

теперішнього, яке захлинається від хаосу, й закликає повернутися до природи як первісного джерела життя й сили, що дарує надію на відродження.

Юрій Клен у своїй новелістиці активно послуговується арсеналом засобів, які вже апробував у поезії, – прийоми умовної образності, символістську завуальованість, містичне поклоніння перед загадками долі.

Творчість Клена-новеліста являє собою єдину стильову субстанцію, яка віддзеркалює естетичні шукання українського письменства середини ХХ століття. Синтетична стильова палітра його спадщини увібрала неокласичні рівновагу, інтелектуалізм та інтертекстуальність у поєднанні з творчими шуканнями письменників МУРУ, що прагнули модифікувати європейське модерне письменство.

Неокласицизм Юрія Клена викристалізовується як феномен, що формується у зоні культури, постає як самостійна естетична конструкція на будівельному матеріалі, якими є алегорії та сюжетно оформлена тематика, алюзії та ремінісценції, фольклорно-міфологічні символи, цитати – як прямі, так і приховані, що відсилають читача до творів інших авторів – блискучий приклад поєднання теорії неокласицизму й художньої практики. Це дозволяє розширити інтерпретаційне поле, рецепційно-семіотичні горизонти як окремих образів чи епізодів, так і новели в цілому, враховуючи інтертекстуальну стратегію її автора.

#### Список використаних джерел

1. Астаф'єв О. У пошуках світової гармонії (Григорій Сковорода і Юрій Клен: діалог через віки). – Ніжин: Ніжинський державний педагогічний інститут ім. М.Гоголя, 1996. – 30 с.
2. Баган О. Юрій Клен: неокласик чи неоромантик? // Творчість Юрія Клена в контексті українського неокласицизму та вісниківського неоромантизму. – Дрогобич: Видавнича фірма “Відродження”, 2004. – С. 9-28.
3. Зубрицька М. Номо legens: читання як соціокультурний феномен. – Львів: Літопис, 2004. – 352 с.
4. Клен Ю. Твори: У 3-х томах. – Т.3. – Торонто (Канада): Фундація імені Юрія Клена, 1960. – 221 с.
4. Ковалів Ю. Прокляті роки Юрія Клена // Клен Юрій. Вибране. – К.: Дніпро, 1991. – С.3-23.
6. Маланюк Є. Передмова // Клен Юрій. Твори: У 3 томах.: Т.1. – Торонто (Канада): Фундація імені Юрія Клена, 1960. – С. 5-8.

*Анотація.* У статті розглядаються особливості національного психотипу на прикладі новели Юрія Клена “Яблука”, аналізуються риси неокласицизму у малій прозі письменника.

*Ключові слова:* новела, неокласицизм, психологізм, національний характер, символізм, романтизм та ін.

*Summary.* In the article the features of national psikhotipu are examined on the example of short story of Yuriy Klens “Apples”, the lines of neoclassicism are analysed in small prose of writer.

*Keywords:* short story, neoclassicisms, psikhologizm, national character, symbolism, romanticism but other.

**УДК 811.161.1: 005.953.2**

**Ярцев С.А.**

## **РЕЗЮМЕ КАК НОВЫЙ ВИД СЛУЖЕБНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

В условиях развития экономики и деловых отношений все большее место в обмене информацией, в общественной коммуникации занимают различные официальные документы. Одной из наиболее важных черт делового общения является высокая степень стандартизации и унификации, вследствие чего даже небольшое отступление от принятого стандарта может поставить под сомнение успешность коммуникации.

Соблюдение принципа стандартизации и унификации оправданно со многих точек зрения: “экономической (сокращаются трудозатраты на процесс составления документов), правовой (адресант письма – почти всегда – лицо юридическое), социальной (адресат и адресант – лица коллективные), технической (открывается возможность машинной обработки информации), психологической (облегчается обработка информации), культуроведческой (унификация языка и стиля совпадают с задачей их нормализации)” [2, 6]. “Составитель документа, работая по

образцу, получает возможность сосредоточить свое внимание на важнейших, нестандартных аспектах информации. В унифицированном тексте адресат документа может сразу же выделить ключевые моменты сообщения (по данным исследований, унифицированный текст воспринимается в 10 раз интенсивней, чем неунифицированный)” [6, 9]. Общепринятая композиция, использование готовых оборотов и конструкций позволяет автору речи полностью сконцентрироваться на задачах речи, не отвлекаясь на поиск подходящих определений. Стандартизация деловой речи существенно повышает информативность документов и облегчает их восприятие, что способствует большей оперативности документооборота в целом.

Другим следствием развития деловых отношений стало повышение уровня конкуренции на рынке труда. Навыки и умения работника стали восприниматься как товар, который необходимо как можно выгоднее продать работодателю. Значит, при приеме на работу нужно суметь представить свои преимущества перед другими кандидатами в наиболее выгодном свете, сделав это в максимально четкой, ясной, лаконичной и структурированной форме.

В советское время таким средством самопрезентации работника служила автобиография. Этот документ содержал в себе сведения обо всем жизненном пути кандидата, в том числе и такие, которые, не относятся напрямую к цели составления документа, например, информацию о составе семьи кандидата. Кроме того, автобиография писалась в свободной форме, не была структурирована, что затрудняло обработку документа и тем самым увеличивало необходимое для совершения коммуникации время.

Вследствие этого с приходом новых экономических реалий автобиография была заменена более удобным в написании и обработке жанром резюме. Однако из-за своего сравнительно недавнего появления в российском документообороте этот жанр деловой речи еще не получил достаточного освещения в документоведческой и лингвистической литературе. Поэтому стандартизация данного жанра еще далека от завершения.

Показателем недостаточной научной проработанности жанра резюме может служить следующее лаконичное словарное определение: “Резюме (фр. resume) – ... 2) составленный по определенным правилам набор сведений о претенденте на работу” [7]. Другой источник дает более развернутое определение: “Резюме – самохарактеристика специалиста на одной странице; описание его сильных сторон, представляемая в организацию при поиске работы. Обычно в резюме отражаются: личные данные; цель составления резюме; опыт работы в обратном хронологическом порядке; образование; дополнительная информация” [1]. Необходимо подчеркнуть, что список композиционных элементов резюме декларируется как конвенциональный, а не обязательный, установленный ГОСТом, как это принято для других видов деловой переписки.

За исключением немногочисленных словарных определений, единственным источником сведений о данном речевом жанре служат различные прикладные руководства по составлению резюме, носящие рекомендательный характер. Авторы данных пособий также указывают на отсутствие четко определенного образца: “Каждый кандидат составляет резюме по собственному усмотрению: если выигрышным пунктом является образование, он вправе поместить этот раздел до описания опыта работы, и наоборот” [3] Таким образом, подчеркивается функция резюме как средства самопрезентации его автора.

Всякий документ включает в себя ряд составляющих – реквизитов: наименование, автор, адресат, текст, дата, подпись и т.д. Число реквизитов зависит от нескольких факторов: цели создания документа, его назначения, требований к содержанию и форме, способа документирования.

Для большинства документов число реквизитов строго ограничено, отсутствие или неправильное указание какого-либо из реквизитов делают документ недействительным. Для ряда документов, таких, как паспорт, свидетельство о рождении, диплом и трудовая книжка, состав реквизитов установлен в законодательных и нормативных актах.

Каждый документ обладает формуляром, представляющим собой совокупность реквизитов, расположенных в определенной последовательности. Характеристики формуляра зависят от типа документа.

Несмотря на известную вольность в композиции резюме, все авторы признают наличие определенных обязательных для него композиционных элементов, которые, однако, еще не успели составить окончательно закреплённый формуляр документа. В наиболее общем виде это следующие элементы:

- 1) минимальная личная и полная контактная информация о кандидате;
- 2) цель написания – та должность, которую желает занять автор;
- 3) опыт работы – перечисление всех занимаемых кандидатом должностей к настоящему моменту;
- 4) образование и квалификация;
- 5) дополнительные навыки – навыки и умения, не связанные с основной квалификацией кандидата;

6) дополнительное образование – прослушанные автором курсы, семинары, тренинги и проч.; необходимо указывать только те, которые связаны с целью резюме;

7) преимущества – качества, выгодно отличающие автора резюме от других кандидатов на данную должность.

Вследствие глобализованности современной деловой жизни, а также иностранного происхождения жанра резюме, кроме русского названия структурного элемента документа, часто указывается и английское, например: “*дополнительное образование / additional section headings*”.

А.П. Панфилова выделяют три формата подачи информации об опыте работы, образовании и навыках кандидата: обратный хронологический, функциональный и комбинированный.

Используя обратный хронологический формат, автор резюме “отражает всю профессиональную историю и образование, начиная с последнего места работы” [5]. Данный формат записи позволяет продемонстрировать постоянный рост профессиональной компетенции кандидата, поступательное движение вверх по карьерной лестнице. При этом необходимо точно указывать даты получения новых должностей и названия организаций-работодателей.

Функциональный формат “акцентирует внимание на квалификации, способностях и навыках, которые вы принесете в новую компанию” (там же). В отличие от обратного хронологического формата, этот стиль подачи информации отражает будущие достижения кандидата, а не его прошлые заслуги.

Тем не менее исследователи отмечают, что обратный хронологический формат получил гораздо более широкое распространение в русскоязычном документообороте, и поэтому использование функционального формата считается едва ли не ошибкой автора резюме.

Последним выделяемым форматом представления данных в резюме является комбинированный формат, представляющий собой сочетание двух описанных выше форматов.

Также особое внимание уделяется внешнему виду резюме. Исследователи рекомендуют использовать “гармонично (и даже изящно) оформленные предложения, ровные по наполнению абзацы” [4]. Однако помнить о цели написания резюме и избегать ненужных украшений вроде цветных шрифтов и рамок.

Еще одним неотъемлемым свойством резюме, как и любого другого документа, является лаконичность: вся необходимая информация о кандидате должна поместиться на одну страницу (в крайнем случае – на две). Следует помнить, что работодатель не сможет уделить много времени рассмотрению каждого конкретного резюме, поэтому всю дополнительную информацию лучше изложить в сопроводительном письме, оставив в резюме лишь самое важное.

Их всего вышесказанного можно сделать вывод, что резюме в силу своей новизны еще не до конца оформилось как полноценный служебный документ. Однако особенности функционирования, языка, а также некоторое подобие формуляра документа позволяют считать исследование этого письменного жанра в рамках изучения деловой речи интересным и перспективным.

#### **Список использованных источников**

1. Glossary commander. Служба тематических толковых словарей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_find.cgi?ph=%F0%E5%E7%FE%EC%E5](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%F0%E5%E7%FE%EC%E5).
2. Веселов П.В. Вы – секретарь / П.В. Веселов. – М.: Издательство стандартов, 1993.
3. Клоков И.В., Пташинский В.С. Эффективное делопроизводство / И.В. Клоков, В.С. Пташинский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.piter.com/contents/978591180961/978591180961\\_p.pdf](http://www.piter.com/contents/978591180961/978591180961_p.pdf)
4. Королев С. Правила составления резюме. Кадрам разрешают все / С. Королев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.careerbuilder.ru/resume3.htm>.
5. Панфилова А.В. Резюме как самопрезентация / А.В. Панфилова // Элитариум: Центр дистанционного образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2009/04/20/rezjume\\_samoprezentacija.html](http://www.elitarium.ru/2009/04/20/rezjume_samoprezentacija.html).
6. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов: Учеб. пособие для техникумов. – 2-е изд., перераб. / Л.В. Рахманин. – М.: Высшая школа, 1982.
7. Шестаков А.В. Экономика и право. Энциклопедический словарь / Под ред. А.В. Шестакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_economic\\_law/13369](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/13369).

*Аннотация.* В статье предпринимается попытка кратко описать такой новый для русскоязычного документооборота жанр, как резюме. Вследствие своего недавнего вхождения в обиход резюме еще не до конца оформлено как полноценный служебный документ, его стандартизация далека от завершения. Вместе с тем в специальной литературе по данному

вопросу можно встретить лишь краткие определения резюме и частные рекомендации по составлению таких документов. Поэтому дальнейшее исследование данного жанра деловой коммуникации представляется актуальным и прагматически оправданным.

**Ключевые слова:** резюме, документ, деловая коммуникация, делопроизводство.

**Summary.** The article contains a brief attempt to describe such a new genre of Russian business communication as resume. Since its novelty resume is still not standardized, has no strict form, More other there are only short definitions and writing recommendations in the special literature dealing with resume. That is why further research of this genre of written communication seems to be interesting and topical.

**Keywords:** resume, business paper, business communication, office work.

УДК 811.81'38

Яценко Н.О.

## ПОЛІТИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МОВІ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Функціонування української мови в сучасних засобах масової інформації безпосередньо пов'язане з процесами неологізації. Як стверджує О.А.Стишов, “неологізми – це слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також оказіоналізми (індивідуально-авторські новації), використані одноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті” [1, 46].

Найвиразніше місце в мовній репрезентації ідеологічних понять та концепцій належить суспільно-політичній, або політологічній, лексиці і термінології. Метою запропонованої розвідки є окрема спроба класифікації нової запозиченої суспільно-політичної лексики в мові сучасних українських засобів масової інформації. За нашими спостереженнями, нова запозичена суспільно-політична лексика – це група слів, яка вживається на позначення суспільно-політичних реалій; до активного складу мови вона ввійшла порівняно недавно і ще, як правило, не повністю засвоєна мовною свідомістю народу. Водночас важливою особливістю сприйняття нових слів є те, що вони сприймаються саме як нові. Значення нових слів часто не є зрозуміле для переважної частини носіїв мови і вимагає окремих пояснень. Сьогодні можна виокремити найбільш актуальні причини іншомовних запозичень і виникнення нових слів:

1) вони виникають як найменування нової реалії, нового предмета, що з'явився у суспільному житті (*маркетинг, бренд*);

2) нові слова означають явища, які і раніше були притаманні для життя суспільства, проте не мали відповідного позначення, оскільки їх існування замовчувалося. Це слова на зразок *мафія, рекет, відмовник* (той, хто відмовляється від виконання своїх обов'язків, зокрема від служби в армії);

3) нове слово є більш зручним поясненням того, що раніше називалося словосполученням (*рейтинг* – показник оцінки чиєї-небудь діяльності...);

4) нові слова виникають унаслідок необхідності підкреслити часткові зміни соціальної ролі предмета в змінному соціумі (*офіс* – контора, службове приміщення, ощадбанк – *насамперед* ощадна каса);

5) запозичення нових слів зумовлене впливом іноземної культури, насамперед модою на іншомовні слова.

Як було вже зазначено, суспільно-політична лексика – це група слів, властива для періодичної преси і публіцистичного функціонального стилю. Серед лексико-семантичних неологізмів суспільно-політичного змісту розрізняємо дві головні підгрупи – запозичення старі, актуалізовані в останні роки і пов'язані з змінами політичної та економічної системи України, і запозичення нові, які з'явилися в мові недавно. Фактичний матеріал переконливо свідчить, що аналізовану групу лексики можна розподілити на окремі підгрупи за сферами людської діяльності, звідки насамперед взято ті чи інші слова в політичне мовлення:

**1. Слова власне політичного дискурсу, а саме:** а) *номенклатурні назви (президент, прем'єр-міністр, спікер: Прем'єр-міністри Росії та України Володимир Путін і Юлія Тимошенко в телефонній розмові в п'ятницю обговорили питання міждержавних контактів, намічених на*