



DOI 10.22363/2618-897X-2018-15-4-518-527

Влияние английского языка на российскую деловую культуру и менталитет

М.А. Благодравова

Российский государственный экономический университет им. Г.В. Плеханова
Российская Федерация, 117997, Москва, Стремянный пер., 36

Автор анализирует влияние английского языка на российскую деловую культуру и связаный с ней менталитет. Особое внимание уделяется проявлениям транслингвильности, а также восприятию новых для России понятий из англоязычной деловой практики, которое может быть причиной изменений ценностных ориентаций. Кроме того, рассматривается воздействие британской и американской коммуникативной культуры на российскую культуру делового общения.

Автор подчеркивает, что происходящие сдвиги не влияют на глубинные основы российского менталитета и культуры и помогают России утвердиться в международных деловых связях. Отмечается, что в восприятии американской и британской деловой культуры и ментальности большую роль играют современные методы изучения делового английского языка.

Ключевые слова: деловая культура, менталитет, заимствования, транслингвильность, ценностные изменения, межкультурная коммуникация

1. Введение

Благодаря широкому участию России в международном экономическом и культурном сотрудничестве, в процессе которого используется преимущественно английский язык, и процессам глобализации, которые несут на себе заметный отпечаток американского и британского влияния, английский язык активно проникает в разные сферы российской действительности. В специальной литературе рассматриваются разные аспекты влияния английского языка на современное состояние русского языка и российское языковое сознание.

В России английский язык начал особенно активно распространяться в связи с проникновением в российскую деловую практику, когда в период перехода к рыночной экономике российский бизнес постепенно осмысливал, а во многих случаях и копировал западные образцы. Каковы бы ни были пути получения такого рода информации, посредником выступал английский язык, поскольку первоисточник, как правило, был англоязычный. Этот процесс продолжается и сейчас.

Нам представляется, что обсуждение различных аспектов англоязычного влияния в этой сфере может иметь практическую важность как для успеха уже существующих межкультурных деловых связей, так и для дальнейших перспектив участия России в международном сотрудничестве.

2. Обсуждение

Идеи о взаимосвязи языка с национальным характером и культурой народа, которые восходят к В. фон Гумбольдту, родоначальнику антропоцентрической лингвистики, сегодня являются предметом рассмотрения многими российскими учеными. В частности, Г.В. Рамишвили в предисловии к собранию избранных трудов Гумбольдта пишет о существовании взаимодействия между языком и культурой, результаты которого «следует измерять не только по линии воздействия культуры на язык, но и в соответствии с тем, насколько язык влияет на культуру» [1. С. 18].

Аналогичную мысль можно найти в книге «Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира», где говорится, что в центре внимания современной антропоцентрической лингвистики находятся два круга проблем — как человек влияет на язык и как язык влияет на человека, его мышление и культуру [2. С. 9]. Эти взгляды разделяет и Т.Б. Радбиль. В своей книге «Основы изучения языкового менталитета» он пишет, что язык не просто отображает, а творчески интерпретирует и конструирует действительность [3. С. 30].

В литературе существует много разных определений понятия «менталитет» и высказываются разные взгляды на взаимоотношения между менталитетом и культурой. Идеям, которые мы хотели бы выразить в данной статье, наиболее соответствуют положения, сформулированные Т.Б. Радбилем. Он считает, что менталитет и культура — это как бы два слоя общественного сознания этноса: первый — более глубинный, неосознанный, второй — поверхностный, отчасти оформленный в продуктах материальной и духовной деятельности. Автор пишет, что «менталитет по определению возможен только как языковой менталитет», поскольку «менталитет объективирует себя в языке, а язык выступает как основа, формирующая в нем специфику представлений о мире, системы ценностей и норм поведения» [3. С. 61–65]. Таким образом, можно предположить, что изменения в русском языке, возникающие под воздействием английского языка, способны вызывать определенные изменения в российском менталитете.

Пожалуй, самым наглядным свидетельством широкого влияния английского языка на русский язык и российское языковое сознание в результате влияния не только деловой, но и массовой западной культуры является огромное количество англоязычных заимствований. Эта тема подробно исследована отечественными авторами. В частности, Е.Н. Малюга рассматривает способы перевода заимствований, функции, выполняемые ими в принимающем немецком или французском языке, лингвокультурные аспекты употребления заимствований в экономическом дискурсе [4–6].

Для нас наибольший интерес представляют проявления транслингвальности, т.е. смешанного дискурса, возникающего в результате взаимной проницаемости и в некоторой степени слияния языков. Нам представляется, что они весьма показательны с точки зрения воздействия англоязычных заимствований на менталитет.

Исследуя этот феномен, З.Г. Прошина пишет, что в транслингвальном общении представители разных языков и культур могут прибегать к разным коммуни-

кативным стратегиям, в частности к смешению и переключению языковых кодов и гибрилизации языков [7. С. 162]. Как отмечает А.А. Ривлина, кодовые переключения и слияния часто используются в рекламе для создания билингвальных, а иногда и диграфических каламбуров — например, БиGOODди (название магазина парикмахерских принадлежностей) или НоготОК (название маникюрного салона) [8. С. 174]. Языковая игра здесь демонстрирует прорастание элементов английского языка в ткань русского языка.

Ю.В. Данюшина на основе опыта работы в крупных российских компаниях пишет, что финансисты в профессиональном обиходе естественно вставляют в русскую речь англоязычные финансовые термины, перевод которых на русский язык для них затруднителен, например *accruals and deferrals*, что на русском произносится как «акруэлсы и дефералы». Данюшина также приводит примеры делового жаргона с соединением русских и английских морфем, где проявляется транслингвильная креативность и проглядывает свойственная русскому языковому менталитету склонность к юмору и иронии, например: *отфидбечить* (от *feedback*) — дать подчиненному устный отзыв о его работе; *челленджить* (от *challenge*) — давать трудное задание; *законфирмить* (от *confirm*) — подтвердить [9].

В том, что касается воздействия на менталитет, показательны не только количество заимствований и способы их употребления, но и прочность их укоренения в языке. Есть немало англицизмов, которые в России еще каких-нибудь десять лет назад использовались только в профессиональном общении, а теперь активно употребляются в средствах массовой информации и знакомы широкому кругу людей, например, *мониторинг* или *ритейлер*.

Таким образом, английские слова становятся частью русского языкового сознания. Но в сознание входят не только слова. Как указывал Й.Л. Вайсгербер, язык сообщает человеку не только звуковые символы, названия, но и обозначаемые ими понятия и «изучение языка одновременно означает усвоение понятий, которыми пользуется интеллект, прибегая к языку» [10]. С утверждением в России рыночной экономики и развитием процессов глобализации английский язык обогатил сферу русского делового языка множеством слов, обозначающих ранее отсутствовавшие в России виды деятельности, например: *маркетинг*, *факторинг*, *франшиза*, *хеджирование*, *аутсорсинг*.

Через деловой английский язык в сознание россиян вошли даже целые социально-экономические концепции, например концепция устойчивого развития (*sustainable development*), которая сегодня упоминается во многих российских официальных документах. Еще одно концептуальное понятие — социальная ответственность бизнеса (*corporate social responsibility, CSR*). Еще сравнительно недавно, когда на занятиях приходилось обсуждать со студентами текст о CSR из британского учебника, почти единодушно высказывалось мнение, что это явление исключительно зарубежное. Теперь же студенты нередко выбирают для своих презентаций не зарубежные, а российские примеры.

В результате воздействия западной деловой, а также массовой культуры в российском общественном сознании происходят определенные аксиологические

сдвиги. Исследователи отмечают, что такие слова, как *бизнесмен*, *амбициозный*, *карьер*, в отличие от прежних времен уже не несут отрицательной оценки. Подобные ценностные изменения связывают с возросшей ролью установки на личный успех и процветание [11].

Некоторую ценностную эволюцию можно проследить на примере выражения “whistleblower”. На Западе уважают тех, кто сообщает о нарушениях, рискуя своей работой и карьерой. В Новом большом англо-русском словаре издания 2004 года “whistleblower” переводится как «доносчик» [12], и выпущенный в 2003 году Новый англо-русский словарь современной разговорной лексики переводит это слово как «стукач» или «агент полиции» [13]. Тем не менее, если судить по онлайн-словарю Multitran, который быстро реагирует на появление новых слов и значений, к настоящему моменту “whistleblower” в российском сознании в значительной мере утратил негативную коннотацию.

Из дефиниций, предложенных в Multitran разными переводчиками, десять выражают положительную оценку: «сознательный гражданин, информирующий общество о нарушениях закона и прав; человек, бьющий тревогу; сотрудник, сообщающий о нарушениях; разоблачитель; изобличитель» и т.д. Определений с отрицательной оценкой всего пять: «доносчик, “подсадная утка”, агент полиции, осведомитель, провокатор» [14]. Можно предположить, что это результат распространения идей социальной ответственности бизнеса, а также роста информированности о явлениях западной деловой жизни, поскольку, пользуясь выражением Т.Б. Радбиля, «язык как бы прививает нам определенный взгляд на вещи» [3. С. 167].

Отдельного рассмотрения заслуживают вопросы воздействия англоязычной деловой практики на российскую культуру делового общения. Здесь прежде всего следует принять во внимание, что в соответствии с широко известной теорией Э.Т. Холла коммуникативные культуры США, Великобритании и ряда других западноевропейских стран принадлежат к низкоконтекстным культурам, а Россию скорее можно отнести к высококонтекстным культурам, характерным в первую очередь для азиатских и ближневосточных стран [15]. Действительно, в русском деловом общении, как отмечает О.А. Корнилов, роль контекста чрезвычайно важна и истинный смысл часто выражается в недоговоренностях, метафорах и многом другом, что составляет когнитивную базу русского национально-культурного менталитета [16]. То, что на современном этапе русское деловое общение перенимает из англоязычного, сводится, коротко говоря, к шагам от высококонтекстной к низкоконтекстной культуре.

Установлено, что для западной и восточной культур характерны разные принципы композиционного построения дискурса. Представитель западной культуры, используя дедуктивный принцип, сразу начинает с главного, а потом переходит к подробностям. Индуктивный принцип, свойственный восточным культурам, заключается в том, что сначала дается объяснение мотивов высказывания и только после этого сообщается его главная цель [17].

О.А. Стеблецова, исследуя дискурсивные стратегии и речевые средства деловых писем в англоязычной и русскоязычной культурах, убедительно показывает, что

первой свойственен дедуктивный подход и прямой коммуникативный стиль, позволяющий легко понять смысл письма. В русскоязычной культуре, напротив, чаще всего используется индуктивный подход и косвенный коммуникативный стиль, с длинными предложениями и лексико-синтаксическими оборотами, из-за чего для понимания смысла текст приходится декодировать [18].

Западный стиль письменной коммуникации больше соответствует потребностям нынешнего динамичного времени. Кроме учебников делового английского языка, внедрению этого стиля в сознание молодых россиян способствуют требования к разделу «Письмо» единого государственного экзамена по английскому языку. В обеих его частях (личное письмо и эссе) форматом задана четкая структура. При этом в формате эссе заметно влияние структуры эссе американского экзамена TOEFL: главную идею высказать в самом начале, затем каждый абзац начинать с основной мысли этого абзаца.

Характерные различия в устной коммуникации можно увидеть на примере сравнения традиционных структур монологической речи в русской и американской риторике. Учебники по русской риторике рекомендуют схему построения текста, состоящую из восьми частей. Американская риторика предлагает намного более простую схему: проблема — причина — следствие — решение [19]. При обучении деловому английскому студентам для подготовки презентаций дают рекомендации из британских или американских учебников, чтобы выступление было четко структурированным и ясным для понимания.

В книге К.В. Томашевской «Речевая коммуникация в профессиональной сфере» отмечается, что в русском речевом этикете за последние годы произошел сдвиг в сторону европейского [19. С. 257]. То, что продавцы в супермаркетах не только здороваются с покупателями, но и говорят им «Хорошего дня!» (“Have a good day!”), указывает на источник этих перемен. Среди многих разных путей, которыми английский язык влияет на российское речевое поведение, важное место занимают уроки делового английского. Формулы речевого этикета, которые студенты узнают и пробуют практически применять в упражнениях, отражают основные особенности британского коммуникативного стиля, о которых пишет Т.В. Ларина в книге «Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций» [20].

По мнению Томашевской и ее соавторов, современные российские молодые люди приближаются к усредненной западной культуре общения [19. С. 256]. Этот взгляд коррелирует с результатами исследований, которые проводились в 2004 году сотрудниками Института психологии РАН среди студентов Тулы, Ставрополя и Тюмени и выявили их ярко выраженную западную ориентацию ментальности [21].

Однако степень западного влияния на российское сознание не следует переоценивать. М.К. Горшков, директор Института социологии РАН, убежден, что «традиционные ценности, несмотря на воздействие трансформационных процессов, постоянно восстанавливают свое влияние на общество».

Обобщая результаты трех общероссийских социологических исследований, проведенных в 1998, 2004 и 2007 годы, он пишет, что «ценностно-смысловое ядро

российского менталитета продолжает демонстрировать удивительную устойчивость и непохожесть» [22. С. 107]. Неизменными остаются и основные концепты русской культуры, описанные Ю.С. Степановым в фундаментальном труде «Константы. Словарь русской культуры» [23].

Тем не менее в российской деловой культуре и менталитете, который в ней так или иначе проявляется, определенные сдвиги в «западном» направлении все-таки происходят. Они заслуживают подробного изучения. Нам представляется, что хотя к отдельным аспектам этих перемен можно относиться по-разному, в основном это сдвиги позитивные. Они помогают России утвердиться в глобальных процессах международного общения, где преобладает влияние англоязычной деловой культуры и практики. Кроме того, эти перемены облегчают россиянам понимание проявлений иноязычного сознания и инокультурных различий, что важно для успешной межкультурной коммуникации.

В этом плане трудно переоценить роль современных интерактивных методов обучения английскому языку делового и профессионального общения. Обсуждая на занятиях конкретные деловые ситуации, студенты воспринимают англоязычную бизнес-культуру и ментальность и через язык, и через учебный предмет. Новые возможности для понимания и усвоения западного менталитета и культуры может открыть набирающий популярность в России лингвопрофессиональный подход, когда обучение организуется в сотрудничестве преподавателей иностранного языка и преподавателей специальности [24].

3. Выводы

Английский язык через посредство русского языка оказывает определенное воздействие на российскую деловую культуру и в какой-то степени на общественное сознание россиян. Это воздействие не затрагивает глубинных основ российского менталитета и русской национальной культуры.

Перемены, которые происходят под западным влиянием в российской деловой культуре и отражаются в менталитете, помогают России определить свое место в контексте общемировых деловых связей и способствуют успехам в межкультурной коммуникации.

В распространении западной и общемировой деловой культуры в России значительную роль играет преподавание делового и профессионального английского языка. Современные образовательные технологии повышают эффективность этого процесса.

Список литературы

1. Гумбольдт фон В. Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 2000.
2. Серебренников Б.А., Кубрякова Е.С., Постовалова В.И. и др. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / под ред. Б.А. Серебренникова. М.: Наука, 1988.
3. Радбиль Т.Б. Основы изучения языкового менталитета. М.: Флинта; Наука, 2013.
4. Малюга Е.Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации. М.: URSS, Либроком, 2008.

5. Малюга Е.Н., Орлова С.Н. Англоязычные заимствования в европейской экономической прессе: функциональный аспект // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2016. № 4. С. 42—51.
6. Малюга Е.Н. Лингвокультурные аспекты англоязычного профессионального жаргона в экономическом дискурсе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». 2013. № 6. С. 35—40.
7. Прошина З.Г. Транслингвизм и его прикладное значение // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2017. Т. 14. № 2. С. 155—170.
8. Ривлина А.А. Глобальная англо-национальная диграфия: транслингвильный аспект // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2017. Т. 14. № 2. С. 171—180.
9. Данюшина Ю.В. Бизнес-дискурс. М.: Государственный университет управления, 2009.
10. Радченко О.А. Лингвофилософский неоромантизм Й.Л. Вайсгербера // Вопросы языкознания. 1993. № 2. С. 107—115.
11. Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: Языки славянских культур, 2012.
12. Мюллер В.К. Новый англо-русский словарь. М.: Рус. яз. — Медиа, 2004.
13. Глазунов С.А. Новый англо-русский словарь современной разговорной лексики. М.: Рус. яз.-Медиа, 2003.
14. Электронный англо-русский и русско-английский словарь Мультитран. URL: www.multitrans.ru (дата обращения: 20.04.2018).
15. Hall E.T. Beyond culture. N.Y: Anchor Press, 1976.
16. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: КДУ, 2011.
17. Scollon R. and Wong Scollon S. Intercultural Communication. A Discourse Approach. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers, 2001. 302 p.
18. Стеблецова О.А. Дискурсивно-лингвистические особенности делового коммуникативного стиля // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 12 (80). С. 323—328.
19. Томашевская К.В. Речевая коммуникация в профессиональной сфере. СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2011.
20. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Языки славянских культур, 2009.
21. Журавлева Н.А. Психология социальных изменений: ценностный подход. М.: Изд-во Ин-та психологии РАН, 2013.
22. Горшков М.К. Российский менталитет в социологическом измерении // Социологические исследования. 2008. № 6. С. 100—114.
23. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 1991.
24. Гаврилова Е.А., Кештова О.К., Марнат О.Б. Имплементация лингвопрофессионального подхода в курсе иностранного языка профессионального общения в экономическом вузе // Научное обозрение: гуманитарные исследования. 2017. № 3.

© Благоднравова М.А., 2018

История статьи:

Поступила в редакцию: 27.04.2018

Принята к публикации: 29.08.2018

Модератор: В.П. Синячкин

Конфликт интересов: отсутствует

Для цитирования:

Благонравова М.А. Влияние английского языка на российскую деловую культуру и менталитет // Полилингвильность и транскультурные практики. 2018. Т. 15. № 4. С. 518–527. DOI 10.22363/2618-897X-2018-15-4-518-527

Сведения об авторе:

Благонравова Марина Александровна — старший преподаватель кафедры иностранных языков № 1 Российского государственного экономического университета им. Г.В. Плеханова. E-mail: ms.mb1938@mail.ru

The English Language Influence on Russian Business Culture and Mentality

M.A. Blagonravova

Plekhanov Russian University of Economics
36, *Stremyanny per.*, Moscow, 117977, Russian Federation

Taking into account the ability of language to modify culture and a strong presence of the English language in Russia the author analyses its influence on Russian business culture and mentality. The article focuses on cases of translanguaging and on certain concepts adopted from Western business practices, which can cause changes in Russian systems of values. The paper also examines the impact of British and American communicative culture on business communication in Russia. Concluding that the changes described do not affect the foundations of Russian mentality and culture the author points out that these factors help Russia establish itself in international business connections. It is also emphasized that modern methods of teaching business English in Russia facilitate the ability to comprehend American and British business culture and mentality.

Key words: business culture, mentality, borrowings, translanguaging, changing values, cross-cultural communication

References

1. Gumboldt, von W. 2000. *Izbrannye trudy po yazykoznaniiu* [Selected Works on Linguistics]. Moscow: Progress. Print. (In Russ.)
2. Serebrennikov, B.A. 1988. *Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke: yazyk i kartina mira* [The Role of Human Factor in Language: Language and Worldview]. Moscow: Nauka. Print. (In Russ.)
3. Radbil', T.B. 2013. *Osnovy izucheniya yazykovogo mentaliteta*. [The Basics of Learning Language Mentality]. Moscow: Flinta; Nauka. Print. (In Russ.)
4. Malyuga, E.N. 2008. *Funktsional'naya pragmatika mezkhkul'turnoi delovoi kommunikatsii* [Functional Pragmatics of Intercultural Business Communication]. Moscow: URSS, Librokom, Print. (In Russ.)
5. Malyuga, E.N., and C.N. Orlova. 2016. "Angloyazychnye zaimstvovaniya v evropeiskoi ekonomicheskoi presse: funktsional'nyi aspekt" [English Language Borrowings in European Economic Journalism]. *Izvestiya Yuznogo federal'nogo universiteta*. Philological sciences 4. Print. (In Russ.)

6. Malyuga, E.N. 2013. “Lingvokulturnye aspekty angloyazychnogo professional’nogo zhargona v ekonomicheskom diskurse” [Linguocultural Aspects of English Language Professional Jargon in Economic Discourse]. *Vestnik MGOU. Journal of Linguistics* 6. Print. (In Russ.)
7. Proshina, Z.G. 2017. “Translinguizm i ego prikladnoe znachenie” [Translingualism and its Application]. *RUDN Journal of Language Education and Translingual Practices* 14 (2): 155—170. Print. (In Russ.)
8. Rivlina, A.A. 2017. “Global’naya anglo-natsional’naya digraphia: translingual’nyi aspekt” [Global English-local Digraphia: Translingual Aspect]. *RUDN Journal of Language Education and Translingual Practices* 14 (2): 171—180.
9. Danyushina, Y.V. 2009. *Biznes-diskurs*. [Business-discourse]. Moscow: GUU. Print. (In Russ.)
10. Radchenko, O.A. 1993. *Lingvofilosofskiy neoromantizm J.-L.Vaisgerbera [J.-L.Weissgerber’s Linguophilosophical Neoromantisizm]*. *Voprosy yazykoznaniiya* 2: 107—115. Print. (In Russ.)
11. Zaliznyak, A.A., I.B. Levontina, and Shmelyov A.D. 2012. *Konstanty i peremennye russkoy yazykovoy kartiny mira [Constants and Variables of Russian Language Worldview]*. Moscow: *Jazyky slavyanskikh kul’tur*. Print. (In Russ.)
12. Myuller, V.K. 2004. *Novyi anglo-russkiy slovar’ [New English-Russian Dictionary]*. Moscow: *Rus.Yaz.-Media*. Print. (In Russ.)
13. Glazunov, S.A. 2003. *Novyi anglo-russkiy slovar’sovremennoi razgovornoj lexi [New English-Russian Dictionary of Modern Colloquial Lexis]*. Moscow: *Rus.Yaz.-Media*. Print. (In Russ.)
14. *Multitrans Dictionary*. Web. URL: www.multitrans.ru (accessed: 20.04.2018).
15. Hall, E.T. 1976. *Beyond Culture*. N.Y.: Anchor Press. Print.
16. Kornilov, O.A. 2011. *Yazykovye kartiny mira kak proizvodnye natsional’nyh mentalitetov [Worldviews as Derivatives of National Mentalities]*. Moscow: KDU. Print. (In Russ.)
17. Scollon, R. and W.S. Scollon. 2001. *Intercultural Communication. A Discourse Approach*. Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers. Print.
18. Stebletsova, O.A. 2009. “Diskursivno-lingvisticheskie osobennosti delovogo kommunikativnogo Stilya” [Discourse and Linguistic Characteristics of Business Communicative Style]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Humanities* 12(80): 323—328.
19. Tomashevskaya, K.V. 2011. *Rechevaya kommunikatsiya v professional’noi sfere [Verbal Communication in Professional Area: textbook]*. Saint Petersburg: Politechnical university. Print. (In Russ.)
20. Larina, T.V. 2009. *Kategoriya veshlivosti i stil’ kommunikatsii. Sopostavlenie angliiskikh i russkikh lingvokul’turnykh traditsii [The Category of Politeness and Style of Communication. Comparison of English and Russian Linguocultural Traditions]*. Moscow: *Jazyky slavyanskikh kul’tur*. Print. (In Russ.)
21. Zhuravlyova, N.A. 2013. *Psihologiya social’nyh izmenenii: tsennostnyi podhod [Psychology of Social Changes: Value Approach]*. Moscow: Psychology Institute. Print. (In Russ.)
22. Gorshkov, M.K. 2008. “Rossiiskii mentalitet v sotsiologicheskom izmerenii” [Russian Mentality in Sociological Dimension]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 6: 100—114.
23. Stepanov, Y.S. 2004. *Konstanty. Slovar’ russkoi kul’tury [The Constants. Vocabulary of Russian Culture]*. Moscow: *Akademicheskii proekt*. Print. (In Russ.)
24. Gavrilova, E.A., O.K. Keshtova, and Marnat O.B. 2017. *Implementatsiya of linguoprofessional’nogo podhoda v kurse inostrannogo yazyka professional’nogo obshcheniya v ekonomicheskom vuze [Implementation of Linguoprofessional Approach in Teaching English for Professional Communication in Economics University]*. *Nauchnoe obozrenie: gumanitarnye issledovaniya* 3. Print. (In Russ.)

Article history:

Received: 27.04.2018

Accepted: 29.08.2018

Moderator: V.P. Sinyachkin

Conflict of interests: none

For citation:

Blagonravova, M.A. 2018. “The English Language Influence on Russian Business Culture and Mentality”. *Polylinguality and Transcultural Practices*, 15 (4), 518–527. DOI 10.22363/2618-897X-2018-15-4-518-527

Bio Note:

Marina A. Blagonravova is a Senior Teacher at the Department of Foreign Languages № 1, Plekhanov Russian University of Economics. E-mail: ms.mb1938@mail.ru