

Научная статья  
УДК 81'42  
doi: 10.17223/19986645/99/3

## Дискурс трудоустройства в эпоху цифровых коммуникаций (на материале российских телеграм-каналов)

Елена Сергеевна Гриценко<sup>1</sup>, Анастасия Владимировна Аликина<sup>2</sup>

<sup>1</sup> МГИМО МИД России, Москва, Россия, [elena.s.gritsenko@gmail.com](mailto:elena.s.gritsenko@gmail.com)

<sup>2</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Нижний Новгород, Россия, [avalikina@hse.ru](mailto:avalikina@hse.ru)

**Аннотация.** Анализируется российский телеграм-дискурс трудоустройства, отличающийся от традиционных платформ поиска работы мультимодальностью и интерактивностью. Анализ постов из 1007 телеграм-каналов выявил ряд ключевых особенностей рассматриваемого дискурса, в том числе интердискурсивность, сегментированность, жанровую диверсификацию, ориентацию на молодежь. Дискурс отражает новые тренды рынка труда, широко использует англицизмы и мемы, формируя уникальное транслингвальное и транскультурное пространство.

**Ключевые слова:** дискурс трудоустройства, телеграм-каналы, цифровая коммуникация, интердискурсивность, лингвокреативность, мемы, транслингвизм

**Для цитирования:** Гриценко Е.С., Аликина А.В. Дискурс трудоустройства в эпоху цифровых коммуникаций (на материале российских телеграм-каналов) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2026. № 99. С. 47–76. doi: 10.17223/19986645/99/3

Original article  
doi: 10.17223/19986645/99/3

## Employment discourse in the age of digital communication (a study of Russian Telegram channels)

Elena S. Gritsenko<sup>1</sup>, Anastasia V. Alikina<sup>2</sup>

<sup>1</sup> MGIMO University, Moscow, Russian Federation, [elena.s.gritsenko@gmail.com](mailto:elena.s.gritsenko@gmail.com)

<sup>2</sup> HSE University, Nizhny Novgorod, Russian Federation, [avalikina@hse.ru](mailto:avalikina@hse.ru)

**Abstract.** This article analyzes the linguistic and communicative features of employment discourse in Russian Telegram channels, which represent a new dimension of professional communication in the digital age. The study emphasizes Telegram's role as a dynamic, interactive multimodal platform that differs significantly from traditional digital job search platforms such as hh.ru or Superjob.ru. The research material consists of 604 posts identified through targeted sampling from 20 Telegram channels, as well as a broader sample of posts from 1007 channels in the "Career" category of the TGStat analytical service. The collected material was analyzed using content analysis, multimodal and critical discourse analysis, and semantic-stylistic interpretation. The

study identifies characteristic features of employment discourse in Telegram, including interdiscursivity (integration of elements from pop culture, psychoanalysis, and esotericism), segmentation (focus on professional niches and regions), and genre diversification (presence of informational, educational, motivational, and entertainment content). Features such as immersiveness, interactivity, colloquialization, visualization, psychologization, personalization, and gamification enhance the appeal of Telegram employment discourse—particularly for millennials and Generation Z, who value flexibility, mental health, and self-actualization. Employment discourse in Telegram reflects new labor market trends—the growing popularity of remote work, emphasis on psychological well-being, and the significance of corporate culture for talent attraction. Telegram channels are created by both large companies and individual enthusiasts, offering diverse content (textual, visual, and mixed) and forming an emotionally rich and accessible environment. The communicative repertoire of discourse participants combines Russian and English, enabling flexible, often playful communication that creates a relaxed, humor-infused atmosphere. English borrowings in employment-related Telegram channels serve multiple functions: they modernize and globalize the language, emphasizing connection with international trends; attract a young audience; construct professional and social identity; provide emotional and stylistic expressiveness; and economize linguistic means. This creates a translingual and transcultural space where global and local cultural codes intertwine. Telegram channels not only reflect changes in professional communication but also actively shape new expectations among job seekers and employers, adapting to digital and global trends. The study underscores Telegram's growing role in recruitment, particularly in IT and other digital sectors, and lays the groundwork for further investigation of its influence on job seeker behavior and the evolution of HR practices in the digital age.

**Keywords:** employment discourse, Telegram channels, digital communication, interdiscursivity, linguistic creativity, memes, translingualism

**For citation:** Gritsenko, E.S. & Alikina, A.V. (2026) Employment discourse in the age of digital communication (a study of Russian Telegram channels). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 99. pp. 47–76. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/99/3

## Введение

В условиях цифровизации рынка труда традиционные платформы для поиска работы, такие как сайты hh.ru и superjob.ru, дополняются новыми каналами коммуникации, среди которых особое место занимают телеграм-каналы. Они формируют новое измерение дискурса трудоустройства, которое характеризуется неформальностью, мультимодальностью, ориентацией на ценности молодежи. Популярность телеграм-каналов подтверждается статистикой. По данным крупнейшего каталога TGStat, в 2025 г. в одной только рубрике «Вакансии» функционировало 786 каналов, а суммарное количество подписчиков составило почти 12 млн человек [1]. Это немногим меньше, чем аудитория самой востребованной в России платформы по поиску работы и работников hh.ru<sup>1</sup> [2]. О популярности телеграм-каналов в

<sup>1</sup> По данным сервиса веб-аналитики LiveInternet, сайт www.hh.ru является самым крупным порталом интернет-рекрутмента в России. Компания разрабатывает инновационные решения в области поиска работы и сотрудников, демонстрируя непрерывную

сфере трудоустройства свидетельствует и то, что компания hh.ru запустила собственный канал в 2022 г.

В отличие от традиционных рекрутинговых сайтов и соцсетей, телеграм-каналы обеспечивают постоянное присутствие аудитории в дискурсе, сочетая информацию о вакансиях с мемами, советами, опросами, комментариями и другими интерактивными форматами. Такие особенности, как скорость предоставления информации, интерактивность, многожанровость, простота и удобство использования, персонализация контента (сегментация по интересам) делают этот дискурс перспективным объектом лингвистического анализа.

Актуальность исследования, представленного в статье, обусловлена необходимостью системного изучения характеристик дискурса трудоустройства, который трансформируется под влиянием цифровой среды и ожиданий современной аудитории. Несмотря на рост популярности телеграм-каналов как инструмента рекрутинга, их лингвистические и коммуникативные особенности практически не изучены.

Цель работы – выявить особенности дискурса трудоустройства в российских телеграм-каналах и описать его специфику как нового измерения профессиональной коммуникации. В рамках поставленной цели планируется определить жанровые и тематические характеристики дискурса трудоустройства в Telegram, проанализировать языковые и семиотические средства, определяющие его своеобразие, исследовать роль визуальных и интерактивных элементов, выявить интердискурсивные связи.

### **Методология и тематические направления исследований телеграм-дискурса**

Для анализа особенностей дискурса трудоустройства в российских телеграм-каналах изучена научная литература, посвященная языковым, жанровым и коммуникативным характеристикам телеграм-дискурса. С.Л. Кушнерук определяет его как «совокупность мультимодальных произведений, связанных в тематическом, коммуникативно-прагматическом и/или функционально-целевом планах и получающих распространение по каналам Telegram в виртуальной среде» [3. С. 21]. Проведенный ею анализ англоязычных статей<sup>1</sup>, опубликованных в период 2014–2022 гг., выявил два ключевых вектора в изучении телеграм-дискурса: политический, связанный с деятельностью государственной власти, партий и общественных групп, и социальный, охватывающий проблемы медиатизации, альтернативной журналистики, безопасности, образования и здоровья граждан, участия в процессах социального взаимодействия [3]. Исследователи из Западной Ев-

---

волюцию, в частности, посредством внедрения технологий искусственного интеллекта для оптимизации процесса поиска и подбора персонала. Количество уникальных пользователей платформы в июле 2025 г. составило 16 млн человек.

<sup>1</sup> Анализировались статьи с ключевым словом Telegram, размещенные в базе Scopus (разделы Social Sciences и Arts and Humanities).

ропы, США, Канады и Латинской Америки акцентируют внимание на притоке в Telegram консервативных и крайне правых групп, рассматривая платформу как среду для «ненавистнических идеологий», дезинформации и политической мобилизации [3. С. 16]. Российские авторы фокусируются на анонимности общения в Telegram, политизации дискурса недоверия и теориях заговора на фоне роста социального страха в период пандемии COVID-19 [3. С. 18]. Темы экстремизма, радикализма, недостоверной информации и протестной деятельности С.Л. Кушнерук относит к числу «наднациональных», подчеркивая при этом, что «семиотическая и языковая специфика Telegram остается практически не разработанной» [3. С. 20].

Наши наблюдения, касающиеся исследований последних лет, подтверждают стабильный научный интерес зарубежных авторов к вопросам дезинформации, экстремизма, теориям заговора и протестным дискурсам в Telegram [4–8]. Тематика исследований российских ученых более разнообразна. Поиск по ключевому слову «телеграм» в РИНЦ (elibrary.ru) выявил более 100 публикаций в области медиакоммуникаций, дискурсологии, лингвистики и семиотики, охватывающих политику, новости, спорт, театр, музыку, образование и профессиональные сообщества. Несмотря на отсутствие работ, изучающих дискурс трудоустройства в Telegram, ряд статей затрагивает релевантные для нашего исследования аспекты: неформальность, мультимодальность, жанровое разнообразие, адаптацию контента к цифровой среде. Так, Ю.В. Шуйская подчеркивает гибридный характер телеграм-дискурса, сочетающего элементы традиционных СМИ, социальных сетей и межличностной коммуникации [9]. В.А. Куликова, сопоставляя языковые особенности медиадискурса в телеграм-каналах и на сайтах СМИ, отмечает упрощение синтаксиса, увеличение доли разговорной лексики в Telegram, эмоциональность (экспрессивная лексика, эмодзи), компрессию текста и мультимодальность [10]. С.Л. Кушнерук акцентирует полипараметральность формата Telegram, совмещающего модульность, диалогичность, гипертекстуальность и конвергентность [11], а также подчеркивает роль визуализации (роль фото, видео, эмодзи, стикеры) в создании эмоционального и динамичного дискурса, оптимизирующего восприятие информации в условиях ограниченного внимания пользователей [12]. Т.Г. Фирсова и О.В. Кошечева, анализируя телеграм-каналы российских вузов, выделяют такие их черты, как полифункциональность (информирование, реклама, взаимодействие с пользователями), интерактивность, гипертекстуальность и жанровое разнообразие (новости, анонсы, дайджесты); показывают, как сочетание официального и неофициального стилей используется в формировании имиджа [13]. У.Ю. Эшкинина, изучая спортивные телеграм-каналы, отмечает их оперативность, неформальность, использование визуальных и интерактивных элементов и адаптацию контента (новости, аналитика, интервью, анонсы, мнения) к потребностям аудитории [14].

Растет интерес к вопросам лингвокреативности в телеграм-каналах. Л.Р. Дускаева и Л.Ю. Иванова исследуют, как лингвокреативность в паратексте (никнейм и слоган) формирует имидж канала и привлекает подписчиков [15].

Л.А. Борботько на примере каналов театральных критиков показывает, как креативность способствует самовыражению, помогает взаимодействовать с аудиторией, экспериментировать с жанрами, транслировать профессиональные оценки, создавая собственный уникальный образ в цифровой среде [16].

Очевидно, что указанные черты (неформальность, мультимодальность, диалогичность, креативность и др.) присутствуют и в телеграм-каналах о трудоустройстве, где традиционные жанры, такие как объявления о вакансиях, трансформируются в более динамичные и интерактивные форматы. Специфика дискурса трудоустройства и его целевая аудитория определяют особенности их реализации.

### **Отбор материала для изучения**

В исследовании использовалась теоретическая (целевая) выборка, направленная на отбор случаев, релевантных для выявления специфики телеграм-дискурса трудоустройства. Отбор материала проводился в два этапа. На первом этапе (с 25 по 31 марта 2025 г.) была оформлена подписка на 20 телеграм-каналов с суммарным количеством подписчиков около 2 млн человек и методом срезовой выборки отобрано для анализа 604 поста, посвященных поиску персонала в различных профессиональных сферах.

На втором этапе – с апреля по июнь 2025 г. – путем регулярного мониторинга (2–3 раза в неделю) отбирались для рассмотрения посты с 1007 каналов из подборки «Карьера» аналитического сервиса TGStat – рубрики «Вакансии» (786 каналов, 11 985 412 подписчиков), «HR» (142 канала, 1 050 790 подписчиков), «Вакансии в маркетинге» (49 каналов, 1 060 157 подписчиков) и «Вакансии в дизайне» (30 каналов, 436 040 подписчиков) [17]. В финальную выборку включались посты, которые, по предварительной оценке, соответствовали ключевому критерию: демонстрация черт, потенциально отличающих телеграм-дискурс трудоустройства от формата традиционных платформ (hh.ru и др.). Отбор постов продолжался до момента теоретической насыщенности, когда новые материалы перестали давать принципиально новую информацию о специфике дискурса. Итоговый объем выборки составил 3548 постов. Кроме того, были проанализированы 220 названий телеграм-каналов для IT-специалистов [18], большая часть которых также присутствует в TGStat. Для обеспечения репрезентативности выборки рассматривались каналы разного профиля с большим количеством подписчиков, что подтверждает их востребованность / популярность.

### **Методы исследования**

Для изучения дискурса трудоустройства в телеграм-каналах использовался комплексный методологический подход, включающий контент-анализ, мультимодальный и критический дискурс-анализ и метод семантико-стилистической интерпретации. Контент-анализ позволил выявить закономерности в структуре постов, их смысловом наполнении и в использовании

различных элементов (визуальных и текстовых), в то время как мультимодальный дискурс-анализ был направлен на изучение взаимодействия различных семиотических ресурсов в формировании определенного образа работодателя и работника. Критический дискурс-анализ применялся для выявления идеологических посылов и отношений, имплицитно присутствующих в дискурсе трудоустройства, а метод семантико-стилистической интерпретации позволил углубленно проанализировать языковые средства и стилистические приемы, используемые для эффективной коммуникации и формирования эмоционального отношения к предлагаемым вакансиям/компаниям и потенциальным работникам.

### **Результаты и обсуждение**

Проведенный анализ позволяет утверждать, что дискурс трудоустройства в Telegram формируется как автономное коммуникативное пространство, принципиально отличное от традиционных рекрутинговых площадок. Для системного описания его специфики в данном разделе результаты исследования представлены по восходящей логике: от характеристик платформы и ее акторов – к содержанию и культурным смыслам дискурса. Сначала рассматриваются базовые преимущества Telegram как цифровой среды, портреты создателей каналов и вытекающая из их деятельности типология каналов. Далее анализируются ключевые механизмы телеграм-дискурса трудоустройства: инструменты интерактивности и реализуемые коммуникативные функции. На этой основе выявляются общие стилистические и содержательные особенности дискурса. В завершение выявляется его социокультурный потенциал: роль как индикатора ценностей и трендов рынка труда и характеристики как транслингвального и транскультурного пространства.

#### ***Преимущества телеграм-каналов как инструмента коммуникации в сфере трудоустройства***

Телеграм-каналы обладают рядом уникальных характеристик, которые делают их эффективным инструментом для распространения информации о трудоустройстве и взаимодействия с аудиторией. Эти особенности обеспечивают оперативность, доступность и целенаправленность коммуникации, что особенно важно в контексте дискурса трудоустройства.

Хотя сравнение Telegram с другими платформами и мессенджерами не является основной целью исследования, оно помогает выявить преимущества телеграм-каналов в сфере трудоустройства. Рассмотрим их на примере сравнения с YouTube и WhatsApp<sup>1</sup>. В отличие от YouTube, где алгоритмы ранжирования определяют видимость контента на основе пользовательских

---

<sup>1</sup> Принадлежит компании Meta – экстремистской организации, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации.

предпочтений, в Telegram лента канала формируется в хронологическом порядке, а подписчики получают уведомления о новых публикациях напрямую. Это освобождает администраторов от необходимости оптимизировать контент под алгоритмы, позволяя сосредоточиться на создании качественных и релевантных материалов (вакансии, советы, новости). Рост аудитории достигается через «ручное» привлечение подписчиков, включая рекламу, аналитику, перекрестные упоминания и органическое распространение контента (например, репосты). По сравнению с WhatsApp, телеграм-каналы предлагают более гибкий формат для массового распространения информации. Функции WhatsApp, такие как списки рассылки или сообщества, ограничены необходимостью добавления контактов, отсутствием открытой подписки и меньшей функциональностью для управления большими аудиториями. Telegram, напротив, позволяет легко подписываться на каналы, сохранять историю сообщений и обеспечивает удобство работы с широкой аудиторией, что критически важно для каналов, посвящённых трудоустройству.

К ключевым преимуществам телеграм-каналов как цифрового сегмента дискурса трудоустройства относятся:

– Однонаправленная коммуникация. В отличие от чатов, где возможен диалог между модератором и подписчиками или между самими подписчиками, телеграм-каналы обеспечивают передачу информации от администратора к аудитории. Возможность комментариев и эмоциональных реакций (эмодзи) не нарушает четкости донесения контента – вакансий, советов, новостей.

– Широкий охват аудитории, удобство подписки и уведомлений. Отсутствие строгих лимитов на число подписчиков делает каналы удобными для работы с большими сообществами, в отличие от групп, имеющих ограничения по размеру. Автоматические уведомления о новых постах повышают вероятность прочтения объявлений о вакансиях или профессиональных событиях.

– Сохранение истории сообщений и анонимность подписчиков. Полная доступность архива позволяет подписчикам легко находить актуальные вакансии и материалы, а отсутствие видимости данных подписчиков друг для друга обеспечивает приватность, снижая социальное давление, что особенно важно для соискателей.

– Интеграция с ботами и гибкое управление обратной связью. Автоматизация публикаций, опросов и обработки запросов, благодаря использованию ботов, повышает эффективность взаимодействия с аудиторией. При этом администраторы могут регулировать интерактивность постов, выбирая уровень вовлеченности аудитории.

Таким образом, телеграм-каналы оптимальны для дискурса трудоустройства благодаря простоте, оперативности и способности эффективно доносить информацию до большой аудитории без отвлекающих факторов, характерных для групп в социальных сетях или мессенджерах. Эти особенности делают их предпочтительным инструментом для поиска работы и профессионального развития.

### Создатели и авторы телеграм-каналов

Анализ собранного материала показал, что создателями и авторами телеграм-каналов о работе и карьере выступают различные участники дискурса трудоустройства, каждый из которых имеет свои цели и особенности контента. Среди них можно выделить несколько категорий:

– **Агрегаторы вакансий** – сервисы, собирающие информацию с рекрутинговых платформ и напрямую от работодателей. Эти каналы ориентированы на оперативное предоставление информации о вакансиях, преимущественно для начинающих специалистов и представителей среднего звена. Основной акцент делается на удалённой работе и позициях, не требующих высокой квалификации. К данной категории относятся каналы «БУДУ», «Удалёнка без опыта – Фриланс», «ВДХЛ – Вакансии для хороших людей», «Норм работа», «Finder.work: работа и вакансии», «Хоум – Удалённая работа | Фриланс» и др.

– **Рекрутинговые платформы и агентства, HR специалисты** – участники дискурса, профессионально занимающиеся подбором кадров. Это крупные цифровые платформы, такие как *hh.ru*, *Superjob.ru*, *Avito работа*, *Работа@Mail.ru*, и компании типа «Habr Career», «Dribbble Jobs», «Рекрутинговое агентство Career Manager», «Spice IT | Кадровое агентство», «DigitalHR: работа | вакансии | рекрутинг в IT» и др. Эти организации создают телеграм-каналы для продвижения своих сервисов, оперативного информирования о вакансиях, публикации советов по поиску работы и развитию карьеры, повышения вовлечённости пользователей и укрепления бренда. Хотя в Telegram их активность может быть менее интенсивной, чем на собственных сайтах, они используют каналы для более широкого охвата целевой аудитории. К этой же категории следует отнести каналы индивидуальных рекрутеров, фрилансеров и блогеров, которые используют Telegram для поиска кандидатов, публикации вакансий и предоставления консультаций по трудоустройству. Примеры таких каналов – «Вакансии от Алёны Владимировой», «Fedoroff | Вакансии для ТОП | Помощь в трудоустройстве», «Вакансии от HR (Ru\_da) Анна Рудакова», «Виктория Шухат», «Нагулила карьеру» и др. Их цель – расширение базы клиентов и повышение доверия через полезный контент.

– **Компании-работодатели** – крупные компании, такие как Сбер, Яндекс или Альфа-Банк, которые создают каналы для прямого общения с соискателями, продвижения вакансий и формирования положительного HR-бренда. Их основные задачи – оперативное информирование о вакансиях и повышение вовлечённости аудитории в жизнь компании через публикации о корпоративной культуре и карьерных возможностях. К этой группе относятся телеграм-каналы «Карьера в Сбере!», «Alfa Digital», «Т-банк: работа с клиентами», «Яндекс нанимает разработчиков» и др.

– **Профессиональные сообщества и эксперты по развитию карьеры** – каналы, созданные профессиональными сообществами (например, в IT, ди-

зайне или маркетинге) и экспертами-профессионалами. Такие каналы делятся советами по составлению резюме, прохождению собеседований и развитию карьеры, а также публикуют отраслевые новости и вакансии, например: «*Бизнес проект*», «*Точка входа*», «*Работа в Restor Horeca.ru*», «*Бухта Фриланса*», «*Вакансии для дизайнера | работа*», «*Работа с текстами – вакансии*» и др.

– **Энтузиасты и локальные инициативы** – каналы, созданные частными лицами или волонтерскими группами, не связанными с профессиональными структурами. Такие авторы публикуют вакансии, советы или информацию о проектах, ориентированных на определённые ниши или конкретные регионы. Их цель – помочь аудитории с трудоустройством и поделиться полезной информацией на добровольной основе. Примерами могут служить локальные каналы, такие как «*Работа в Сочи*», «*Работа в Павлограде*», «*Шабашка Пермь*» или тематические инициативы «*Форум ассистентов Стоматолога*», «*Работа в киберспорте*», «*Общепит – работа есть!*».

Каждая категория авторов имеет свои цели: агрегаторы и платформы стремятся к максимальному охвату и оперативности; компании-работодатели и агентства фокусируются на брендинге и привлечении кандидатов, а сообщества делают упор на экспертный контент и вовлечённость. Границы между выделенными категориями телеграм-каналов могут быть размытыми: например, эксперт по карьерному развитию может представлять профессиональное сообщество, а небольшое рекрутинговое агентство – публиковать советы, характерные для коучей. Таким образом, телеграм-каналы о работе и карьере создаются как крупными компаниями и профессиональными структурами, так и частными энтузиастами. Каждый из них предлагает уникальный контент, формируя разнообразный и динамичный дискурс, ориентированный на потребности соискателей и работодателей.

Наряду с каналами активно развиваются сервисы аналитики и статистического анализа – важный инструмент для исследователей и специалистов, занимающихся продвижением и управлением контентом в Telegram. Они предоставляют анализ данных, включающий характеристики подписчиков, динамику активности канала, показатели охвата публикаций и ряд других релевантных метрик. По состоянию на 2024 г. выделяют несколько наиболее востребованных сервисов статистического анализа телеграм-каналов [19]: сервис Telemetr ориентирован на углубленный анализ каналов и чатов, обеспечивая отслеживание динамики подписчиков, количества просмотров и возможность сравнения различных каналов; Popsters сосредоточен на анализе контента публикаций, позволяя выявлять наиболее эффективные и виральные посты посредством предоставления детализированных метрик для анализа; Telega.in выступает в качестве биржи для закупки рекламных интеграций, параллельно предоставляя статистические данные, необходимые для проведения базового анализа каналов; TGStat предлагает обширный каталог телеграм-каналов, функцию поиска по тематическим нишам, инстру-

менты для анализа эффективности рекламных кампаний, а также возможности закупки рекламного пространства и поиска потенциальных клиентов. Выбор данного сервиса при отборе материала для настоящего исследования связан с возможностями тематического поиска.

### Типы каналов

По способам подачи информации (типу контента) телеграм-каналы, связанные с темой трудоустройства, можно условно разделить на три группы: (1) *текстовые*, которые фокусируются на описаниях вакансий, новостях рынка труда или советах экспертов; (2) *медиаканалы*, в которых представлены преимущественно визуальные (фотографии, видео) или аудиоматериалы, что повышает вовлеченность аудитории, особенно молодежи, и (3) *смешанные* каналы, комбинирующие оба формата – например, текст для описания деталей вакансии и медиа для визуального привлечения соискателей.

По характеру взаимодействия с аудиторией выделяются два типа каналов: (1) *информирующие*, основная цель которых – сообщение об имеющихся вакансиях (здесь информация идет преимущественно от администратора к подписчикам), и (2) *вовлекающие*, которые в большей мере ориентированы на привлечение и удержание подписчиков – потенциальных кандидатов на вакансии (в основном это интерактивные каналы с развлекательным контентом).

Каналы, *информирующие* пользователей о вакансиях, содержат разный объём информации. Часть из них дает максимально сжатую или усеченную информацию, которая может ограничиваться названием вакансии и компании и ссылкой на сайт с детальными данными (рис. 1).

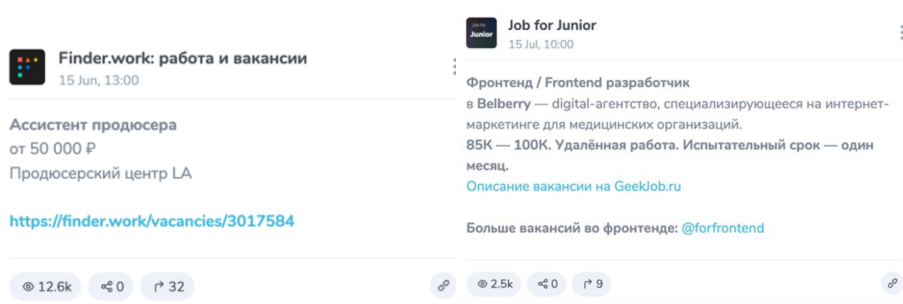


Рис. 1. Посты с минимальной информацией о вакансии

Еще одна группа *информирующих* каналов предоставляет описание вакансий со стандартными для сферы трудоустройства блоками: название вакансии, рекламный блок о компании-работодателе, обязанности/требования к кандидату, условия найма (соцпакет и проч.), контактные данные и ссылку на сайт компании с дополнительной информацией и тестовым заданием для

кандидатов. Данная группа включает телеграм-каналы известных рекрутинговых платформ, кадровых агентств, крупных компаний и специализированных каналов, созданных в Telegram (рис. 2).

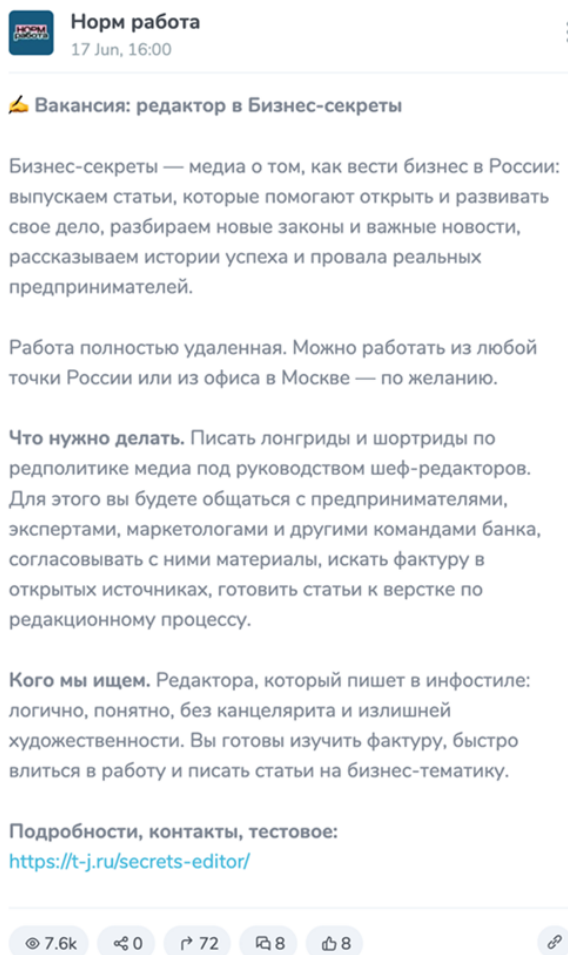


Рис. 2. Пост со стандартными информационными блоками

Некоторые каналы размещают максимально развернутую информацию о вакансиях, изложенную неформальным языком, часто в юристическом ключе с использованием экспрессивно-стилистических приемов (метафор, гипербол, сравнения) (рис. 3). Текст может сопровождаться картинками.

Помимо информирования о вакансиях, телеграм-каналы могут предлагать своим подписчикам образовательный и развлекательный контент: знакомить с новостями профессиональной отрасли, публиковать советы экс-

пертов, предоставлять статистику рынка труда, анализ его динамики, проводить конкурсы, опросы (рис. 4). Каналы, целевой аудиторией которых являются молодые люди (поколение Z), регулярно размещают мемы (рис. 5) и забавные видео. Такие материалы нацелены на увеличение вовлеченности, создание доверительных отношений с пользователями.

**КОШЬ НА РАБОТЕ**  
23 Jun, 16:37

**Вакансии мечты**

Ищут отличного искренней эмпатий, умением различать самые тонкие оттенки вкуса и обожающего эксперименты сладкожужу до уюга костей, который верит, что рай представляет собой огромный таз вкуснейшего мороженого для бесконечного лакомства, мечтающего ежедневно в невообразимых количествах наслаждаться разнообразными сортами любимой вкусюшки и строго контролировать их безупречное качество

**Кто нужен:** Дегустатор мороженого  
**Куда нужен:** Улматп  
**Что по деньгам:** 85000 руб.

**Какие требования:**

- Сладкожка до мозга костей, безумная любовь к мороженому, желание пробовать десятки вкусов ежедневно;
- Способность тонко различать оттенки сладости, текстуры (кремовое, сорбетное, мягкое, эскимо) и температуру таяния;
- Готовность обучаться органолептической оценке, чтобы знать, как оценивать внешний вид, аромат, консистенцию, баланс сахара, жирности и послевкусия;
- Ответственность и честность, способность давать открытые и объективные отзывы, не боясь указывать на мелкие недочёты;
- Коммуникабельность, способность ясно и увлекательно доносить впечатления от продегустированного;
- Способность описывать и сравнивать множество образцов мороженого по чётким критериям:
  - Отсутствие каких-либо проблем со здоровьем, включая диабет и ожирение;
  - Отсутствие диетических ограничений, непереносимости определённых продуктов или аллергии;
  - Интерес к экспериментам и соединению необычных ингредиентов с классическими морожеными;
  - Вовлечённость в работу и склонность к взаимовыручке.

**Какие обязанности:**

- Ежедневно пробовать различные сорта мороженого из невероятно разнообразного ассортимента, который компания приобретает из разных уголков мира, а также готовить самостоятельно, от классического ванильного до экзотических вариантов с добавками;
- Контролировать качество, проверять внешний вид (ровность шариков, чистота посуды), текстуру (кремовая сладость или лёгкость сорбета), вкус и аромат (баланс сладости, кислотности, горчинки), таяние и послевкусие;
- Первым дегустировать новинки, оценивать авторские десерты и сезонные лимитированные вкусы;
- Тщательно описывать и документировать свои впечатления и уровень удовлетворения от вкуса продегустированного мороженого, сравнивая различные сладкие лакомства;
- Предоставлять последовательные, объективные и честные отзывы о продегустированном мороженом;
- Заполнять дегустационные листы и отчетную документацию;
- Выявлять несоответствия в готовом продукте, своевременно информировать руководителя о выявленных несоответствиях, сравнивать партию за партией и фиксировать любые отклонения;
- Кайфовать от профессии, вдохновляться процессом проб и экспериментов;
- Помочь компании сформировать идеальный ассортимент вкусяшек.

**Какие условия:**

- Уникальная возможность получать деньги за наслаждение любимым лакомством, пробуя тысячи сортов вкуснейшего мороженого, как с сахаром, так и без;
- Безграничное мороженое разных вкусов, ежедневный доступ к разнообразным сортам - классические шары, сорбеты, авторские смеси и сезонные лимиты;
- Возможность получить по-настоящему уникальный опыт (где ещё найти такую работу?);
- Работа в динамично развивающейся компании, в дружной команде профессионалов;
- Сменный график работы: 2/2;
- Внутреннее обучение в дистанционном и очном формате, тренинги, вебинары;
- Официальное трудоустройство по ТК РФ (оплата больничных, отпусков и пр.);
- ДМС после прохождения испытательного срока;
- Работа на территории воспитательного и самостоятельного ресторана корейской кухни;
- Возможность узнать о производстве мороженого изнутри, уйма экскурсий и рассказов обо всём на свете;
- Настоящая работа мечты для любого обожаателя мороженого, каждый день - как билет в наполненную невероятными вкусами экспедицию, при каждом укусе раскрываются десятки цветочных, фруктовых и пряных нот, а вы становитесь первооткрывателем новых гастрономических троп.

Откликнуться на вакансию можно отправив свои резюме и сопроводительное письмо на почту [utmatp.gostov@mail.ru](mailto:utmatp.gostov@mail.ru) с пометкой «Дегустатор мороженого»

Рис. 3. Креативный пост с подробным описанием вакансии

**Вакансии госсектор**  
Forwarded messages

**Эйчаргейт | Взрыв вашей карьеры 5...**

**Как вы нанимаете после 21 сентября ? (Опрос для CEO и HR)**

Anonymous Poll

- Вакансий стало больше, нанимаем активно 📈
- Вакансии заморозили, найм тоже 📉
- Работаем с наймом, как и раньше ✅

528 votes

Рис. 4. Пост-опрос (вовлекающий контент)

### Инструменты интерактивной коммуникации

Telegram-каналы предоставляют гибкие возможности для общения с подписчиками, позволяя администраторам выбирать подходящие инструменты и стратегии. К элементам интерактивного взаимодействия в телеграм-каналах относятся:

– Эмодзи: помогают пользователям передать чувства и отношения, которые сложно выразить словами (😊❤️👍🔥👎); администратор канала имеет возможность выбрать, какие эмодзи будут доступны для реакций пользователей.



Рис. 5. Мемы и советы эксперта для молодежи (развлекательный контент)

– *Комментарии*: дают возможность подписчикам словами выразить свое отношение к публикуемой информации, при этом администраторы могут контролировать обсуждение, модерировать комментарии, включать или отключать их для каждого отдельного поста.

– *Опросы*: позволяют задавать вопросы подписчикам и получать их ответы в виде голосования. Опросы могут быть анонимными или публичными, с одним или несколькими вариантами ответа.

– *Кнопки с ссылками*: ведут на внешние сайты или в другие боты, могут быть добавлены под каждым постом для мотивации к действию («купить», «зарегистрироваться», «подробнее», «нажмите сюда» и т.п.).

– *Прямая связь с администратором*: позволяет указать контакт для связи с администратором в описании канала (например, дать ссылку на личный аккаунт или бот).

– *Использование ботов*: способствует автоматизации различных задач – получение обратной связи и (или) ответы на часто задаваемые вопросы, ор-

ганизация конкурсов (рис. 6). Боты могут взаимодействовать с подписчиками в личных сообщениях. Это ключевая функция для контроля обсуждения и поддержания порядка на канале.

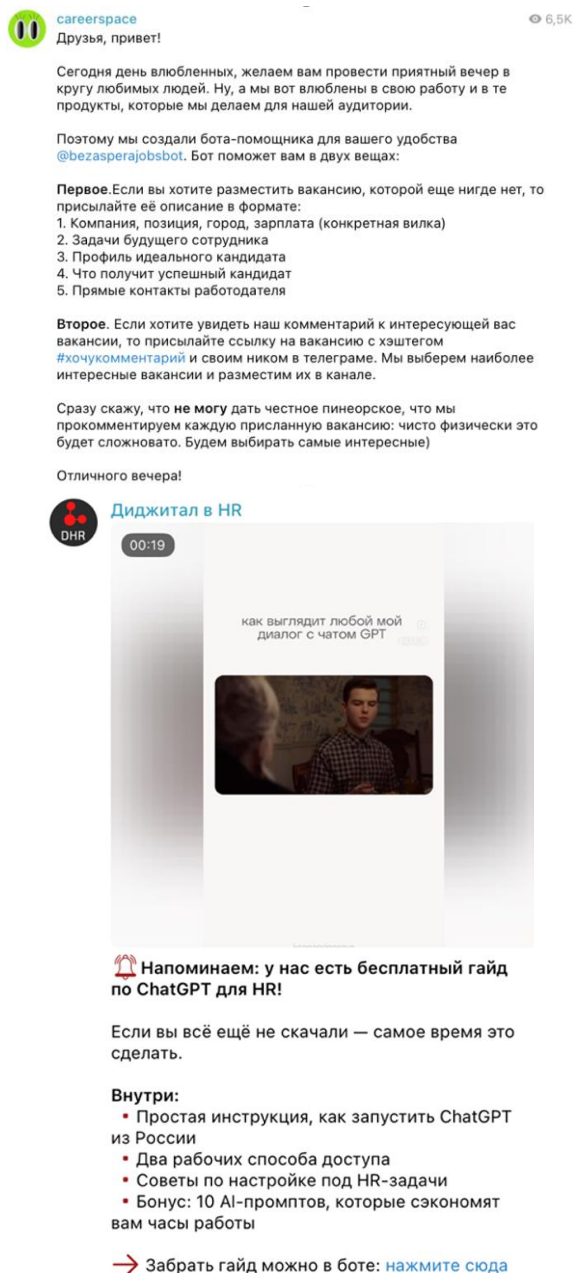


Рис. 6. Использование ботов в телеграм-постах

### Коммуникативные функции телеграм-каналов

Telegram-каналы, посвященные трудоустройству, выполняют ряд коммуникативных функций, направленных на информирование, вовлечение и поддержку аудитории. Они создают уникальную среду, способствующую профессиональному развитию и формированию сообщества пользователей.

Функция *информирования* предполагает предоставление актуальной информации о рынке труда – вакансиях, трендах, рекомендациях экспертов и проч. Функция *обучения* предусматривает передачу знаний и развитие навыков, необходимых для трудоустройства. Многие каналы размещают анонсы IT-курсов, ведут трансляцию образовательных мероприятий, публикуют статьи, новости, результаты исследований, разборы реальных ситуаций или анализ ошибок. Функция *мотивации и поддержки* направлена на побуждение подписчиков к карьерным изменениям, помощь в преодолении профессиональных трудностей и проч. *Вовлечение* предполагает поощрение активного участия пользователей через опросы, викторины и розыгрыши. *Продвижение* предусматривает рекламу услуг, брендов или мероприятий, связанных с трудоустройством, а также продвижение самого канала через анонсы и отчеты о событиях. Функция *развлечения* предполагает создание позитивной атмосферы с помощью мемов и юмористического контента, например, постов о курьезах на собеседованиях.

Многие телеграм-посты выполняют одновременно несколько функций, например, вовлечение и развлечение (рис. 7) или информирование, обучение и поддержка (рис. 8).



Рис. 7. Шутливый пост-опрос с каламбуром

## Как перейти из госкомпании в бизнес

В последнее время нас часто спрашивают о том, как совершить такой переход, если опыта работы в других компаниях нет и не очень понятно, какие навыки могут пригодиться в новой сфере.

💡 Советами поделился [Дмитрий Цымбал](#), Agile Coach в Сбер.

Больше про развитие карьеры читайте в тг-канале Димы →  
[https://t.me/dmitriy\\_tsymbol](https://t.me/dmitriy_tsymbol)

Подготовиться к любым карьерным переменам можно с Эйч.  
Записывайтесь на консультацию на сайте → [h.careers](#)



Рис. 8. Многофункциональный пост (канал «Эйч»)

Названные функции взаимосвязаны: информирование и обучение формируют экспертность, вовлечение и развлечение укрепляют лояльность, а продвижение и поддержка усиливают взаимодействие с аудиторией.

## Особенности дискурса трудоустройства в Telegram

Проведенный анализ выявил ряд особенностей дискурсивного пространства трудоустройства в Telegram, которые формируются под влиянием цифровой среды, ценностей поколения Z и современных тенденций в коммуникации. Рассмотрим их подробнее.

**Интердискурсивность.** Эта особенность подтверждается проникновением в дискурс трудоустройства элементов других дискурсов, в частности, психоанализа, поп-культуры, эзотерики, что создает гибридный формат коммуникации, например:

- «Консультации с психологом, групповые онлайн-тренировки, сессии телесной терапии» (соцпакет к вакансии, канал «Норм работа»);
- «Вместе с Эйч исследуем карьерные фобии» (канал «Эйч»);
- «Мы – лидеры в аутсорсе экспертов по эзотерике: таро, руны, медитации и т.д.» (описание компании-работодателя, канал «Воркзавр»).

**Сегментированность.** Дискурс трудоустройства в телеграм-каналах структурируется по узким нишам и профессиональным сферам, что делает его более таргетированным и удобным для аудитории, например:

- рубрикатор вакансий – «Начинающим коллегам», «Лучшие вакансии недели», «Подборка на удалёнку», «Подборка с крутыми плюшками» (СЕТИ – IT & Digital вакансии);

- специализированные каналы – «Первый о госслужбе», «Вакансии в образовании», «*Polit.Job | Карьерный центр*», «Вакансии для моряков»;
- работа в узких областях – «Разработчик чат-бота в Telegram», «Редактор tg-канала про LLM», «Менеджер для ответов в Инстаграм и WhatsApp», «Работа для копирайтера без опыта», «Python – вакансии и стажировки», «Data Science Jobs»;
- работа в конкретных локациях – «Работа в СПб | Санкт-Петербурге», «Грузчики Новосибирск Работа Нск», «Работа в Могилеве», «РАБОТА САХАЛИН», «Работа Краснодар и Край», «Работа в Испании»;
- разные форматы работы: «Удаленка IT – IT и Digital», «На фрилансе: Работа | Вакансии», «Вахтовик • Работа вахтой»;
- работа в конкретных компаниях: «Карьера в Сбере!», «Т-Банк: работа с клиентами», «Авито работа», «Работа в Правительстве Москвы», «Работа в Норникеле».

– Крупные рекрутинговые платформы нередко создают несколько каналов для общения с разной целевой аудиторией – соискателями вакансий, эйчарами и др. Например, компания HeadHunter ведет несколько телеграм-каналов: «*hh robot*», «*hh.ru для HR*», «*hh.ru для HR ЮФО и СКФО*» или «*hh.ru для HR Черноземья*».

**Жанровая диверсификация.** Жанровая палитра телеграм-каналов о карьере характеризуется высокой диверсификацией и гибридностью, совмещающая элементы информирования, обучения, развлечения и коммуникации. На основе доминирующей коммуникативной функции в материалах выборки можно выделить несколько жанровых групп.

*Информационно-аналитические* жанры выполняют функцию информирования и ориентации в профессиональном поле. К ним можно отнести новостные посты/дайджесты с оперативной информацией об изменениях в трудовом законодательстве, трендах рынка труда, деятельности крупных компаний; аналитические заметки, содержащие разбор ситуаций на рынке, прогнозы, статистические сводки; анонсы с информацией о предстоящих событиях (вебинарах, мастер-классах, ярмарках вакансий).

Основная функция *образовательно-инструктивных* жанров – формирование навыков и передача экспертного знания. Данная группа включает инструкции и пошаговые руководства (например, по составлению резюме, сопроводительного письма, прохождению собеседования); образовательные посты/мини-лекции, содержащие теоретический материал о необходимых навыках, моделях карьерного роста и проч.; текстовые или мультимодальные адаптации ключевых идей с вебинаров, книг, статей по теме и др.

*Дискуссионно-коммуникативные* жанры выполняют функцию вовлечения аудитории и создания сообщества. Сюда можно отнести рубрику «вопрос-ответ» (Q&A), где подписчики задают вопросы, а автор или приглашённый эксперт дают ответы, а также открытое обсуждение (инициированный автором или подписчиком тред для обмена мнениями по спорной или

актуальной теме) и опрос – инструмент для сбора мнений, активации аудитории и получения обратной связи.

*Презентационно-мотивационные жанры* служат целям саморепрезентации, построения доверия, повышения мотивации. Они включают истории успеха (нарративы о личном опыте трудоустройства, карьерном переходе, преодолении трудностей), экспертное мнение (авторский текст, утверждающий компетентность создателя канала через демонстрацию глубины понимания проблематики), а также интервью – диалог с представителем работодателя, HR-специалистом или успешным профессионалом, служащий одновременно источником информации, экспертной оценки и косвенной рекламы.

Функция *прагматических жанров* – прямая помощь в поиске работы. Это главным образом подборки вакансий, часто структурированные по отраслям, уровням позиций (junior/middle/senior) или форматам работы (удалёнка, офис). Вакансия может быть оформлена как объявление (лаконично) или как дайджест (с комментариями и разъяснениями).

К *креативно-развлекательным* относятся жанры, основная функция которых – эмоциональная разрядка, маркировка групповой принадлежности, вирусное распространение. В нашем материале это прежде всего мем/юмористический скетч – мультимодальный жанр, который через узнаваемые профессиональные ситуации, стереотипы и язык способствует формированию групповой идентичности и косвенной трансляции профессиональных норм и ценностей, формируя границы профессионального сообщества в онлайн-пространстве (рис. 9).

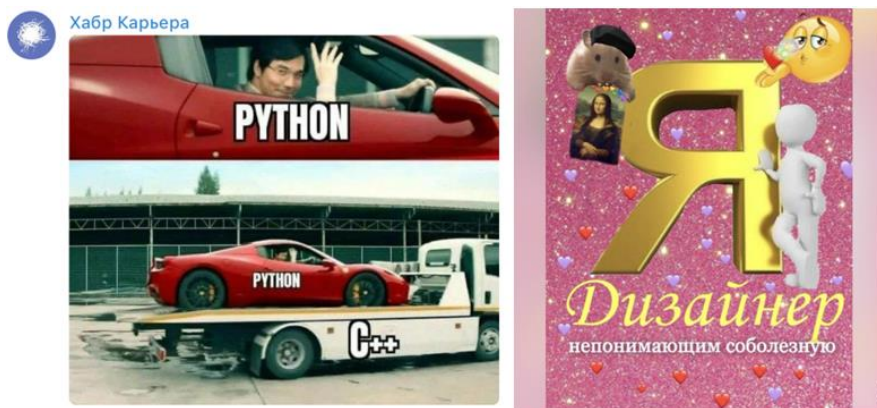


Рис. 9. Юмористические мемы в телеграм-каналах для IT-специалистов и дизайнеров

Telegram-каналы могут сочетать различные жанры, например, публиковать новости и экспертные мнения или сопровождать объявления о вакансиях мемами.

**Иммерсивность.** Если раньше к сайтам по поиску работы обращались, когда в этом возникала необходимость, то теперь, подписавшись на канал,

человек может находиться в дискурсе непрерывно. Постоянное присутствие, эмоционально заряженный контент и вовлекающие форматы создают эффект погружения, повышая вовлеченность.

**Интерактивность.** Телеграм-каналы активно вовлекают аудиторию в коммуникативное взаимодействие через опросы, конкурсы, тесты, комментарии и прямое общение, что усиливает диалогичность дискурса, например:

– «Привет, диджитал HR! Готовы проверить, насколько вы digital в вопросах автоматизации HR-процессов? Перед вами 5 вопросов – выберите один правильный ответ и проверьте, что уже можно смело делегировать технологиям»<sup>1</sup>.

– «А свои любимые фильмы про работу и карьеру оставляйте в комментариях ☞ ☐».

**Коллоквиализация.** Использование неформального языка, сленга, экспрессивных метафор делает дискурс трудоустройства в телеграм-каналах более доступным и близким аудитории, особенно молодёжи. Для постов о работе в телеграм-каналах характерны:

– обращение на ты: «Если ты дико амбициозен и готов разрывать свою мечту – это твой шанс!», «Ты готов к настоящему сражению? Мы ищем настоящего воина продаж, который рвётся в бой!» («Finder.work: работа и вакансии»);

– метафоры и гиперболы: «Космический доход», «Боец-продавец в чатах» («Finder.work: работа и вакансии»);

– стилизация под просторечие: «Так, а чойта вы ещё не подписаны на наши мемы про работу?» («Норм работа»);

– компьютерный жаргон: «Требования: шарить в телеге и на рынке каналов» («Норм работа»), «Дорабатывать и предлагать доработки функционала, фиксить косяки» («Джуниор Вакансии. Стажировки IT»);

– субстандартная лексика: «Совсем нет работы или перебиваешься на подработках на удаленке? А что, если есть выход? Америкосы платят в долларах! Слышал о халявных конкурсах, которые так популярны в америке? Так вот за их организацию можно стабильно зарабатывать 200-300\$ в неделю, главное знать как. Интернет для дебилов объяснит, покажет и расскажет, почему стоит зарабатывать на глупеньких американцах. Любителях халявы. Заходи, пока пиндосы не поняли, что они далеко не самые умные. Нагнем Америку!» («Finder.work: работа и вакансии»).

– разговорные сокращения и транслингвальные каламбуры (рис. 10).

**Психологизация.** Важной частью дискурса трудоустройства в телеграм-каналах является акцент на ментальном здоровье, преодолении страхов и поддержке психологического благополучия сотрудников. Многие компании включают в соцпакет предоставление психологической помощи на рабочем месте и оплату услуг психотерапевта, помогают бороться с карьерными страхами, предлагают психологическую помощь ИИ-ассистентов:

---

<sup>1</sup> Здесь и далее орфография и пунктуация комментариев сохранены.

- «Расширенный ДМС со стоматологией, телемедициной и психологической помощью» («Удаленная работа – Фриланс»);
- «Психотерапия онлайн и оффлайн (50% скидки на сессии)» («Джуниор Вакансии Стажировки IT»);
- «Stamina AI is an AI-based psychologist that specializes in personalized and accessible therapy for anxiety and stress <https://www.stamina.chat>» («Джуниор Вакансии Стажировки IT»).

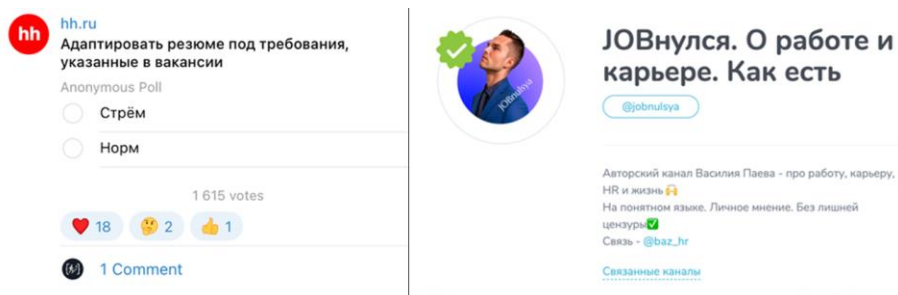


Рис. 10. Сокращения и каламбуры в телеграм-постах о трудоустройстве

**Персонализация.** Дискурс трудоустройства в телеграм-каналах ориентирован на личные потребности, ценности и стиль жизни подписчиков, с акцентом на уникальности и индивидуальном подходе:

- «Оценить себя объективно бывает непросто! Эксперты карьерной поддержки изучат ваш персональный опыт, помогут определить сильные стороны» (канал «careerspace»);
- «Ты сам решаешь, где и когда работать» («Т-Банк»).

**Геймификация.** Внедрение игровых элементов (награды, мерч, тесты) повышает вовлечённость и делает процесс поиска работы более увлекательным:

- «Геймификация с крутыми наградами: редкие серии мерча, гаджеты и другие полезные мелочи». Т-Банк («Удаленная работа – Вакансии»);
- «Бонусы за каждую победу» («Удаленка 2.0 | Finder.work»);
- «За каждую ударную сделку – награды и уважение!» («Finder.work: работа и вакансии»).

Таким образом, цифровая среда влияет на язык, структуру и функции дискурса трудоустройства в Telegram. Телеграм-каналы трансформируют традиционный дискурс, делая его менее формальным и более динамичным, ориентированным на ценности современной аудитории.

### **Телеграм-каналы о трудоустройстве как индикатор ценностных установок и динамики рынка труда**

Анализ телеграм-каналов, где публикуются в том числе объявления о вакансиях, отсутствующие на официальных рекрутерских порталах, позволяет выявить актуальные тренды российского рынка труда. Например, в

постковидный период наблюдается взрывной рост маркетплейсов, таких как Wildberries и Ozon, что увеличивает спрос на работников, занятых не только в доставке и продажах, но и в продвижении товаров через медиа. Речь идет о таких задачах, как написание отзывов, рекомендаций и заполнение карточек товаров. Для этих вакансий не требуется специального образования – достаточно иметь смартфон (рис. 11).



Контент-анализ собранных материалов выявил несколько ключевых тенденций. Прежде всего, это устойчивый *спрос на удаленные форматы работы*, что отражает глобальную трансформацию рынка труда после пандемии и развитие IT-сектора, где удаленная занятость стала стандартом. Еще один заметный тренд – *акцент на ментальном здоровье*. Забота о психологическом благополучии сотрудников свидетельствуют о растущем внимании к эмоциональному интеллекту, стрессоустойчивости и другим «мягким навыкам» (рис. 12).



Если вас одолевает токсичная продуктивность, помните, что никто не идеален. Вместо самокритики сосредоточьтесь на том, что вы молодец. И помните, что лучшее - враг хорошего ♥

Рис. 12. Пост психологической поддержки (канал «Аптуми»)

Многие компании включают в соцпакет оплату услуг психолога/психотерапевта: «Компенсирuem: ДМС, психотерапию или иностранные языки, занятия спортом и больничные» (Aviasales). Частое использование слова «вайб» указывает на повышение значимости корпоративной культуры как конкурентного преимущества: работодатели стремятся создать уникальную атмосферу, чтобы привлечь молодую аудиторию, в частности, миллениалов и поколение Z, которые доминируют в телеграм-каналах. Для современной молодежи важны гибкость, технологичность и осмысленность работы – телеграм-дискурс трудоустройства отражает эти предпочтения. Здесь также сосуществуют противоположные нарративы: стремление к легкости и минимальной нагрузке соседствует с амбициями к высоким доходам и карьерному росту. Эти установки формируют новые стандарты на рынке труда.

Telegram становится зеркалом ценностей молодой аудитории, среди которых глобализация и космополитизм, комфорт и психологическое благополучие, гибкость и мобильность, гедонизм, индивидуальность и самореализация. Об ориентации на глобальную культуру, стремлении к интеграции в глобальный рынок труда и желании соответствовать мировым трендам свидетельствуют широкое использование англицизмов («вайб», «well-being», «work-life balance», «мэтч», «лиды», «буст», «ред/грин флаг» и проч.). Акцент на психотерапии и эмоциональном комфорте свидетельствует о желании молодежи работать в среде, минимизирующей стресс и поддерживающей ментальное здоровье (адекватное руководство, отсутствие карьерной гонки, стремление найти себя/своих и делать любимую работу). Внимание к психологии и личностному росту показывает, что работа

рассматривается как пространство для реализации амбиций, а не только как источник дохода. Популярность удаленной работы отражает ценность автономии, возможности самостоятельно выстраивать рабочий график и сочетать работу с личной жизнью, что соответствует тренду на фриланс и цифровое кочевничество. Высокая доля развлекательного контента подчеркивает восприятие работы как части образа жизни, приносящей удовольствие.

Дискурс трудоустройства в телеграм-каналах не только отражает текущие изменения на рынке труда, но и формирует новые ожидания. Он влияет на поведение соискателей, которые ищут гибкость и комфорт, и работодателей, адаптирующихся к этим запросам через соцпакеты и корпоративную культуру. Анализ телеграм-дискурса трудоустройства показывает, как глобальные тренды – удаленная работа, забота о ментальном здоровье, фокус на индивидуальности и т.п. – локализуются в российском контексте, формируя будущее трудовых отношений.

### ***Дискурс трудоустройства в Telegram как транслингвальное и транскультурное пространство***

Дискурс российских телеграм-каналов о трудоустройстве представляет собой уникальное пространство, где границы между русским и английским языками, а также между глобальными и локальными культурными кодами часто оказываются размытыми. В текстах постов, мемах и видеоконтенте переплетаются элементы серьезного и комичного, прошлого и настоящего, русского и англофонного, что способствует созданию многослойного коммуникативного пространства. Администраторы каналов комбинируют эти элементы, чтобы привлечь внимание аудитории и вызвать эмоциональный отклик у подписчиков.

Транслингвизм (практика использования двух или нескольких языков в рамках одной коммуникативной ситуации) и транскультурализм (процесс взаимопроникновения и ассимиляции культурных элементов) в различных дискурсах проявляются по-разному [20–23]. Транскультурный характер дискурса трудоустройства в Telegram обнаруживается, например, в неожиданных ироничных мемах, где элементы западной корпоративной культуры переплетаются с русскими образами и символами советской эпохи. Например, мем, где старец в древнерусской одежде предостерегает от разогрева рыбы в офисной микроволновке (рис. 13), сталкивает формат архаичного поверья с типичной ситуацией современного офиса, иронизируя над популярностью примет и суеверий у современной молодежи. Еще один яркий пример – мем, где англицизмы («синьоры», «мидлы», «джуны»<sup>1</sup>) используются для описания людей, собравшихся за столом на майские праздники (рис. 14). Соседство символов советского прошлого (скромная еда и одежда, кепка и рабочий комбинезон, каска сталевара и трубы завода) с надписью,

---

<sup>1</sup> В мире IT-индустрии разработчики делятся на три основных уровня: джуниоры (Junior), мидлы (Middle) и синьоры (Senior). Эти три уровня обычно отличаются опытом, уровнем знаний и навыков, а также ответственностью и уровнем заработной платы.

содержащей профессиональные термины-англицизмы из IT-сферы, создает контраст между локальным прошлым и глобальным настоящим.



Рис. 13. Локальное прошлое и глобальное настоящее в меме канала «careerspace»



Рис. 14. Символика советского прошлого и современные англицизмы в меме о майских праздниках («careerspace»)

Транслингвальный аспект анализируемого дискурса проявляется в активном использовании англицизмов, которые пронизывают как названия каналов, так и содержание постов. Из 220 каналов, посвященных трудоустройству в IT-сфере, 94 канала (43%) используют в названиях только английские слова («DevOps/SFR\_Jobs», «Remote IT (inflow)», «MachineLearning Jobs»), 100 каналов (45%) сочетают русский и английский языки («Project Jobs – вакансии и аналитика», «Yandex Team нанимает аналитиков»), а 26 каналов (12%) содержат транслитерированные терминологические заимствования («Вакансии по пентестингу и кибербезопасности», «Работа – фронтэнд»). В названиях каналов из других профессиональных областей наряду с английскими словами («Finder.work») и транслитерированными англицизмами («Аптуми») встречаются креативные англо-русские гибриды («Воркзавр», «Больше джобсов», «Юворк»).

В телеграм-постах англицизмы выполняют различные функции. Английские слова-термины и прямые заимствования (*лексические англицизмы*) – «Performance Review», «one-on-one встречи», «SMM-lead», «no code», пентестинг и др. – используются для обозначения профессиональных понятий, не имеющих точных эквивалентов в русском языке. Они выполняют терминологическую функцию, подчеркивая технологичность и профессионализм, а также статусную функцию, создавая имидж продвинутого профессионала и (или) современной компании. Компактность английских терминов также способствует экономии языковых средств, что особенно важно для кратких постов в Telegram. *Кальки* – «гибридный формат работы» (от hybrid work format) или «карьерный рост» (от career growth) – адаптируют иноязычные концепты к русскоязычному контексту, сохраняя их оригинальный смысл. Они модернизируют дискурс, приближая его к международным стандартам, и упрощают восприятие для русскоязычной аудитории. *Гибриды* типа «комьюнити-менеджер» или «микроменеджмент» интегрируют английские концепты в русскую языковую систему, делая их более привычными. *Сокращения и аббревиатуры* – «B2B SALES», «LLM» – индексируют профессиональную идентичность, создавая инсайдерский код и подчеркивая принадлежность к определенной профессиональной среде. Они также экономят пространство в текстах. *Стилистические англицизмы* – слова и выражения типа «Энджой!», «Вайб молодости и веселья» – добавляют тексту эмоциональной выразительности и неформальности, создавая атмосферу, близкую молодежной аудитории.

Таким образом, дискурс трудоустройства в Telegram-каналах формирует уникальное транслингвальное и транскультурное пространство, где глобальные и локальные элементы, современные и исторические образы, русский и английский языки переплетаются, создавая новые смыслы и культурные коды. Это не только отражает сложность современного культурного ландшафта, но и способствует критической рефлексии над глобализацией и поиском новых форм идентичности в профессиональной среде.

## **Заключение**

Проведенное исследование выявило ключевые лингвистические и коммуникативные особенности дискурса трудоустройства в российских телеграм-каналах, подчеркивающие их уникальность как нового измерения профессиональной коммуникации. Каналы о работе и карьере создаются как крупными компаниями и профессиональными структурами, так и частными энтузиастами. Каждый из них предлагает уникальный контент (текстовый, визуальный, смешанный), формируя разнообразный и динамичный дискурс, ориентированный на потребности соискателей и работодателей.

Telegram-каналы создают интерактивное мультимодальное пространство, которое существенно отличается от традиционных рекрутинговых платформ. Его основные характеристики включают интердискурсивность, проявляющуюся в проникновении элементов поп-культуры, психоанализа и эзотерики; сегментацию по профессиональным нишам и регионам; жанровую систему, синтезирующую информационный, образовательный, мотивационный и развлекательный контент, а также такие признаки, как иммерсивность, интерактивность, коллоквиализацию, визуализацию, психологизацию, персонализацию и геймификацию. Эти черты делают дискурс трудоустройства в Telegram более доступным, эмоционально насыщенным и ориентированным на ценности современной молодежи, для которой важны гибкость, ментальное здоровье и самореализация.

Telegram-каналы выступают индикатором актуальных трендов рынка труда, таких как рост популярности удаленной работы, акцент на психологическом благополучии и комфорте, значимость корпоративной культуры для привлечения сотрудников. Коммуникативный репертуар участников дискурса включает как русский, так и английский языки, что позволяет гибко выбирать средства для достижения коммуникативных целей, часто развлекательных – создания шуточной и непринужденной атмосферы. Англицизмы в телеграм-каналах трудоустройства выполняют несколько ключевых функций: модернизируют и глобализируют язык, подчеркивая связь с международными трендами; привлекают целевую аудиторию, особенно молодежь; конструируют профессиональную и социальную идентичность коммуникантов, обеспечивают эмоциональную и стилистическую выразительность, способствуют экономии языковых средств. Таким образом, дискурс трудоустройства в Telegram формирует коммуникативное пространство, где переплетаются глобальные и локальные культурные коды, а использование англицизмов, сленга и визуальных элементов усиливает их привлекательность для молодежной аудитории.

Telegram-каналы не только отражают изменения в профессиональной коммуникации, но и активно формируют новые ожидания соискателей и работодателей, адаптируясь к цифровой среде и глобальным трендам. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение влияния этого дискурса на эволюцию HR-практик в условиях цифровизации.

**Список источников**

1. *TGStat*. Каталог Telegram-каналов и чатов. Вакансии. URL: <https://tgstat.ru/tag/vacancies> (дата обращения: 22.07.2025).
2. *LiveInternet*. Статистика сайта HeadHunter. URL: <https://www.liveinternet.ru/stat/HeadHunter/index.html> (дата обращения: 26.07.2025).
3. Кушнерук С.Л. Telegram как социально-политическое и языковое явление: география и проблематика новейших исследований // Политическая лингвистика. 2023. № 4 (100). С. 12–24.
4. Rémi A. From criticism to conspiracies: The populist discourse of COVID-19 sceptics in Germany's Querdenken community on Telegram // *Discourse and Society*. 2024. Vol. 35 (1). P. 3–26. doi: 10.1177/09579265231191971
5. Boumechaal S., Sharoff S. Attitudes, communicative functions, and lexicogrammatical features of anti-vaccine discourse on Telegram // *Applied Corpus Linguistics*. 2024. Vol. 4 (2). P. 1–9. doi: 10.1016/j.acorp.2024.100095
6. Boussalis C., Craig C., Rudkin A.F. Collective victimhood narratives in far-right communities on Telegram // *Information, Communication & Society*. 2024. Vol. 28 (8). P. 1407–1424. doi: 10.1080/1369118X.2024.2391815
7. Jones C., Roberts S., Robards B. White Warriors and Weak Women: Identifying Central Discourses of Masculinity in Neo-Nazi Telegram Channels // *Studies in Conflict & Terrorism*. 2024. P. 1–26. doi: 10.1080/1057610X.2024.2318813
8. Malini F., Sodr e F., Cavalini A., Herkenhoff G., Goveia. F. Five Patterns of Vaccine Misinformation on Telegram. In: Aiello, L.M., Chakraborty, T., Gaito, S. (eds) *Social Networks Analysis and Mining. ASONAM 2024. Lecture Notes in Computer Science*. Vol. 15213. Springer, Cham. doi: 10.1007/978-3-031-78548-1\_15
9. Шуйская Ю.В. Лингвистические особенности дискурса телеграм-каналов как нового типа медиа // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6: Языкознание. 2023. № 3. С. 45–57. doi: 10.31249/ling/2023.03.03
10. Куликова В.А. Влияние передачи информации на языковые особенности медиадискурса: сопоставление Telegram-каналов и сайтов СМИ // *Язык – речь – текст в Интернет-коммуникации*. Н. Новгород : Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2023. С. 56–63.
11. Кушнерук С.Л. Телеграм-дискурс как порождение цифровой экосистемы: визуализация формата // *Terra Linguistica*. 2024. № 15 (2). С. 85–91. doi: 10.18721/JHSS.15208
12. Кушнерук С.Л. Фреймирование предвыборной политической ситуации в дискурсе телеграм-канала // *Медиалингвистика*. 2022. № 9 (3). С. 220–236. doi: 10.21638.spbu.22.2022.304
13. Фирсова Т.Г., Коцеева О.В. Жанровое своеобразие официальных телеграм-каналов высших учебных заведений // *Жанры речи*. 2024. Т. 19, № 4 (44). С. 368–384. doi: 10.18500/2311-0740-2024-19-4-44-368-384
14. Эшкинина У.Ю. Спортивные каналы в Telegram: жанры, темы и форма публикаций // *Вестник НГУ. Серия: История, филология*. 2024. № 23 (6). С. 89–97. doi: 0.25205/1818-7919-2024-23-6-89-97
15. Дускаева Л.Р., Иванова Л.Ю. Лингвокреативность в создании паратекста телеграм-канала // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023. № 20 (1). С. 40–60. doi: 10.21638/spbu09.2023.103
16. Борботько Л.А. Телеграм-канал о театре как креативный инструмент самоидентификации критика // *Terra Linguistica*. 2024. № 15 (4). С. 19–33. doi: 10.18721/JHSS.15402
17. *TGStat*. Каталог Telegram-каналов и чатов: Карьера. URL: <https://tgstat.ru/career> (дата обращения: 24.07.2025).

18. VC 220 чатов и каналов в Telegram с вакансиями для ИТ-специалистов. VC. URL: <https://vc.ru/id1553412/642591-220-chatov-i-kanalov-v-telegram-s-vakansiyami-dlya-it-specialistov> (дата обращения 20.07.2025)

19. VC Аналитика Телеграм каналов – ТОП-20 сервисов и ботов для анализа ТГ каналов. VC. URL: <https://vc.ru/telegram/1461828-analitika-telegramm-kanalov-top-20-servisov-i-botov-dlya-analiza-tg-kanalov> (дата обращения: 20.07.2025).

20. Gritsenko E., Aleshinskaya E. English in Russian Musical Reviews // World Englishes. 2023. Vol. 42 (2). P. 214–229. doi: 10.1111/weng.12528

21. Gritsenko E.S., Alikina A. English in the Russian-based recruitment discourse // Russian Journal of Linguistics. 2020. № 24 (3). P. 669–686. doi: 10.22363/2687-0088-2020-24-3-669-686

22. Gritsenko E.S., Laletina A.O. Transgressive Russianness: Claiming authenticity in the Russian woman assemblage // Russian Journal of Linguistics. 2023. Vol. 27 (1). doi: 10.22363/2687-0088-31179

23. Wei L. Translanguaging as a Practical Theory of Language // Applied Linguistics. 2017. Vol. 39 (1). P. 9–30. doi: 10.1093/applin/amx039

### References

1. TGStat. (2025) *Katalog Telegram-kanalov i chatov. Vakansii* [Catalog of Telegram Channels and Chats. Vacancies]. [Online] Available from: <https://tgstat.ru/tag/vacancies> (Accessed: 22.07.2025).

2. LiveInternet. (2025) *Statistika sayta HeadHunter* [Statistics of the HeadHunter website]. [Online] Available from: <https://www.liveinternet.ru/stat/HeadHunter/index.html> (Accessed: 26.07.2025).

3. Kushneruk, S.L. (2023) Telegram kak sotsial'no-politicheskoye i yazykovoye yavleniye: geografiya i problematika novyshikh issledovaniy [Telegram as a socio-political and linguistic phenomenon: geography and issues of the latest research]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 4 (100). pp. 12–24.

4. Rémi, A. (2024) From criticism to conspiracies: The populist discourse of COVID-19 sceptics in Germany's Querdenken community on Telegram. *Discourse and Society*. 35 (1). pp. 3–26. doi: 10.1177/09579265231191971

5. Boumechaal, S. & Sharoff, S. (2024) Attitudes, communicative functions, and lexicogrammatical features of anti-vaccine discourse on Telegram. *Applied Corpus Linguistics*. 4 (2). pp. 1–9. doi: 10.1016/j.acorp.2024.100095

6. Boussalis, C., Craig, C. & Rudkin, A.F. (2024) Collective victimhood narratives in far-right communities on Telegram. *Information, Communication & Society*. 28 (8). pp. 1407–1424. doi: 10.1080/1369118X.2024.2391815

7. Jones, C., Roberts, S. & Robards, B. (2024) White Warriors and Weak Women: Identifying Central Discourses of Masculinity in Neo-Nazi Telegram Channels. *Studies in Conflict & Terrorism*. pp. 1–26. doi: 10.1080/1057610X.2024.2318813

8. Malini, F., Sodrè, F., Cavalini, A., Herkenhoff, G. & Goveia, F. (2024) Five Patterns of Vaccine Misinformation on Telegram. In: Aiello, L.M., Chakraborty, T. & Gaito, S. (eds) *Social Networks Analysis and Mining. ASONAM 2024*. Lecture Notes in Computer Science. Vol. 15213. Cham: Springer. doi: 10.1007/978-3-031-78548-1\_15

9. Shuyskaya, Yu.V. (2023) Lingvisticheskiye osobennosti diskursa telegram-kanalov kak novogo tipa media [Linguistic features of the discourse of telegram channels as a new type of media]. *Sotsial'nyye i gumanitarnyye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: Yazykoznanie*. 3. pp. 45–57. doi: 10.31249/ling/2023.03.03

10. Kulikova, V.A. (2023) Vliyaniye peredachi informatsii na yazykovyye osobennosti mediadiskursa: sopostavleniye Telegram-kanalov i saytov SMI [The influence of information transmission on the linguistic features of media discourse: a comparison of Telegram channels

and media websites]. In: *Yazyk – rech' – tekst v Internet-kommunikatsii* [Language – Speech – Text in Internet Communication]. Nizhny Novgorod: Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod. pp. 56–63.

11. Kushneruk, S.L. (2024) Telegram-diskurs kak porozhdeniye tsifrovoy ekosistemy: vizualizatsiya formata [Telegram discourse as a generation of the digital ecosystem: visualization of the format]. *Terra Linguistica*. 15 (2). pp. 85–91. doi: 10.18721/JHSS.15208

12. Kushneruk, S.L. (2022) Freymirovaniye predvybornoy politicheskoy situatsii v diskurse telegram-kanala [Framing the pre-election political situation in the discourse of a telegram channel]. *Medialingvistika – Media Linguistics*. 9 (3). pp. 220–236. doi: 10.21638.spbu.22.2022.304

13. Firsova, T.G. & Koshcheyeva, O.V. (2024) Zhanrovoye svoeyebraziye ofitsial'nykh telegram-kanalov vysshikh uchebnykh zavedeniy [Genre originality of official telegram channels of higher educational institutions]. *Zhanry rechi – Speech Genres*. 19 (4 (44)). pp. 368–384. doi: 10.18500/2311-0740-2024-19-4-44-368-384

14. Eshkinina, U.Yu. (2024) Sportivnyye kanaly v Telegram: zhanry, temy i forma publikatsiy [Sports channels in Telegram: genres, topics and format of publications]. *Vestnik NGU. Seriya: Istoriya, filologiya*. 23 (6). pp. 89–97. doi: 10.25205/1818-7919-2024-23-6-89-97

15. Duskayeva, L.R. & Ivanova, L.Yu. (2023) Lingvokreativnost' v sozdanii parateksta telegram-kanala [Linguistic creativity in creating the paratext of a telegram channel]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura*. 20 (1). pp. 40–60. doi: 10.21638/spbu09.2023.103

16. Borbot'ko, L.A. (2024) Telegram-kanal o teatre kak kreativnyy instrument samoidentifikatsii kritika [A Telegram channel about theatre as a creative tool for a critic's self-identification]. *Terra Linguistica*. 15 (4). pp. 19–33. doi: 10.18721/JHSS.15402

17. TGStat. (2025) *Katalog Telegram-kanalov i chatov: Kar'yera* [Catalog of Telegram Channels and Chats: Career]. [Online] Available from: <https://tgstat.ru/career> (Accessed: 24.07.2025).

18. VC. (2025) *220 chatov i kanalov v Telegram s vakansiyami dlya IT-spetsialistov* [220 chats and channels on Telegram with vacancies for IT specialists]. VC. [Online] Available from: <https://vc.ru/id1553412/642591-220-chatov-i-kanalov-v-telegram-s-vakansiyami-dlya-it-specialistov> (Accessed: 20.07.2025).

19. VC. (2025) *Analitika Telegram kanalov – TOP-20 servisov i botov dlya analiza TG kanalov* [Analytics of Telegram channels – TOP-20 services and bots for analyzing TG channels]. VC. [Online] Available from: <https://vc.ru/telegram/1461828-analitika-telegramm-kanalov-top-20-servisov-i-botov-dlya-analiza-tg-kanalov> (Accessed: 20.07.2025).

20. Gritsenko, E. & Aleshinskaya, E. (2023) English in Russian Musical Reviews. *World Englishes*. 42 (2). pp. 214–229. doi: 10.1111/weng.12528

21. Gritsenko, E.S. & Alikina, A. (2020) English in the Russian-based recruitment discourse. *Russian Journal of Linguistics*. 24 (3). pp. 669–686. doi: 10.22363/2687-0088-2020-24-3-669-686

22. Gritsenko, E.S. & Laletina, A.O. (2023) Transgressive Russianness: Claiming authenticity in the Russian woman assemblage. *Russian Journal of Linguistics*. 27 (1). doi: 10.22363/2687-0088-31179

23. Wei, L. (2017) Translanguaging as a Practical Theory of Language. *Applied Linguistics*. 39 (1). pp. 9–30. doi: 10.1093/applin/amx039

#### **Информация об авторах:**

**Гриценко Е.С.** – д-р филол. наук, профессор, профессор кафедры английского языка № 3 МГИМО МИД России (Москва, Россия). E-mail: elena.s.gritsenko@gmail.com

**Аликина А.В.** – канд. филол. наук, доцент департамента английского языка Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Нижний Новгород, Россия). E-mail: avalikina@hse.ru

*Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.*

***Information about the authors:***

**E.S. Gritsenko**, Dr. Sci. (Philology), full professor, professor, MGIMO University (Moscow, Russian Federation). E-mail: elena.s.gritsenko@gmail.com

**A.V. Alikina**, Cand. Sci. (Philology), associate professor, HSE University (Nizhny Novgorod, Russian Federation). E-mail: avalikina@hse.ru

***The authors declare no conflicts of interests.***

*Статья поступила в редакцию 03.08.2025;  
одобрена после рецензирования 26.12.2025; принята к публикации 23.01.2026.*

*The article was submitted 03.08.2025;  
approved after reviewing 26.12.2025; accepted for publication 23.01.2026.*