

*На правах рукописи*

**Тойкина Ольга Владимировна**

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ  
АСПЕКТЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО  
ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА  
В ЖАНРЕ РЕЗЮМЕ**

специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Ижевск – 2014

Работа выполнена  
в ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
*Зеленина Тамара Ивановна*

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор  
*Мишланова Светлана Леонидовна* (Пермь);  
кандидат филологических наук, доцент  
*Бубекова Лариса Борисовна* (Елабуга)

Ведущая организация: Северодвинский филиал Северного (Арктического)  
федерального университета им. М. В. Ломоносова  
(Северодвинск)

Защита состоится 4 февраля 2015 г. в 15 часов на заседании диссертационного совета Д 212.275.06 при ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» по адресу: 426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 1, к. 003.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» и на сайте УдГУ: <http://udsu.ru>.

Автореферат разослан «    » декабря 2015 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук,  
доцент

О. Б. Стрелкова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Реферируемая работа посвящена изучению лингвокультурологических аспектов институционального делового дискурса в текстах резюме.

**Актуальность исследования** обусловлена вовлечением в процесс деловой коммуникации все большего количества людей. В условиях рыночной экономики каждый член общества является участником рынка труда, специфика которого видится через призму культурных, экономических, социально-исторических особенностей развития общества. Процесс глобализации значительно усложняет способы взаимодействия участников рынка труда, так как предполагает вовлечение в деловую коммуникацию представителей различных культур. Поэтому актуальным становится изучение вербальных особенностей ментальной репрезентации знаний в ситуации трудоустройства, обусловленных ценностно-познавательной спецификой языковой картины мира.

**Объектом** исследования выступает институциональный деловой дискурс как сфера языка в социально опосредованной деятельности человека, отражающая ценностно-смысловые установки национальной культуры.

**Предметом** исследования является жанр резюме институционального делового дискурса в немецкой и русской лингвокультурах.

**Цель работы** – выявление лингвокультурологических аспектов жанра резюме, обусловленных спецификой институционального делового дискурса.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. изучить лингвокультурологические аспекты институционального делового дискурса и его социальную природу, предопределенную особенностями деловой коммуникации в различных лингвокультурах;
2. с учетом существующих способов систематизации жанровых форм обосновать место резюме в системе речевых жанров институционального делового дискурса;

3. рассмотреть аксиологические установки институционального делового дискурса и жанра резюме;
4. выявить специфику жанра резюме, обусловленную особенностями исторического развития социальных институтов общества, в международном деловом дискурсе на современном этапе;
5. проанализировать способы языковой репрезентации лингвокультурных особенностей резюме.

**Материалом** для исследования послужили тексты электронных резюме на немецком (1000 резюме) и русском (1000 резюме) языках, собранные методом сплошной выборки в 2009–2014 гг. с наиболее популярных немецких и российских сайтов по трудоустройству, таких как [www.meinestadt.de](http://www.meinestadt.de), [www.stellenmarkt.de](http://www.stellenmarkt.de), [www.arbeit24.de](http://www.arbeit24.de), [www.rabota.ru](http://www.rabota.ru), [www.job.ru](http://www.job.ru), <http://izhevsk.roswork.ru>. В ходе анализа использовались информационные материалы британских, американских, испанских и французских рекрутинговых агентств <http://www.kellyservices.com>, <http://jobsearch.com>, <http://www.web-emprego.com>, <http://www.frajob.fr>, а также данные опроса информантов – составителей резюме: носителей немецкого и испанского языков и работодателей: носителей русского языка.

**Теоретико-методологической базой** диссертации послужили исследования отечественных и зарубежных ученых в области лингвокультурологии (В. И. Карасик 2002; Е. М. Верещагин 1980; В. Г. Костомаров 1980; В. А. Маслова 2004; Н. Ф. Алефиренко 2010; С. Г. Тер-Минасова 2004; С. Г. Воркачев 2003; В. В. Колесов 2001; Ю. С. Степанов 2004; А. Thomas 2005); теории речевых жанров (М. М. Бахтин 1996; В. В. Дементьев 2010; М. Н. Кожина 1999; Т. В. Шмелева 1997; А. Вежбицкая 1997; Г. Г. Слышкин 2004; К. Baumann 1996; L. Hoffman 1976); теории дискурса (Н. Д. Арутюнова 1999; М. Л. Макаров 2003; А. А. Кибрик 2009; Н. Г. Манаенко 2009; М. Ю. Олешков 2009; О. Г. Ревзина 2005; Т. А. Ширяева 2008; А. Н. Приходько 2009; М. Фуко 1996; Т. Ван Дейк 2002; N. Fairclough 2003); прикладной лингвистики (А. Н. Баранов 2007; М. М. Субботин 1994; Н. Н. Леонтьева 2006).

Научная **новизна** работы заключается в том, что впервые предпринята попытка лингвокультурологического анализа дискурсивных особенностей жанра резюме, выявлены и проанализированы универсальные и национально-культурные характеристики жанра резюме в институциональном деловом дискурсе различных лингвокультур, охарактеризованы лингвокультурные аспекты жанра резюме, описаны лингвокультурные и социальные особенности самопрезентации авторов резюме на немецком и русском языках.

**Теоретическая значимость** исследования определяется тем, что его выводы вносят вклад в дальнейшее развитие лингвокультурологии, теории и методологии дискурса, теории речевых жанров: представляют системный анализ взаимоотношений теоретических понятий «культура» – «дискурс» – «жанр»; расширяют представления о целостной языковой немецкой и русской картинах мира; выявляют языковые особенности дискурсивного речевого поведения участников ситуации трудоустройства в различных лингвокультурах; определяют положение жанра резюме в иерархии дискурсивной системности; способствуют становлению единой дискурсивной модели речевого жанра.

**Практическая ценность** исследования заключается в возможности использования результатов работы в общих и специальных курсах по проблемам лингвокультурологии, лингвистики текста, жанроведения, социолингвистики, теории коммуникации, документной лингвистики, в практике преподавания немецкого и русского языков. Высокой практической значимостью работы является и направленность на формирование профессиональных компетенций участников рынка труда, которая реализуется в умении грамотной подготовки резюме в зависимости от лингвокультурной специфики ситуации трудоустройства в каждой из лингвокультур.

Ведущим **методом** исследования является метод дискурсивного анализа, предполагающего интегративный системный подход к анализу языковой формы текста и его коммуникативной функции, включающий в диапазон исследуемых

вопросов лингвистические, психологические, социальные, экономические, исторические и культурные феномены. В работе также используются общенаучный описательно-аналитический метод и частнонаучные методы компонентного, семного, этимологического анализа языковых единиц в тексте. Анализ эмпирических данных осуществляется на основе данных контент-анализа, полученных при помощи программы автоматической обработки текста WordTabulator v.3.5.

Концептуальные идеи диссертационного исследования отражены в следующих **положениях, выносимых на защиту**:

1. Жанр резюме, отражая универсальные параметры институционального делового дискурса, обнаруживает ряд уникальных лингвокультурных характеристик, обусловленных существованием специфической для каждой культуры системы ценностей.
2. Национальные варианты жанра резюме характеризуются особенностями формально-структурной организации текста, а также различными способами формирования смыслового единства, взаимодействие которых обуславливает своеобразие языкового наполнения жанра резюме в каждой из лингвокультур.
3. Семантико-прагматическая специфика жанра резюме определяется особенностями взаимодействия коммуникативных стратегий убеждения и вежливости в каждой из лингвокультур, реализующихся посредством самопрезентации личности автора резюме.
4. Выбор коммуникативной тактики в процессе самопрезентации авторов резюме зависит от социального статуса соискателя.
5. В различных лингвокультурах жанр резюме по-разному развивается в диахронии, что вызвано социально-историческими и экономическими особенностями развития конкретного общества.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения исследования были представлены на международных конференциях и форумах: «Проблемы лингвистики, методики обучения иностранным языкам и литературоведения в свете межкультурной коммуникации», Уфа, 2009; «Актуальные

проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы», Волгоград, 2009; «Языковая система и социокультурный контекст в аспекте когнитивной лингвистики», Чебоксары, 2010; «Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков», Санкт-Петербург, 2013; «Современная лингвистика и исследования ментальности в XXI веке, посвященной 80-летию юбилею проф. В. В. Колесова», Ижевск, 2014; «Сохранения языков и культур», Казань, 2014 и всероссийской конференции с международным участием «Дидактика межкультурной коммуникации в иноязычном образовании: теория и практика», посвященной 75-летию проф. А. Н. Утехиной», Ижевск, 2013.

Основные результаты и положения исследования освещены в 13 статьях, 3 из которых опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК.

Результаты работы обсуждались на заседаниях научной лаборатории «Сопоставительная лингвокультурология и многоязычие» Научно-образовательного центра «Инновационное проектирование в мультилингвальном образовательном пространстве» и на расширенном заседании кафедры немецкой филологии Удмуртского государственного университета.

**Структура работы** определяется поставленной целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, словарей и нормативных документов.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во *введении* представлена характеристика основных параметров исследования: формулируются актуальность и научная новизна, определяются объект, предмет, цель, задачи, методологическая база, материалы и методы исследования, теоретическая и практическая значимость полученных результатов, излагаются положения, выносимые на защиту, описывается структура работы и апробация результатов исследования.

В *первой главе «Теоретические аспекты исследования социальной природы дискурса»* рассматриваются особенности системы культурных ценностей, определяющих национально-культурную специфику социального взаимодействия в обществе. Описываются основные положения теории дискурса, типологии дискурсивных исследований, метода дискурс-анализа. Определяется понятие «жанр резюме» и его место в системе институционального делового дискурса, анализируются основные аксиологические установки делового дискурса и жанра резюме в немецкой и русской лингвокультурах.

Деловая разновидность институционального дискурса представляет собой целенаправленную статусно-ролевою деятельность людей, характерной чертой которой являются деловые отношения во всем их многообразии. Регулятивная функция делового дискурса определяется основной целью общения – получением выгоды. Целенаправленная статусно-ролевая деятельность участников общения регулируется комплексом формальных и неформальных правил, сформированных под воздействием системы культурных ценностей, аксиологическими установками институционального делового дискурса, а также нормами, присущими определенному социальному институту в обществе.

Коммуникативные стратегии дискурса реализуются в его конкретных жанрах. Вслед за Т. В. Шмелевой мы выделяем следующие жанровые характеристики резюме: 1) коммуникативная цель; 2) концепция автора и концепция адресата; 3) событийное содержание; 4) фактор коммуникативного прошлого и будущего; 5) наличие определенной формы в процессе организации текста; 6) функционально-обусловленное языковое наполнение.

Речевой жанр резюме в системе институционального делового дискурса реализует следующую модель: адресант – автор резюме / соискатель / претендент на вакантную должность → текст → канал передачи (письменная речь, зафиксированная на бумаге или посредством электронного сигнала) → особая форма жанра резюме → адресат – работодатель → обратная связь (приглашение

на собеседование / получение работы). Жанр резюме является исторически сложившейся в каждом обществе моделью для создания и восприятия письменного текста, содержащего информацию о профессиональных компетенциях и желании автора получить определенное место работы в ситуации трудоустройства. На основе полученной информации работодатель принимает решение о возможности дальнейшего взаимодействия с соискателем.

Лингвокультурная специфика развертывания аксиологических установок институционального делового дискурса в жанре резюме осуществляется за счет актуализации концепта «труд», представленного в резюме на немецком языке лексемой *Arbeit*, в русском языке лексемой *работа*. Каждая из лексем является тематической доминантой лексико-семантического поля, которое формируется при помощи лексико-грамматических средств официально-делового функционального стиля языка.

Во второй главе «Языковая репрезентация лингвокультурных особенностей резюме» представлен анализ актуальности жанра резюме в ситуации трудоустройства в различных странах на современном этапе, рассматривается историческая специфика жанра резюме, выявляются лингвокультурные особенности вербализации аксиологических установок жанра резюме на немецком и русском языках.

Несмотря на процессы унификации в области международной деловой коммуникации, в практике делового общения наблюдаются значительные отличия, обусловленные когнитивными особенностями актуализации языковых смыслов в каждой из лингвокультур. В ситуации трудоустройства в различных странах существуют разные языковые произведения участников коммуникативной ситуации, общей прагматической целью которых является получение работы. В Германии в ситуации трудоустройства требуются: резюме (*Bewerbungsanschreiben*), биография (*Lebenslauf*), список профессиональных компетенций (*Dritte Seite, Kompetenzenprofil*), список аттестатов, свидетельств, грамот с приложением их копий (*Zeugnisse*), отзывы или характеристики с предыдущих мест работы (*Referenzen*); в

Великобритании: резюме (Cover Letter) и автобиография (Curriculum Vitae / CV); в Испании: резюме (Carta de candidatura) и автобиография (Curriculum vitae / CV); в России: резюме. Резюме как вид делового письма, содержащего заявление соискателя о его желании получить определенную должность, называется в английском языке (в британском и американском вариантах) *Cover Letter*; в испанском - *carta de candidatura*, в немецком - *Bewerbungsanschreiben / Bewerbung* / *Motivationsschreiben*. В русском языке *резюме* является документом, который с формальной точки зрения представляет собой анкету. В содержательном плане данный документ является автобиографией и соответствует представлениям о жанре автобиографии в рамках институционального делового дискурса, обозначающегося в других языках словами *Lebenslauf* (Германия), *Résumé* (США), *Curriculum Vitae* (США, Великобритания, Испания, Франция). Жанр резюме представлен в различных языках разными названиями, соответствующими традиционным представлениям о социальных рече-поведенческих нормах в ситуации трудоустройства в каждой из лингвокультур.

Лингвокультурная специфика жанра резюме складывалась под влиянием исторических и экономических этапов развития общества, с одной стороны, и в зависимости от особенностей развития национального языка – с другой. Данная взаимозависимость нашла отражение в развитии семантики названия жанра *резюме*.

В немецком языке слово *Bewerbung* опирается на широкий спектр значений глагола *sich bewerben*: 1) *durch ein Schreiben und / oder ein Gespräch versuchen, eine Arbeitsstelle zu bekommen* (пытаться получить место работы при помощи письма и / или собеседования); 2) *sich für ein Amt zur Wahl stellen ≈ für etw. kandidieren* (выставлять свою кандидатуру для конкурсного отбора на должность ≈ баллотироваться); 3) *sich bemühen, etw. zu bekommen, was andere auch wollen* (добиваться чего-либо, что представляет интерес и для других). Существительное *Bewerbung* и глагол *sich bewerben* представлены в современном немецком языке широким спектром контекстуальных синонимов: *Antrag*,

*Deklaration, Bewerbungsschreiben, Empfehlungsschreiben, Meldung* и др., *anbieten, annoncieren, empfehlen, inserieren, kandidieren, nachsuchen, vorsprechen, vorstellen, werben* и др., а также они часто используются в образовании сложных слов: *Bewerbungsfrist, Bewerbungsgespräch, Bewerbungstermin, Bewerbungsunterlage* и др.

Глагол *bewerben* в значении «добывать», «приобретать», «стяжать» появляется в XV в. и является производной от древневерхненемецкого глагола *biwerban* (765 г. н. э.), обозначающего «добывать», «стараться», «достигать». В древневерхненемецкий язык этот глагол приходит из древнегерманского языка, в котором он встречается в форме *bihwerban* со значением «стяжать», «приобретать», «добывать», «получать». Как разновидность делового письма и обязательный компонент процесса выдвижения своей кандидатуры на должность *Bewerbung* появляется в Германии в конце XIX в. В целом, лексема *Bewerbung* относится к исконным лексемам немецкого языка и обнаруживает высокую степень включенности в лексико-грамматическую систему современного немецкого языка. Написание резюме в ситуации трудоустройства является естественной необходимостью для немецких соискателей, выступая одним из компонентов «ритуализированного» процесса выдвижения собственной кандидатуры на определенную должность в условиях «честной» конкурентной борьбы и, как правило, не зависит от статуса предполагаемой должности в социальной иерархии.

В русском языке слово *резюме* появляется в XVIII в. от французского *résumé* < глагол *résumer* со значением «излагать кратко», «обобщать» – данное значение по сегодняшний день продолжает оставаться основным. Словари синонимов русского языка предлагают лишь одно слово в качестве синонима к резюме – *обобщение*. В грамматическом отношении данное слово также продолжает оставаться «изолированным», оно не склоняется, не участвует в образовании новых слов. В русском языке представления о резюме как об особом жанре деловой переписки появляется в первом десятилетии XXI в. В результате развития рыночных механизмов в конце 90-х гг. XX в. на российский рынок

приходят крупные западные компании, которые начинают диктовать свои «правила игры». Однако для русского языка резюме как особый жанр делового дискурса остается новым понятием. На сегодняшний день в России резюме востребовано в крупных зарубежных компаниях либо на частных предприятиях. При этом большое значение имеет должность, на которую претендует соискатель. Написание резюме требуется в случае, если соискатель претендует на должности от среднего управляющего звена и выше: администратор, бухгалтер, менеджер по работе с персоналом и др. Если речь идет о таких должностях, как электрик, продавец, дворник, помощник воспитателя и др., то написание резюме не требуется. В подавляющем большинстве государственных структур, а также на предприятиях малого бизнеса основным инструментом при поиске кандидата на вакантную должность продолжают оставаться личные связи.

Анализ немецко-русских словарей выявил наиболее распространенный перевод немецкого слова *Bewerbung* на русский язык как заявление о приеме на работу. Наше исследование позволило выявить, что немецкое *Bewerbungsanschreiben* и русское *заявление о приеме на работу* не являются эквивалентами, так как не совпадают функционально: *Bewerbungsanschreiben* является деловым письмом, представляющим своего автора в качестве подходящего кандидата на определенную должность в процессе отбора среди множества других претендентов. *Заявление о приеме на работу* является формальным согласием уже отобранного для определенной должности кандидата для зачисления в штат сотрудников предприятия.

Общей формой электронного резюме в международном деловом дискурсе является гипертекст на одной из электронных страниц веб-сайта по трудоустройству, содержащий набор информационных сведений в виде текстов, символов и картинок, представленных как соискателем, так и разработчиками сайта, и предусматривающий возможность быстрого перехода от одного информационного блока к другому. Тем не менее под воздействием национальных ментальных и социально-экономических

особенностей развития общества в каждой лингвокультуре формируются национальные варианты жанра резюме.

В немецком языке текст резюме содержит традиционные формы начала и окончания письма, основное содержание текста представляет собой связный структурированный текст, объединение частей которого достигается за счет грамматических средств когезии, а коммуникативная целостность реализуется посредством тема-рематической цепочки. Средний объем текста резюме составляет 162 слова.

В русском языке в качестве базовой формы письменного текста в жанре резюме используется форма анкеты как наиболее известный носителям языка способ передачи деловой информации. Текст резюме на русском языке не образует сложного синтаксического целого, он состоит из информационных блоков, расположенных в разных графах общей информационной таблицы, содержание которых определено названием графы. Информационный блок содержит многочисленные перечисления, оформленные как односложные реплики (слова, словосочетания, простые предложения). Средний объем текста резюме на русском языке составляет 260 слов. Различия в среднем объеме текста определяются формальным подходом к изложению содержания в резюме на русском языке в соответствии с нормами деловой коммуникации в русской лингвокультуре.

Жанр резюме предполагает наличие функционально обусловленного отбора языковых средств в процессе порождения текста. Содержание текстов раскрывается в процессе развертывания глобального смысла, который формируется на основе тематического единства лексических средств. В «словарь» жанра резюме в различных языках входят номинации видов деятельности, профессий, учреждений, профессиональных и личностных характеристик соискателей и др. Совокупность всех лексических единиц резюме формирует тематическое поле жанра, в центре которого расположена тематическая доминанта. Тематической доминантой жанра резюме является слово *Arbeit / работа*. Взаимодействие лексических единиц в составе лексико-

семантического поля направлено на актуализацию концепта *Arbeit / труд* в каждой из лингвокультур.

Пределы лексико-семантического поля заданы высокой частотой употребления незначительного количества определенных лексических морфем в лексических единицах с различными словообразовательными моделями и грамматическими формами. Лексическими морфемами с максимально высоким количеством употреблений в немецких резюме являются: *-stell-, -arbeit-, -land-, -jahr-, -kennt-, -bild-, -such-, -beruf-, -erfahr-, -tätig-*; в русских резюме: *-рабо-, опыт-, должност-, образован-, пользова-, професс-, год-, организа-, навик-, деятель-*. Частота актуализации тех или иных лексических морфем в составе лексических единиц зависит от культурных аксиологических установок, объективированных в концептах *Arbeit / труд* в каждой из лингвокультур.

В немецкой лингвокультуре *Arbeit* – это определенное во времени и пространстве место, где осуществляется профессиональная деятельность, требующая знаний и опыта. Важными характеристиками работы является ее месторасположение – 90 % немецких соискателей указывают название географической местности в Германии, где они желали бы получить работу, а также размер оплаты труда. Для русских соискателей *работа* представляет собой должность в организации, где осуществляется профессиональная деятельность, требующая определенных навыков, образования и опыта. Значимым является показатель продолжительности работы на предыдущих местах, а также умение обращаться с компьютером.

Раскрытие смыслового содержания резюме в значительной степени определяется лексико-грамматическими характеристиками, основной особенностью которых является направленность на формирование оценочных конструкций. В образовании таких конструкций, как в немецком, так и в русском языках, участвуют все лексико-грамматические группы слов, однако максимальным количеством употреблений отличается группа номинантов предметов и понятий, например: нем.: *Durch langjährige Berufserfahrung, bin ich in folgenden Bereichen flexibel einsetzbar:*

Drogistin, Metzgereifachverkäuferin, Kassiererin, Verkäuferin im Einzelhandel, Bäckereiverkäuferin sowie im Gastronomie Bereich (Опираясь на многолетний опыт работы, я могу успешно работать в следующих отделах: продавец галантереи, продавец мясных продуктов, кассир, продавец в розничной торговле, продавец хлебобулочных изделий, а также в отделе гастрономии); рус.: Проведение переговоров с поставщиками с целью размещения заказов и согласования условий и сроков поставок.

Доминирующими лексико-грамматическими разрядами имен существительных в текстах жанра резюме на немецком и русском языках являются: имена собственные (названия фирм, предприятий, образовательных учреждений), имена абстрактные (нем.: *Erweiterung* (развитие), *Zuordnung* (согласование), *Schreiben* (написание), *Wissen* (знание); рус.: *работы, установление, порядочность* и др.), термины (нем.: *Mischwerk* (смесительная установка), *Kapazitätsbedarf* (потребность в производственных мощностях), *Schadensmanagement-System* (система регулирования убытков), *Entwicklung analoger und digitaler Schaltungen* (разработка аналоговых и цифровых схем); рус.: *узлы учета ТЭР, медиапланирование, уступка прав требования* и др.), сложные слова и аббревиатуры (нем.: *Rechnungs- und Mahnwesen* (Финансы и учет), *HTML-Programmierung* (HTML-программирование), *Gmb* (ООО), *HMS SQL, SAP*; рус.: *ЖКХ, ООО* и др.). В немецких резюме активно используются слова и выражения на английском языке (*Service Management, Junior Contract Manager, Corporate Design* и др.).

Основной лексико-грамматической особенностью резюме на немецком языке является взаимодействие лексико-грамматических и синтаксических параметров текста. К ним относятся: активное использование эмоционально-окрашенных номинантов характеристик, представленных в различных тематических группах с ярко выраженной позитивной оценочной коннотацией, субъектом которой выступает автор резюме (*langjährig* (многолетний), *vielfältig* (разнообразный), *unterschiedlich* (различный), *beruflich* (профессиональный), *praktisch* (практический), *gut* (хороший), *umfangreich* (обширный) и др.); употребление личных и модальных

глаголов, а также глаголов, сочетающихся с *zu*-инфинитивом, которые принято считать полнозначными глаголами, имплицитно обозначающими модальность текста (*sein* (быть), *planen* (планировать), *vorhaben* (намереваться), *sich vornehmen* (намереваться), *sich freuen* (радоваться), *erwarten* (ожидать), *hoffen* (надеется) и др.); использование различных средств когезии текста; употребление личных и притяжательных местоимений. Все многообразие синтаксических конструкций, представленных в текстах резюме, условно можно разделить на три группы: 1) оценочные конструкции, характеризующие личность автора резюме: *Ich bin arbeitswillig, belastbar und teamorientiert* (Я могу справляться со значительной рабочей нагрузкой и работать в команде); 2) оценочные конструкции, характеризующие профессиональные качества автора резюме: *Eigenständiges, vorausschauendes und diszipliniertes Arbeiten ist für mich selbstverständlich* (Самостоятельная, планомерная и дисциплинированная трудовая деятельность является для меня естественной); 3) побудительные конструкции, обращенные к получателю резюме: *Ich hoffe Ihr Interesse geweckt zu haben und somit bald von Ihnen zu hören* (Надеюсь, что я сумел Вас заинтересовать, с нетерпением жду ответа).

Яркой отличительной характеристикой немецких резюме является использование местоимения *ich* (я). В 1000 резюме *ich* в форме именительного падежа встречается 9703 раза, в косвенных падежах данное местоимение встречается 1302 раза. Притяжательное местоимение *mein* (мой) в различных грамматических формах встречается в резюме 1755 раз. Подобное «сверхактивное» использование личного местоимения *ich* и притяжательного местоимения *mein* подтверждает вывод о том, что основным содержанием резюме на немецком языке является самопрезентация автора, отличающаяся высокой степенью индивидуализации.

Лексико-грамматическими характеристиками резюме на русском языке являются ограниченное использование эмоционально окрашенных атрибутов и употребление назывных и неопределенно-личных конструкций со множественными

перечислениями: *большой практический опыт работы на руководящих должностях; практическая работа (установка, эксплуатация и обслуживание) на различных средствах связи, системах видеонаблюдения, системах безопасности, технических средствах защиты информации.*

Совокупность лексико-грамматических средств резюме формирует текст, элементы которого обнаруживают семантическое единство, формируемое за счет подчинения всех лексико-грамматических структур единой функциональной направленности жанра резюме – получению работы. В немецком языке данная направленность осуществляется посредством взаимодействия основных функций текста: интеллектуально-информативной, побудительной и эмотивной, в русском – интеллектуально-информативной. В немецких резюме желание автора получить работу выражается эксплицитно, в русских – имплицитно. Данные особенности определяются лингвокультурной спецификой реализации коммуникативных стратегий убеждения и вежливости, присущих официально-деловому стилю каждого языка, а также аксиологическим установкам институционального делового дискурса, обуславливающим способы самопрезентации соискателей.

Представления о самопрезентации соискателей в деловом дискурсе основываются на понятии презентации как способе продвижения товара на рынке. Независимо от принадлежности к той или иной лингвокультуре соискатели с высоким социальным статусом более осознанно используют различные коммуникативные приемы в процессе реализации стратегии убеждения работодателя. Тем не менее сама стратегия убеждения подчиняется нормам вежливости, закрепленным для каждого дискурса в определенной лингвокультуре.

Общим отличительным признаком резюме соискателей с высоким социальным статусом в различных лингвокультурах является увеличение объема текста, размещение фотографии, использование терминов, профессиональных и сокращенных слов, аббревиатур, слов на английском языке, имен собственных – названия фирм, предприятий, образовательных учреждений. Под

социальным статусом мы понимаем положение индивида в социальной системе общества. Соискатели с высоким социальным статусом имеют более высокий уровень образования, опыт работы в престижном месте или на руководящей должности, а также часто более продолжительный опыт работы.

Немецкие соискатели – обладатели высокого социального статуса – размещают в резюме фотографию, используют этикетные формулы начала и окончания делового письма, размещают информацию в резюме в соответствии с традиционно принятой композицией делового письма, активно употребляют личные и притяжательные местоимения, модальные глаголы, синтаксические конструкции с семантикой просьбы и предложения.

В резюме на русском языке соискатели с высоким социальным статусом реализуют нормы официально-делового стиля и представляют основную информацию в форме эмоционально-нейтральных информационных блоков, состоящих из развернутых синтаксических конструкций с множественными перечислениями, реализующими интеллектуально-информативную функцию.

Проведенный нами анализ использования личностных и профессиональных характеристик в процессе формирования положительного имиджа соискателя определил образ «идеального соискателя» в немецкой и русской лингвокультурах. Наиболее частыми характеристиками в немецких резюме являются: *Kundenorientierung, Selbständigkeit, Teamfähigkeit, Freundlichkeit, Verantwortungsbewusstsein, Flexibilität, Kommunikationsfähigkeit*. В целом, «идеальным» соискателем является человек, умеющий работать с клиентами, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность, взаимодействовать в команде, активный и гибкий, заинтересованный в результатах собственного труда, имеющий собственную мотивацию и способность справляться со значительной рабочей нагрузкой, дружелюбный и компетентный. Дадим для примера отрывок из резюме офисного работника: *Sehr gute Allgemeinbildung, schnelle Auffassungsgabe, gute EDV/MS-Office Kenntnisse, Flexibilität sind selbstverständlich vorhanden. Zuverlässigkeit, Einsatzbereitschaft, kundenorientiertes Handeln, sind*

*nur einige positive Eigenschaften meiner Persönlichkeit* (Отличаюсь очень хорошим общим образованием, быстрой сообразительностью, хорошими знаниями компьютера. Надежность, безотказность, направленность на работу с клиентами являются лишь некоторыми моими положительными характеристиками.)

Наиболее частыми характеристиками в русских резюме являются: *ответственность, коммуникабельность / общительность, быстрая обучаемость, исполнительность, целеустремленность, активность*. В русской деловой культуре общий портрет наиболее успешного соискателя выглядит следующим образом: это коммуникабельный, ответственный, способный к дальнейшему обучению, исполнительный и целеустремленный человек, без вредных привычек, активный, обладающий высокой стрессоустойчивостью и трудолюбием. Отличительными характеристиками положительного имиджа соискателя в российском деловом дискурсе являются наличие приятной внешности, детальное описание семейного положения, подробное перечисление внепрофессиональных увлечений и занятий. Наглядный пример представляет собой отрывок из резюме помощника юриста: *Исполнительность, аккуратность, порядочность, ответственность, коммуникабельность. Стремление к расширению знаний и практических навыков. Большое желание работать и развиваться в сфере юриспруденции. Презентабельная внешность. Без вредных привычек.*

Важным компонентом лингвокультурной специфики жанра резюме являются способы гендерной идентификации участников ситуации трудоустройства. К общим гендерным характеристикам резюме в международном институциональном дискурсе относится разделение профессиональных областей деятельности на «мужские» и «женские». К «мужским» сферам занятости относятся безопасность, инсталляция и сервис, автомобильный бизнес, строительство и производство. К «женским» сферам относятся бухгалтерия, административный персонал, спортклубы, фитнес, салоны красоты.

Традиционным способом проявления гендерных ролей в резюме на немецком языке является использование в названиях профессий грамматических маркеров: суффикса *in-*, а также корневой морфемы *-frau* в сложных словах для обозначения лиц женского пола: *Erzieherin*, *Personalleiterin*, *Kauffrau*; суффикса *-er* и корневой морфемы *-mann* для обозначения лиц мужского пола: *Marktleiter*, *Raumpfleger*, *Bürokaufmann*, а также окончания прилагательных, согласующихся с определяемым существительным, и относительные местоимения: *Mit mir bekommen Sie eine motivierte, selbstständige und flexible Mitarbeiterin, die gerne im Team arbeitet*. В резюме на русском языке грамматическим способом гендерной идентификации являются окончания личных глаголов в единственном числе прошедшего времени: *окончила*, *получил*, *работал*, *провела* и др., а также окончания имен прилагательных: *коммуникабельная*, *исполнительный*, *ответственный* и др. Тем не менее, в целом, сфера институционального дискурса в значительной степени нивелирует гендерные характеристики участников рынка труда, что отражается в текстах резюме использованием аналогичных речевых приемов в процессе формирования положительного имиджа соискателей-женщин и соискателей-мужчин в зависимости от социального статуса.

Специфической особенностью резюме на русском языке является указание сведений о возрасте, семейном положении и наличии детей для соискателей-женщин: *Замужем. Воспитываю дочь 2002 года рождения*. В резюме на русском языке значительно отличаются и обозначения внепрофессиональных увлечений соискателей-мужчин и соискателей-женщин. В графе «Дополнительная информация о себе» мужчины-соискатели чаще обозначают «активные» увлечения: *различные командные виды спорта (футбол, хоккей, волейбол, баскетбол и др.)*, *дайвинг*, *туризм* и т. д. Женщины-соискатели указывают: *чтение книг*, *вышивание*, *путешествия*, *разведение цветов* и др.

В целом, использование коммуникативных приемов в резюме с позиции гендерной идентификации соискателей подчиняется принципу релятивизма. Данный принцип заключается в признании

гендера социально и культурно конструируемым феноменом, который неординарно проявляется в различных культурных и языковых сообществах на различных этапах их развития.

*В заключении* диссертации представлены общие итоги исследования, сформулированы основные выводы и намечены перспективы дальнейшей научно-исследовательской работы.

### **Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:**

1. Тойкина О. В. Резюме как жанр официально-делового дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 10. – Вып. 52. Филология. Искусствоведение. – С. 154–159.

2. Тойкина О. В. Формально-структурные особенности электронных резюме (на материале немецкого языка) // Вестник Башкирского университета. – 2013. – Т. 18. – № 3. – С. 820–824.

3. Тойкина О. В. Способы формирования смыслового единства жанра резюме // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – Вып. 2. – Т. 2. – С. 210–215.

### **Публикации в других изданиях и сборниках материалов конференций:**

4. Тойкина О. В. Основные требования к оформлению делового письма в Германии и России // Перевод и социокультурный контекст: сб. науч. ст. по материалам III всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием «Актуальные вопросы филологии и лингводидактики» / Чуваш. гос. пед. ун-т им. И. Я. Яковлева. – Чебоксары, 2008. – С. 36–42.

5. Тойкина О. В. Межкультурные особенности оформления обращения в деловом письме (на материале немецкого, русского и английского языков) // Проблемы лингвистики, методики обучения иностранным языкам и литературоведения в свете межкультурной коммуникации: материалы II междунар. науч.-практ. конф. / Башкирский гос. пед. ун-т им. М. Акмуллы. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2009. – Ч. 1: Лингвистика и литературоведение. – С. 273–277.

6. Тойкина О. В. О некоторых способах реализации функции убеждения в немецких инициативных резюме // Вопросы современной филологии в контексте взаимодействия языков и

культур: материалы всерос. науч.-практ. конф. / Елабуж. гос. пед. ун-т. – Елабуга, 2009. – С. 211–215.

7. Тойкина О. В. Семантические особенности понятия «Überzeugende Werbung» // Язык. Культура. Коммуникация: материалы междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Г. С. Трофимовой; Удмурт. гос. ун-т. – Ижевск: Изд-во УдГУ, 2009. – Ч. 1. – С. 92–96.

8. Тойкина О. В. Способы самопрезентации авторов в текстах резюме (на материале немецкого и русского языков) // Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы: материалы II междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Л. А. Милованова. – Волгоград: Парадигма, 2009. – Т. 2: Актуальные проблемы лингвистики. – С. 299–304.

9. Тойкина О. В. К вопросу об особенностях лексического состава резюме (на материале немецкого языка) // Текст как объект лингвистического и литературоведческого анализа: сб. науч. ст. по материалам VII междунар. науч.-практ. конф. «Языковая система и социокультурный контекст в аспекте когнитивной лингвистики» / отв. ред.: Н. Ю. Шугаева, Н. В. Кормилина; Чуваш. гос. пед. ун-т им. И. Я. Яковлева. – Чебоксары, 2010. – С. 79–85.

10. Тойкина О. В. Исторические особенности появления резюме как вида письменной деловой коммуникации в Германии и России // Многоязычие в образовательном пространстве: сб. ст. / сост. и ред.: Т. И. Зеленина, Л. М. Малых. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. – Вып. 3. – С. 183–195.

11. Тойкина О. В. Лингвокультурные особенности жанра резюме (на материале немецкого языка) // Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков: материалы V междунар. науч. конф. «Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков» / Гос. полярная акад. – СПб., 2013. – С. 166–171.

12. Тойкина О. В. Национальные варианты резюме в международном деловом дискурсе // Дидактика межкультурной коммуникации в иноязычном образовании: теория и практика: материалы всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвященной 75-летию проф. А. Н. Утехиной: в 2 ч. / ред.:

Т. И. Зеленина, Л. М. Малых. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – Ч. 2: Филология. Лингвистика. – С. 168–172.

13. Тойкина О. В. Лингвокультурологические аспекты текста (Специфика гендерной идентификации в резюме) // Прикладные аспекты сопоставительной лингвистики: обучение иностранному языку с опорой на родной язык: материалы III междунар. науч.-практ. форума «Сохранение и развитие языков и культур» / отв. ред. Ф. Х. Тарасова. – Казань: «Отечество», 2014. – С. 100–102.