sitter*) – няня, **бодигард** (ang. *bodyguard*) – телохранитель, **клинер** (ang. *cleaner*) – уборщица, **хаусхолд-менеджер** (ang. *household manager*) – дворецкий, **флорист** (ang.

*florist*) – *цветочник*. Są to przykłady dublujących się par wyrazów, semantycznie identycznych, niemniej jednak wariant angielskojęzyczny zdecydowanie posiada swoistą ekspresję. Pożyczkę tego typu nie zaspokajają potrzeb nominacyjnych, czy też ich napływ nie jest uzasadniony celami komunikacyjnymi, a głównie używane są jako rezultat mody językowej. Pracodawcy umieszczając ogłoszenia ofert pracy na konkretne stanowisko mają świadomość, że nazwy typu *бемиситер*, *хаусхолд-менеджер* brzmią zdecydowanie bardziej atrakcyjnie i profesjonalnie niż rodzime *няня* czy *дворецкий*, które zresztą funkcjonując paralelnie z angielskim odpowiednikiem odbierane są przez użytkowników języka jako słowa o wydźwięku pejoratywnym.

Niektóre nazwy z tej grupy semantycznej określają niszowe zawody, rozpowszechnione w hermetycznych środowiskach na Zachodzie, szczególnie w Stanach Zjednoczonych. Przykładem takich określeń są: *дрейдер* (ang. *dreader*) – парикмахер, специализирующийся на плетении африканских косичек, жгутов, дредов и пр.; *груммер* (ang. *groomer*) – парикмахер домашних животных; *титестер* (ang. *tea tester*) – профессиональный составитель и дегустатор чая; *пиджей* (ang. *PJ > party jockey*) – танцор ночных клубов, развлекающий публику; *свадебный координатор / свадебный планер* (ang. *wedding coordinator / wedding planner*) – помощник жениха и невесты, профессионально организует свадьбы; *стрингер* (ang. *stringer*) – местный житель, военный корреспондент, нанятый зарубежными информационными агентствами для проведения фото- или видеосъемок в зонах боевых действий, массовых беспорядков, где само нахождение иностранного журналиста запрещено властями; *персональный шопер* (ang. *personal shopper*) – специалист, помогающий клиенту продуктивно подбирать одежду и совершать покупки. Wymienione określenia odnoszą się do całkowicie nowych dla Rosjan realiów, jednak w wielu środowiskach są one bardzo szybko przyswajane i akceptowane. Można nawet stwierdzić, że przytoczone zawody wzbudzają coraz to większe zainteresowanie i są postrzegane jako atrakcyjne zajęcie, realizujące potrzeby ludzi o „nowoczesnym” spojrzeniu na świat.

Istotną kwestię analizy zapożyczonych z języka angielskiego nazw zawodów i specjalizacji stanowi sposób ich adaptacji w języku rosyjskim. W danym przypadku zarówno język-dawca jak i język-biorca należą do całkowicie różnych rodzin językowych, w których dyferencja zauważalna jest na wszystkich poziomach: gramatycznym, graficznym oraz fonetycznym. Ze względu na obszerny zakres tego zagadnienia niniejsza publikacja akcentuje jedynie problem adaptacji importowanych nominacji ze względu na przedmiot zapożyczenia oraz stopień przyswojenia.

Posługując się nomenklaturą przyjętą przez Andrzeja Markowskiego [2006; s. 163] w badanym zbiorze nazw zdecydowanie dominują **zapożyczenia leksykalne właściwe**, przejęte z języka żywego, używanego współcześnie. Są to słowa zachowujące strukturę swojego prototypu, w przypadku których przedmiotem zapożyczenia jest zarówno ich forma jak i treść, czyli samo znaczenie, np. *лейб-менеджер*, *мерчендайзер*, *промоутер*, *шопер*. E. Haugen [1950] określa tego typu import jako „loanwords” i jest to typ pożyczek bez zniekształceń morfologicznych, charakterystyczny głównie dla rzeczowników.

Na podstawie zgromadzonego materiału można stwierdzić, że w przypadku zapożyczeń właściwych często mamy do czynienia z dubletowym sposobem ich zapisu graficznego. Za przykład mogą posłużyć następujące pary: *пиар-менеджер* – *пиарменеджер*, *бэбисутер* – *бэбисутер*. T. W. Popowa [2007, s. 230] podkreśla, że tego typu dublety powstają w rezultacie grafoderywacji, czyli mechanizmu słowotwórczego cechującego koniec XX i początek XXI wieku.

Obok zapożyczeń właściwych w analizowanym słownictwie funkcjonują także nieliczne nazwy zawodów w postaci **kalek** bądź **półkalek strukturalnych**, czyli określeń, w których została przejęta z języka angielskiego forma wyrazu (jego struktura) oraz znaczenie, natomiast sama substancja pozostaje rosyjska lub w przypadku nazw złożonych jeden element wyrażenia występuje w postaci repliki importowanego słowa, a drugi ma postać zapożyczenia właściwego, np. *веб-садовик*, *ландшафтный дизайнер*, *личный помощник / личный ассистент*, *свадебный координатор / свадебный планер*, *стилист еды*, *стратегический планер*, *страховой агент*, *тайный покупатель*.

Analizując zgromadzone nominaty pod kątem stopnia przyswojenia przez język rosyjski, należy stwierdzić, że jedynie w kontekście nielicznych pożyczek można mówić o dużym stopniu ich asymilacji w języku rosyjskim. Są to leksemy odnotowywane przez wydawnictwa leksykograficzne, aktywne w sensie słowotwórczym i wykazujące semantyczną niepodzielność, np. *бизнесмен*, *менеджер*, *промоутер*, *стилист*. Niemniej jednak większość nazw zawodów ze względu na ich krótką żywotność w języku nie posiada jeszcze stabilnej pozycji. W zasadzie wszystkie przytoczone w tekście egzemplifikacje zostały zaadaptowane na poziomie morfologicznym, tzn., że podlegają one deklinacji oraz przeszeregowano im kategorię rodzaju i liczby. Jednak o ich niecałkowitym przyswojeniu świadczy brak poświadczeń istnienia danych słów w słownikach języka rosyjskiego oraz wspomniany już wcześniej „galimatias graficzny”. Nieustabilizowana pisownia dotyczy przede wszystkim złożonych nazw zawodów, które niejednokrot-



nie zapisywane są w trojaki sposób: oddzielnie, łącznie lub poprzez spojenie dywizem.

Mając świadomość złożoności i długotrwałości procesów asymilacyjnych, można przypuszczać, że o losie najnowszej warstwy zapożyczonych z języka angielskiego nazw zawodów i specjalizacji zadecyduje stopień ich rozpowszechnienia wśród użytkowników języka oraz zasadność użycia.

W podsumowaniu można stwierdzić, że transfer angielskich nazw zawodów do współczesnej ruszczyzny ma charakter masowy i przebiega w sposób niekontrolowany. Strony internetowe zawierające oferty pracy są najwierniejszym odzwierciedleniem realnych potrzeb rynku pracy i tym samym prezentują szeroki wachlarz neologizmów językowych funkcjonujących w badanym obszarze leksyki. Zapożyczone z języka angielskiego nazwy profesji i specjalizacji najliczniej są prezentowane w takich dziedzinach życia jak ekonomia, marketing i zarządzanie, bankowość, reklamodawstwo, informatyka, show biznes i serwis usług publicznych. Przyczyny przenikania na grunt rosyjski badanego słownictwa są wieloaspektowe. Do najważniejszych powodów żywiłowego importu anglicyzmów określających zawody należy zaliczyć potrzeby natury nominacyjnej, cele komunikatywne oraz zjawisko ulegania modzie językowej w stosunku do języka angielskiego, którego ranga osiągnęła status języka międzynarodowego. Przyczyny omawianego zjawiska są także uwarunkowane socjologicznymi, kulturowymi, ekonomicznymi oraz politycznymi wydarzeniami mającymi miejsce we współczesnej Rosji. Poza tym, należy pamiętać, że obcojęzyczne nazwy zawodów w odbiorze większości Rosjan są odczuwane jako słownictwo o pozytywnej waloryzacji. Natomiast jeśli chodzi o adaptację analizowanych jednostek leksykalnych, to część z nich posiada ustabilizowaną pozycję w języku rosyjskim, o czym świadczy chociażby fakt tworzenia przez nie gniazd słowotwórczych. Jednak w przypadku wielu nazw mamy do czynienia ze słabym stopniem ich adaptacji, co przejawia się, między innymi, nieustabilizowaną jeszcze pisownią i tym samym występowaniem różnych wariantów graficznych jednego słowa.

### Literatura

- Haugen E., 1950, *The analysis of linguistic borrowing*, „Language” vol. 26, nr 2.  
 Luciński K., 2009, *Языковые заимствования и ментальность*, Kielce.  
 Mańczak-Wohlfeld E., 1995, *Tendencje rozwojowe współczesnych zapożyczeń angielskich w języku polskim*, Kraków.

- Markowski A., 2006, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa.
- Rutkowski K., 2011, *Kilka uwag o adaptacji zapożyczeń leksykalnych z zakresu terminologii komputerowej w języku rosyjskim*, „Studia Wschodniosłowiańskie” t. 11, s. 239–250.
- Wojan K., 2010, *Przypadkowe i nieprzypadkowe wędrówki leksemów*, Gdańsk.
- Абрамов Р. Н., 2005, *Российские менеджеры: социологический анализ становления профессии*, Москва.
- Аристова В. М., 1978, *Англо-русские языковые контакты (англизмы в русском языке)*, Ленинград.
- Епимахова А. Ю., *Интернационализмы в системе наименований лиц по профессии*, «Вестник Челябинского государственного университета» 2009, № 34 (172), с. 33–36.
- Костомаров В. Г., 1999, *Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*, Санкт-Петербург.
- Крысин Л. П., 1968, *Иноязычные слова в современном русском языке*, Москва.
- Крысин Л. П., 2002, *Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий*, «Вопросы Языковедения» № 6, с. 27–34.
- Московская А. А., 2010, *Проблемы становления модели профессии; российский опыт в западном исследовательском контексте*, «Мир России» № 3, с. 90–114.
- Попова Т. В., 2007, *Графодеривация в русском словообразовании конца XX – начала XXI в.*, [в:] *Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, 20–23 марта 2007)*, Москва, с. 230–231.
- <http://www.rabotka.ru/infoworker/0267.php> [14.12.2012]
- <http://www.jobinmoscow.ru> [20.01.2013]
- <http://www.profesions.org.ru> (Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов) [19.01.2013]

## ENGLISH NAMES OF OCCUPATIONS IN MODERN RUSSIAN LANGUAGE

### S U M M A R Y

The author of the paper deals with names of occupations and specializations borrowed from English into modern Russian language. Analysed material was selected from vacancy announcement on Russian web-sides. The main purpose of the article was to describe reasons of dynamic process of lexical borrowing, to indicate lexical-semantic group dominated by searched loanwords and to identify the level of their assimilation.

The research has shown that the largest number of English names of professions is observed in economy, marketing, information technology, show business, public service, etc. New loanwords come into Russian mainly under the influence of linguistic fashion and result from the need to define a new referent.

Anna Romanik e-mail: [aniaromanik8@wp.pl](mailto:aniaromanik8@wp.pl)