

13. Borges J. L. Elbisonte / Borges J. L. – Режим доступу : <http://www.poemas-del-alma.com/el-bisonte.htm>
14. Borges J. L. 1964 (II) / Borges J. L. – Режим доступу : <http://www.poemas-del-alma.com/1964.htm>
15. Borges J. L. Unarosa / Borges J. L. – Режим доступу : <http://www.poesiaspoemas.com/jorge-luis-borges/una-rosa>
16. Borges J. L. Aungato / Borges J. L. – Режим доступу : <http://www.poemas-del-alma.com/a-un-gato.htm>
17. Borges J. L. Unciego / Borges J. L. – Режим доступу : <http://www.poemas-del-alma.com/un-ciego.htm>
18. Borges J. L. Unpoetadelsiglo / Borges J. L. – Режим доступу : <http://spanishpoems.blogspot.com/2007/01/jorge-luis-borges-un-poeta-del-siglo.html>

Стаття надійшла до редакції 30 січня 2013 року

УДК 811.161.1

*Елена Павлова
(г. Киев, Україна)*

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗА АДРЕСАТА ЖАНРА ИНТЕРНЕТ-ОБЪЯВЛЕНИЯ О ВАКАНСИИ

Стаття присвячена аналізу образу адресата як жанростворючої ознаки інтернет-оголошення про вакансію. Автором виділено групи оголошень за основними ознаками образу адресата. У статті також визначені лінгвостилістичні особливості формування даного образу в інтернет-комунікації.

***Ключові слова:** образ, адресат, інтернет-оголошення про вакансію, жанр, стиль, інтернет-комунікація.*

Статья посвящена анализу образа адресата как жанрообразующего признака интернет-объявления о вакансии. Автором выделены группы объявлений по основным признакам образа адресата. В статье также отмечены лингвостилистические особенности формирования данного образа в интернет-коммуникации.

Ключевые слова: образ, адресат, интернет-объявление о вакансии, жанр, стиль, интернет-коммуникация.

The article is devoted to an analysis of an addressee image as a genre making feature of the online vacancy announcement. The groups of such announcements are pointed out according to main features of the addressee image. The linguistic-stylistic peculiarities of the image formation in Internet communication are defined in the article.

Key words: image, addressee, online vacancy announcement, genre, style, Internet communication.

Современный этап развития общества, в котором главным продуктом производства являются информация и знания, стала следствием быстрого развития постиндустриальной цивилизации и перехода техники на совершенно новый этап развития. Отличительными чертами современного информационного общества является увеличение роли информации и знаний, возрастание количества и роли людей, занятых информационными технологиями, коммуникациями, главенствующая роль сети Интернет как средства информатизации и коммуникации. Инновационные процессы и ставшая нормой жизни современного человека активность в общении не могли не отразиться на развитии языка. Появление новых сфер использования языка и развитие информационных технологий привело к соответствующим изменениям не только в русском, но и во всех остальных языках цивилизованного мира, ощутившего рывок в развитии цифровых технологий.

В данной статье, главным образом, нас интересует распространение и популяризация всемирной компьютерной сети Интернет, которая и произвела наибольшее влияние на современный язык. С помощью Интернета стираются границы и расстояния, люди, находясь в разных странах и даже на разных континентах, могут поддерживать прямое общение, причем

максимально приближенное к непосредственному: коммуниканты могут общаться не только с помощью буквенного или звукового ряда, но и воспринимаю визуализацию своего собеседника. Причем такие формы общения используются не только в бытовой сфере человека, но и на деловом уровне: различного рода онлайн конференции, совещания, круглые столы и так далее. Таким образом, было создано глобальное информационное пространство, обеспечивающее эффективное коммуникативно-информационное взаимодействие людей.

Вся самая актуальная и новая информация, в первую очередь, появляется на соответствующих информационных интернет-ресурсах. Не так давно появились средства массовой информации, распространяющиеся в сети Интернет, которые уже составили весьма достойную конкуренцию печатным изданиям, телевидению и радио. Кроме таких достоинств, как оперативность появления информации и удобство её нахождения, есть еще один немаловажный фактор, влияющий на популяризацию Интернета, – это возможность диалога. Практически к любой статье, выложенной в сети Интернет, можно оставить свой комментарий, отзыв. Такой возможности не предоставляет ни одно другое средство массовой информации.

Таким образом, в сферу бытия человека ворвалось такое новое явление, как Интернет, за достаточно короткий срок став неотъемлемой частью жизни современного человека, он не мог не внести изменения в речевую практику. Интернет-коммуникация представляет собой определенный синтез реализации коммуникативной цели и нового оформления информации, который возник в результате появления в коммуникативном пространстве новых экстралингвистических факторов и реалий: компьютеров и компьютерных сетей.

В частности, наиболее явные изменения произошли в системе речевых жанров. Это вызвало интерес у лингвистов, так появились работы следующей тематики: Н. Андрианова «Жанры интернет-коммуникации: о некоторых подходах» [1], Я. Бардашевич «Особенности жанра интернет-блога» [3], Е. Горошко «Интернет-жанр и функционирование языка в

Интернете: попытка рефлексии» [6], М. Мельник «Блог как жанр интернет-коммуникации» [8], А. Рыжова «Особенности интернет-коммуникации: речевые стратегии пользователей» [12], А. Селютин «Форум как жанр виртуального общения» [14], Л. Щипицина «Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции» [15]». Кроме того, что в связи с распространением новой формы общения увеличилось количество видов и подвидов жанров, произошли изменения и в популяризации одних и устаревании аналогичных им ранее использованных жанров. Так, данная статья посвящена анализу одного из признаков такого нового жанра как интернет-объявление о вакансии, ставшее очень популярным в сфере менеджмента персонала.

Жанровые особенности текстов подробно освещаются в работах М. Бахтина, Н. Арутюновой, А. Баранова, Ф. Бацевича, А. Вежбицкой, В. Дементьева, К. Седова, М. Федосюка, Т. Шмелевой и др. Определение М. Бахтина, ставшее классическим, звучит следующим образом: «Речевые жанры – это определенные, относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [4]. Проанализировав работы, посвященные теории жанров выше указанных лингвистов, мы определяем речевой жанр, как речевое произведение (текст, высказывание), которому свойственны устойчивые тематические, композиционные, стилистические и функциональные особенности.

Одним из важных трудов, обобщившим основные достижения, стала монография В. Дементьева «Теория речевых жанров» [7]. В разделе, посвященном изучению отдельных речевых жанров, В. Дементьев приводит список тех из них, которые становились объектами специальных исследований, где среди прочих выделяет и речевой жанр объявления (его изучением занимались С. Гиндин, М. Гусар, Е. Курченкова, Б. Шарифуллин, Е. Яковлева) [7].

Большой толковый словарь фиксирует следующее значение слова: «Объявление – сообщение, извещение о чем-либо, доводимое до общего сведения, помещенное где-либо для

широкого ознакомлення. Дать о. в газету. Передача объявлений по радио. Вывесить о. Доска объявлений» [5]. Таким образом, это определение показывает, что данный жанр может иметь различную форму реализации, функциональную направленность и тематическое наполнение. Так, исследователи жанра, изучив различия в функционировании, выделяют следующие поджанры: объявление брачное (О. Рогалева, Н. Царикевич, Е. Шибанова), объявление о знакомстве (Е. Акулова, И. Черкасова), объявление рекламное (Ю. Бровкина, Т. Лившиц, К. Урванцев, Н. Формановская), «объявление шутивное» в маршрутных такси (Б. Норман), «доски электронных объявлений» (Л. Компанцева). По наблюдениям В. Дементьева, объявления о вакансии (отметим, что терминологические словосочетания «объявление о вакансии», «о свободной вакансии», «о поиске сотрудника» мы рассматриваем как синонимичные) стали объектом исследования в работах А. Пастухова («Сорт текста «объявление о приеме на работу» в анализе коммуникативной ситуации» [10], «Объявление о вакансии: между жанром и сортом текста» [9]). Также изучением средств конструирования гендерной идентичности в объявлениях о рабочих вакансиях занимается В. Арчаков [2]. Данной тематике также была посвящена диссертационная работа А. Неупкоевой «Наименование лиц в типе текста «объявление о приеме на работу» в гендерном аспекте».

В своей предыдущей работе мы проанализировали жанрообразующий признак – образ автора интернет-объявления о вакансии, в данной же статье мы обратимся к анализу образа адресата данного жанра. Актуальность темы данной статьи обусловлена необходимостью теоретического и практического изучения жанровых форм интернет-коммуникации с лингвистическо-коммуникативных позиций (с позиций теории и практики речевой коммуникации, лингвистической прагматики, лингвистики текста) в связи с ростом популярности общения посредством сети Интернет и жанра интернет-объявления в частности. Целью написания данной статьи является описание концепции адресата жанра интернет-объявления о вакансии как конститутивного признака данного жанра, анализ его

лингвостилистических особенностей, определяющих коммуникативно-прагматические черты данного жанра. Среди исследовательских задач – выявить особенности образа адресата интернет-объявлений о вакансии.

Современные тенденции привели к тому, что Интернет на данном этапе развития человечества является неотъемлемой частью коммуникативной, познавательной и профессиональной деятельности современного человека, так как он способствует решению многих задач в кратчайшие сроки. Сфера менеджмента персонала не стала исключением для этой глобальной тенденции. Кроме новостных, учебных и информационных сайтов у интернет-пользователей большой популярностью пользуются разного рода сайты, которые предназначена для публикации и хранения рекламных объявлений, размещаемых посетителями данного сайта, так называемые виртуальная доска объявлений. Среди подобных нас интересуют часто используемые в менеджменте персонала сайты, посвященные трудоустройству. Наиболее крупными и популярными сайтами по поиску работы и сотрудников в Украине являются <http://www.work.ua/>, <http://hh.ua/>, <http://job.ukr.net/>. В среднем на сайте размещается около 850 тыс. резюме и 40 тыс. вакансий, при этом ежедневно сайт посещают более 200 тыс. человек, которые просматривают до 2,5 млн. страниц с вакансиями (статистика взята с сайта <http://www.work.ua/>, состоянием на январь 2013 года). Причем следует обратить внимание на то, что темпы наращивания популярности данных сайтов: количества пользователей, объемов обрабатываемой ими информации и результативность – постоянно растет в геометрической прогрессии. Такие сайты содержат актуальные вакансии, базу резюме и компаний, статьи, статистические данные, должностные инструкции, бланки кадровых документов, законодательную базу, касающуюся трудоустройства и многое другое. Таким образом, подобные сайты являются самыми интерактивными ресурсами по поиску свободных вакансий и сотрудников в сфере менеджмента персонала. Также мы можем предположить, что тексты этих объявлений отражают реальную речевую ситуацию развития русского языка в Украине.

Итак, существенным (конститутивным) жанрообразующим признаком высказывания является его *адресованность* или *обращенность* к кому-либо. Адресат может быть непосредственным участником-собеседником бытового диалога, может быть дифференцированным коллективом специалистов какой-нибудь специальной области культурного общения, может быть более или менее дифференцированной публикой, народом, современниками, единомышленниками и т. п.; он может быть и совершенно неопределенным, неконкретизированным *другим* – все эти виды и концепции адресата определяются той областью человеческой деятельности и быта, к которой относится данное высказывание. Каждый речевой жанр в каждой области речевого общения имеет свою определяющую его как жанр типическую концепцию адресата [4].

Так, реальным *адресатом интернет-объявлений о свободной вакансии* выступают пользователи сети Интернет, ищущие работу и соответствующие описанным в тексте объявления требованиям к кандидату. Коммуникация происходит посредством сети Интернет, адресат в рассматриваемом нами случае дифференцированный, достаточно определенный и конкретизированный. По сути основную и целеполагающую часть объявления составляет именно та часть, где изложены критерии, которым должен соответствовать кандидат на замещение вакансии:

«Требования:

- Мужчина/женщина 25-45 лет;*
- ВО*
- Опыт работы в оптовой компании по продаже электрооборудования от 2-х лет;*
- Уверенный пользователь ПК (MS Word, MS Excel);*
- Коммуникабельность, умение эффективно вести переговоры;*
- Знание рынка.*

ПРОСЬБА!!! Присылать резюме строго соответствующие нашим требованиям!!!» [13].

Проанализировав данный пример, мы видим, что в жанре объявления о свободной вакансии образ адресата выражается эксплицитно, автор описывает качества (знания, опыт, а порой и внешние данные), которыми должен обладать кандидат на замещение должности. Таким образом, главная особенность образа адресата объявлений о свободной вакансии состоит в том, что у автора текста объявления есть заранее сформированный образ адресата, хотя спецификой выбранного нами жанра является его применение в дистанционной, опосредованной ситуации общения. Если сравнить реализацию образа автора и образа адресата в выбранном нами для анализа жанре, то мы можем заметить, что автор объявления предоставляет о себе минимальную информацию, так как эта часть объявления не является обязательной и несет в себе только вспомогательную функцию заинтересовать и побудить к ответной реакции адресата, в то время как критерии, описывающие образ адресата, составляет основную и самую важную смысловую часть данного жанра. Таким образом, среди жанровых особенностей объявления о вакансии образ адресата занимает особое основополагающее место.

В соответствии с коммуникативно-речевой концепцией, проанализируем целеустановку интернет-объявления о вакансии, которая заключается в том, чтобы привлечь внимание адресата побудить его к ответной реакции. Тексты данного жанра выполняют апеллятивную функцию по отношению к, соответствующему описанным в тексте объявления параметрам, адресату.

На реализацию лингвостилистических особенностей образа адресата в тексте объявления влияет в первую очередь сфера употребления и особенности коммуникативной ситуации. Рассматриваемый нами жанр используется в сфере менеджмента персона и, таким образом в нем проявляются признаки официально-делового стиля:

«Национальная сеть салонов мобильной связи «Мобилочка» приглашает на работу Руководителя центрального регионального управления (Киев, Львов, Ивано-Франковск)...

Просьба присылать резюме с обязательным указанием региона проживания и уровня финансовых ожиданий» [11].

«Пожалуйста, обратите внимание, что отправляя резюме на наш электронный адрес, Вы даете согласие на обработку предоставленных Вами персональных данных с целью подбора и обеспечения персоналом компании» [13].

Так, в текстах интернет-объявлений о вакансии реализуются следующие стилистические особенности данного стиля: письменная форма, этикетная составляющая, конкретика и информативность, монологичность, регламентированность, опосредованность, дистантность участников коммуникативного процесса, постановка проблемы/вопроса.

В связи со специальной сферой употребления следует также учитывать специфику взаимоотношений между коммуникантами. В отношении интернет-объявления о свободной вакансии коммуникативная ситуация реализуется между работодателем и потенциальным наёмным сотрудником. Результатом таких иерархичных отношений является композиционная структура данного жанра. Так, в основе текста автор всегда указывает *«требования к соискателю»*, *«функциональные обязанности»*, *«условия работы»*, в которых диктует свои условия найма на вакантную должность.

Однако для интернет-объявления о вакансии характерны также признаки другого стиля. Так, в первую очередь объявления о поиске сотрудников – это всегда тексты публичного характера, находящиеся в свободном доступе для ознакомления максимальному количеству людей, поэтому они публикуются в средствах массовой информации, а в нашем случае, на соответствующих сайтах, посвященных трудоустройству. Во-вторых, анализируемый нами жанр выполняет информационно-содержательную функцию и функция эмоционального воздействия и побуждения к действию:

«OneTwoTrip.com – международный интернет проект в области организации путешествий, один из лидеров отрасли в мире. Мы – команда вдохновенных визионеров, каждый день ломающих шаблоны, сложившиеся в способах электронной

коммерції, так і в забезпеченні ультимативного зручності для користувача. Ми зробили електронні продажі квитків знову!

Ми запрошуємо розробників, готових приєднатися до команди OneTwoTrip в київському офісі.

Найцікавіша робота з використанням нових технологій, яка дозволяє досягти мрії будь-якого розробника – зробити щось унікальне, рвущее напроць стереотипи. Ти хочеш вписати своє ім'я в історію інтернет бізнесу, стати професіоналом в розробці високонавантажених систем – ти наш чоловік. Тобі тесно на поточній роботі, мешаючій тобі розкритися і не даючій викликів, гідних твого рівня, ти знаєш, що робити – слмай перший шаблон – відкликніть на вакансію!» [13].

Таким чином, в аналізованому тексті ми спостерігаємо рухливість мови публіцистичного стилю, яка повністю не властива оголошенням про пошук співробітників, розміщених в друкованих виданнях. С однієї сторони, в оголошенні присутнє достатнє кількість штампів (ми представили тільки найекспресивніші окремні оголошення, але крім цього в ньому присутні стандартні розділи присвячені *вимогам, обов'язкам і умовам роботи*). С іншої сторони, прагнення до переконання читачів вимагає нових мовних засобів, щоб впливати на потенціальних кандидатів. Таким чином, ми можемо стверджувати, що інтернет-оголошення про вакансії мають ознаки газетно-публіцистичного стилю: безглагольні фрази, характеризуються лаконічністю, енергійністю висловлення, номінативні пропозиції, сегментовані конструкції. Однак варто зауважити, що кількість такого роду емоційно окремних оголошень значно менше, ніж стандартних, побудованих за кліше.

Відзначимо, що інтернет-оголошення про вакансії відкриті для загального доступу і, якщо цільовою аудиторією виступають всі користувачі мережі Інтернет, які шукають роботу в певному сегменті, то образ адресата – це саме та частина з загальної

количества пользователей, которая соответствует излагаемым в тексте критериям и способна пройти конкурс на замещение вакантной должности. Так, проанализировав тексты интернет-объявлений о поиске сотрудника, можно выделить основные группы объявлений, разделив их по гендерному признаку и статусному различию.

Все объявления о вакансии, на наш взгляд, можно разделить по гендерному признаку на три группы: ориентированные на мужчин, ориентированные на женщин и нейтральные. Отметим, что среди проанализированных нами большинство составили именно нейтральные: *«Требования: мужчина / женщина, имеющее высшее техническое (экономическое)», «Основные требования: Мужчина / Женщина до 45 лет», «Пол не имеет значение»*. Что касается объявлений, адресованных мужчинам (в основном это объявления о поиске специалиста в технической и компьютерной сферах), то они характеризуются большей конкретикой, информативностью и структурированностью. Объявления, в которых на работу приглашают женщину, чаще отходят от стандартных профессиональных требований и включают в список требований внешние и личностные характеристики:

«Требования: В магазин женского нижнего белья девушки, женщины БЕЗ ВРЕДНЫХ ПРИВЫЧЕК!», «Требования:... широкий кругозор и эрудицию, приятную внешность, деловой стиль», «Если Вы соответствуете нашему представлению об оптимальном кандидате, присылайте свое резюме с фото и указанием ожидаемого дохода по адресу».

Следующий критерий, по которому различаются образы адресатов в рассматриваемом жанре, это статус предлагаемой вакансии. Учитывая этот критерий, мы предлагаем разделить вакансии на высшее (топ-менеджмент, руководящие должности), среднее (профессионалы, с соответствующим специальным образованием и опытом) и низшее (обычно для физической работы, не требующей специального образования) звено. Различия в языковом оформлении объявлений, различающихся по данному критерию, проявляется следующим образом: 1) среди объявлений

о поиске кандидата на вакансию высшего звена до 10 % написаны на иностранном языке (чаще всего на английском); 2) при описании требований к кандидату на вакансию высшего звена автор обычно указывает до 20 требований к кандидату и примерно столько же обязанностей, таким образом максимально детализируя образ автора; 3) именно среди объявлений, адресованных специалистам среднего звена, чаще всего встречаются нестандартные и экспрессивно окрашенные: *«Требования: человек, который кроме желания получить деньги – умеет их зарабатывать!»*, *«Если Ты уверен в себе и готов стать частью нашей компании: ...»*, *«Описание вакансии: Будь ярким каждый день! Для нас твой образ – твоё ПРЕИМУЩЕСТВО. Нам нужен ПРОДАВЕЦ-КОНСУЛЬТАНТ! Мы обеспечим: удобный ГИБКИЙ ГРАФИК; возможность самореализации; START твоей независимости. Мы приветствуем: активных и уверенных; коммуникабельных и позитивных; желающих УЧИТЬСЯ И ЗАРАБАТЫВАТЬ. Забронируй себе место в нашей команде! ИНТЕРТОПай к нам:»* [13]; 4) также именно объявлениям данной группы вакансий свойственно максимальное количество терминологии и профессиональной лексики: *«Знание 1С: Предприятие, Торговля (версия 8,2) (обязательно); Excel, Word, the Vat (обязательно)»*, *«Составление плана продаж на год и ближайший период, осуществление расчета ожидаемой прибыли и рентабельности»*; 5) отличительной чертой объявлений о поиске сотрудника низшего звена является максимальная краткость, иногда объявление может заключаться в одном предложении: *«Требуется вахтёр с функциями уборщицы: дежурство на проходной предприятия, уборка помещения и прилегающей территории»*.

Существует еще одна группа объявлений, которую, по нашему мнению, следовало бы рассматривать отдельно. Особенность их заключается в том, что образ адресата в них максимально «размыт», такое объявление подходит каждому, при этом они обычно максимально экспрессивны и в основе лежит позитивная коннотация:

«Требования к соискателю: не имеет значения, готовы взять студента.

Современная digital-компания «Интернет-портал об отдыхе и развлечениях Relax.com.ua» приглашает на работу менеджеров по продажам рекламы и работе с партнерами.

Мы ищем коммуникабельных и амбициозных людей, которые хотят работать и зарабатывать.

Если Вы опытный продавец – мы предоставим Вам интересный и качественный продукт для эффективных продаж и высокий процент от дохода.

Если Вы только начинаете продавать – мы поможем Вам стать успешным, обеспечим обучающими материалами и возможностью для роста.

Приветствуется удаленная работа.

Обязательные требования:

умение работать в Интернет (e-mail, skype);

желание зарабатывать;

активная жизненная позиция.

Присылайте свое резюме и начните зарабатывать прямо сейчас!» [13].

Подобного рода объявления имеют совершенно другую целевую установку и не производят отбора среди кандидатов на вакансию, так как заинтересованы в привлечении максимального количества людей, для реализации собственного товара или услуг. Объявления с подобного рода текстом используются в сетевом маркетинге. В тексте таких объявлений основными являются следующие параметры, которые приписывают «кандидату»: *умение работать с людьми, коммуникабельность, амбициозность, грамотная речь, ответственность, порядочность, желание зарабатывать.*

Так, в результате рассмотрения и анализа текстов интернет-объявлений о вакансии, было определено, что основную часть составляют требования к кандидату на вакантную должность. Таким образом, мы пришли к выводу, что образ адресата является основным жанрообразующим признаком для данного жанра. Утверждение о том, что данная часть объявления является самой

важной для реализации коммуникативной цели не подвергается сомнению. Указывая точные требования к кандидатам, работодатель сужает количество коммуникантов до минимального и наиболее результативного, так происходит первый этап отбора кандидатов на замещение вакантной должности. Проведенный анализ текстов интернет-объявлений о вакансии выявил использование черт не только официально-делового, но и публицистического стиля, что является особенностью интернет-объявления.

Важность интернет-объявлений о вакансии заключается не только в интересе к лингвистическим особенностям данного популярного жанра, но и экстралингвистическим изменениям в обществе, которые находят подтверждение на языковом уровне. Следует отметить возрастающую роль данного жанра и соответствующих сайтов в жизни общества, так как именно благодаря объявлениям о поиске сотрудника многие члены социума находят работу, реализуясь и поддерживая собственный социальный статус.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрианова Н. С. Жанры интернет-коммуникации: о некоторых подходах / Андрианова Н. С. Электронный ресурс : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2008_14/article/3.
2. Арчаков В. Н. Средства конструирования гендерной идентичности в объявлениях о рабочих вакансиях / Арчаков В. Н. Электронный ресурс : [http://lse2010.narod.ru/yazik_kommunikatsiya_i_sotsialnaya_sreda_vipus]
3. Бардашевич Я. А. Особенности жанра интернет-блога / Бардашевич Я. А. Электронный ресурс: [<http://rae.ru/forum2011/18/738>]
4. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / Бахтин М. М. // Собрание сочинений. – М. : Наука, 1996. – Т. 5. – С. 159–206.
5. Большой толковый словарь русского языка // Гл. ред. С. А. Кузнецов. – Первое издание. – СПб. : Норинт, 1998. –

- Публикується в авторській редакції 2009 года. Електронний ресурс: [<http://www.gramota.ru/slovari/dic>]
6. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Горошко Е. И. Электронный ресурс : [<http://www.textology.ru/article.aspx?aId=206>]
 7. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / Дементьев В. В. – М. : Знак, 2010. – 600 с.
 8. Мельник М. В. Блог как жанр интернет-коммуникации / Мельник М. В. Электронный ресурс : [<http://eprints.zu.edu.ua/8793/1/%D1%81%D1%82%>]
 9. Пастухов А. Г. Объявление о вакансии: между жанром и сортом текста / Пастухов А. Г. // Жанры, типы и сорта текста: Межвузовский сборник науч. трудов. – Вып. 1. – Орёл, 2004. – С. 54.
 10. Пастухов А. Г. Сорт текста «объявление о приеме на работу» в анализе коммуникативной ситуации / Пастухов А. Г. // Проблемы подготовки специалистов социально-культурной сферы в условиях реформирования профессионального образования в России. – Орёл : Орл. гос. ин-т искусств и культуры, 2002. – С. 136–138.
 11. Поиск работы на Украине. Электронный ресурс : [<http://hh.ua/>]
 12. Рыжова А. С. Особенности интернет-коммуникации: речевые стратегии пользователей / Рыжова А. С. Электронный ресурс : [<http://www.apriori-nauka.ru/uploads/files/RIZHOVA.pdf>]
 13. Сайт поиска работы и сотрудников. Электронный ресурс : [<http://www.work.ua/>].
 14. Селютин А. А. Форум как жанр виртуального общения / Селютин А. А. Электронный ресурс: [<http://www.lib.csu.ru/vch/110/020>].
 15. Щипицина Л. Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции / Щипицина Л. Ю. Электронный ресурс : [<http://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-zhanrov-kompyuterno-oposredovannoy-kommunikatsii-po-ih-funktsii>].

Стаття надійшла до редакції 22 лютого 2013 року