

- в современных славянских языках : материалы VII Междунар. науч. конф. / сост. Т. С. Пристайко. – Дн. : Нова ідеологія, 2015. – С. 85–88.
9. **Николаев С. Г.** Двойные контактные повторы с асемантизированными сегментами (на материале современного русского языка): автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / С. Г. Николаев. – Ростов н/Д, 1986. – 25 с.
 10. **Попова Т. В.** Неология и неография современного русского языка / Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава. – 2-е изд., стереотип. – М. : Флинта, 2011. – 168 с.
 11. **Попова Т. В.** Новые явления в русском словообразовании конца XX – начала XXI вв. / Т. В. Попова // OPERA SLAVICA. XVII. – 2007. – № 4. – С. 1–5.
 12. **Пристайко Т. С.** Креативные возможности русской деривации (на материале однословных названий придуманных профессий) / Т. С. Пристайко // Вісн. Дніпропетров. ун-ту. Серія «Мовознавство». – 2015. – Вип. 21(1). – С. 53–63.
 13. **Пристайко Т. С.** Лингвокреативный потенциал производных названий придуманных профессий / Т. С. Пристайко // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках : материалы VII Междунар. науч. конф. / сост. Т. С. Пристайко. – Дн. : Нова ідеологія, 2015. – С. 131–135.
 14. **Пристайко Т. С.** Образование отфразеологических номинаций лиц в русском языке последних лет [Электронный ресурс] / Т. С. Пристайко // Реквием филологический. Памяти Е. С. Отина. Кн. 1. Сборник научных трудов / Гуманитарный центр «Азбука». – К. : Изд. дом Дмитрия Бурого, 2015. – С. 223–232. – Режим доступа : <http://azbuka.in.ua/rekviem-filologicheskij-pamyati-evgeniya-stepanovicha-otina/>.
 15. **Пристайко Т. С.** О некоторых терминологических проблемах современной неологии / Т. С. Пристайко // Вісник Дніпропетров. ун-ту. Серія «Мовознавство». – 2009. – Вип. 15. – т. 1. – С. 253–260.

Надійшла до редколегії 10.12.15

УДК 811.112.2'42

И. А. Сахно

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

ТРУДОУСТРОЙСТВО СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЛЕКСИКИ

Исследованы лексические особенности современного немецкого делового дискурса. Проанализировано краткое резюме (*Bewerbung*), в частности его онлайн-реализации как разновидность текстов деловой коммуникации. Уделено внимание национально-специфическим традициям составления документов такого типа, их лексическому наполнению, лингвистическим средствам «самопрезентации» личности. На основе сравнения с рекомендациями по написанию резюме на украинском языке сделаны выводы об общих и отличительных тенденциях развития соответствующего делового дискурса как элемента современного медийного пространства.

Ключевые слова: деловая коммуникация, дискурс, резюме, медийное пространство, самопрезентация, интернетлингвистика.

Сахно І. П. Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара.
ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЛЕКСИКИ

Досліджено лексичні особливості сучасного німецького ділового дискурсу. Проаналізовано коротке резюме (*Bewerbung*), зокрема його онлайн-реалізації як різновид текстів ділової комунікації. Пріділено увагу національно-специфічним традиціям укладання такого типу документів, їх лексичному наповненню, лінгвістичним засобам «самопрезентації» особи. Через порівняння з рекомендаційними доробками у сфері українського ділового мовлення надано

висновків про загальні особливості, відмінні та схожі тенденції розвитку відповідного ділового дискурсу як елементу сучасного медійного простору.

Ключові слова: ділова комунікація, дискурс, резюме, медійний простір, самопрезентація, інтернет-лінгвістика.

Sakhno I. A. Oles Gonchar Dnipropetrovsk National University. *EMPLOYMENT THROUGH THE PRISM OF LANGUAGE*

The article investigates the lexical features of modern German business discourse. A brief summary (Bewerbung), in particular its online manifestation, as a variety of business communication texts is analyzed. Attention is paid to specific national traditions of expressing this type of lexical content, linguistic means of the author's «self-presentation». By comparing the recommendations on resume writing in the Ukrainian language, conclusions are made about the similarities and differences of the respective trends of business discourse as an element of the modern media space.

Keywords: business communication, discourse, resume, media space, self-presentation, Internet linguistics.

Деловая документация сегодня отличается разнообразием форм и жанров, становлением новых норм, усложнением структуры и лексического наполнения. Прежде всего, это обусловлено внеязыковыми факторами, а именно растущей интенсивностью делового общения, активизацией международных контактов на рынке труда. Как отмечает С. П. Кушнерук, для документной лингвистики динамика языковой системы проявляется в изменениях лексико-фразеологического состава средств, используемых в документных текстах, в росте разнообразия документных текстов вслед за ростом документных видов, в изменениях правил, регулирующих создание документных текстов. Экономические, социальные, культурные условия жизни общества оказывают различные по содержанию воздействия на ту часть языковой системы, которая используется в создании документных объектов. В большой степени здесь проявляются действия унифицирующих и стандартизирующих правил, имеющих внеязыковую природу [3, с. 5]. С лингвистической точки зрения новациям в деловом дискурсе способствуют процессы взаимопроникновения элементов разных функциональных стилей. Речь идет о взаимовлиянии разностилевых структурных, лексических и стилистических параметров.

Данная статья посвящена рассмотрению лексических особенностей такой жанровой разновидности письменной документации на немецком языке, как Bewerbung. Ставится *задача* проанализировать прагматические и лингвокультурные аспекты краткого резюме как формы «самопрезентации» личности и отражения ценностных установок определенного культурного сообщества. Появление новых моментов в области составления деловых документов связано, в частности, с привлечением сервисных возможностей Интернета. В этой связи представляет интерес сравнение рекомендаций по составлению резюме на соответствующих немецкоязычных и украинских интернет-сайтах.

Современное медийное пространство значительно обогатилось и видоизменилось с развитием интернет-сегмента. Различные стороны интернет-коммуникации изучаются сегодня новым направлением языкознания – интернет-лингвистикой [1]. Это интегративное направление опирается на терминологию и методы исследования коммуникативной, когнитивной лингвистики, дискурсологии и других наук и еще только разрабатывает свой инструментарий.

Развитие Интернета перемещает в киберпространство дискурс традиционных СМИ. Граница между сетевыми СМИ и традиционной прессой, приходящей в сеть, в последнее время все больше стирается. Конвергенция Интернета и СМИ создает предпосылки интегрированных мультимедийных маркетинговых коммуникаций, объединяющих во времени и пространстве возможности локального охвата аудиторий печатных и вещательных СМИ и глобального охвата интернет-аудитории [6]. По мнению исследователей, феномен виртуальной коммуникации

заслуживает внимания с самых разных точек зрения. Как отмечает, в частности, Л. Ф. Компанцева, «определить физические границы интернет-коммуникации невозможно, но обозначить принципы разграничения нормы и узуса, письменной и разговорной речи сетевого общения, жанротворчества, выявить причины «войны дискурсов», описать и предвидеть последствия пересечения лингвоментальных и лингвокультурных пространств – задачи, которые могут увлечь не одно поколение лингвистов [2].

Материалом нашего исследования послужили образцы написания резюме, представленные на информационных сайтах Украины и Германии, тексты интернет-форумов, материалы анкет [6; 9–12]. Интернет-ресурсы активно размещают сегодня поисковую информацию по проблемам трудоустройства, команды профессионалов предлагают свои услуги, предоставляемые в режиме онлайн. Традиционные текстовые жанры получают в процессе компьютерной коммуникации новые формы, приобретают мультимедийный характер. Это приводит к определенным трансформациям и в современном деловом дискурсе.

Исследователи отмечают, что виртуальный дискурс обладает всем разнообразием функциональных целей, присущих дискурсу реальному: это цели учебные, социализирующие, коммуникативные, игровые, психотерапевтические, манипуляционные и т. п. Процесс достижения цели дискурса является стратегическим процессом, основой для которого служит выбор оптимальных языковых ресурсов. Согласно основным целям виртуального дискурса, выделяют следующие коммуникативные стратегии: организующую, поисковую, позиционирующую, объясняющую, оценивающую, содействующую, дискредитирующую [4].

С точки зрения прагматики предлагаемый нами объект исследования представляет собой сложный феномен, сочетающий элементы научно-популярного, официально-делового и масс-медийного дискурса.

Рассмотрим ряд лексических и семантических новаций, отличающих рекомендации по трудоустройству на соответствующих немецкоязычных интернет-сайтах.

Ключевую роль при оформлении документации играет правильно составленное резюме. Основным документом, сопровождающим процесс трудоустройства в Германии, является *Bewerbung / Bewerbungsschreiben*. В немецком языке это понятие не полностью эквивалентно принятому в международной практике термину «резюме». В большинстве англоязычных стран традиция предполагает краткое отражение фактов биографии и профессиональной компетентности претендента в письменной или печатной форме. Процесс успешного трудоустройства в Германии включает сегодня в себя составление целого ряда документов, среди них – *Bewerbungsunterlagen: Deckblatt, Anschreiben, Foto, Lebenslauf, Dritte Seite, Kompetenzprofil, Anhang, Referenzen*.

Резюме в современном виде появилось не сразу. С течением времени изменялись его форма, объем, требования к содержанию и стилю. В связи с процессами интернационализации и глобализации, с усилением конкуренции на рынке труда резюме стало формой самопрезентации, саморекламы, «самомаркетинга» личности, увеличился его объем и количество приложений.

Само слово *Bewerbung* становится сегодня ядром обширного словообразовательного гнезда. Приведем наиболее частотные его производные, встречающиеся в образцах написания резюме и в сопроводительных рекомендациях информационных сайтов [9–12]: *Bewerbungsgespräch, Bewerbungsvorgang, Bewerbungsprozess, Bewerbungsmappe, Bewerbungsfoto, Bewerbungstext, Bewerbungsschreiben, Bewerbungsexperte, Bewerbungsservice, Bewerbungsportal, Bewerbungsprofil, Bewerbungsflut, Bewerbungshandbuch, Bewerbungsanschreiben*,

Bewerbungsforum, Bewerbungs-Editor, Bewerbungsarten, Bewerbungshomepage, Bewerbungsweg и т. д.

Несколько реже реализуется словообразовательная модель, в которой *Bewerbung* выступает определяемым компонентом: *Initiativbewerbung, Online-Bewerbung, Kurzbewerbung, Videobewerbung*. Зафиксированы композиты с однокорневой лексемой *Bewerber-*: *Bewerberwebsite, Bewerbersicht, Bewerberdaten, Bewerberhintergründe, Mitbewerber*. Менее частотны трехкомпонентные структуры: *Onlinebewerbungsformular, Online-Bewerbungsportal, Online-Bewerbungstool, E-Mail-Bewerbung*. Распространены устойчивые сочетания лексического характера с широкой вариативностью компонентов, например: *Schriftliche Bewerbung, telefonische Bewerbung, Bewerbung im IT-Bereich, Bewerbung als Architekt, Bewerbung zum Design- und Kunststudium* и т. п.

Наблюдается активное проникновение англицизмов в немецкие словообразовательные модели и тенденция к интернационализации сферы деловой коммуникации. Лексические новации отражают, таким образом, социально-экономические реалии сегодняшнего дня.

Помимо «*Bewerbung*» базовыми концептами рассматриваемого типа дискурса выступают также «*Beruf*», «*Ausbildung*», «*Voraussetzungen*», «*Fähigkeiten*», «*Motivation*». Характеризуя разные стороны личности, резюме приобретает характер «самопрезентации». Самопрезентация понимается исследователями как совокупность вербальных и паравербальных средств, используемых субъектом для моделирования представления о себе в условиях конкретной прагматической ситуации общения [8, с. 189]. Наибольшим количеством репрезентаций отличаются концепты «*Voraussetzungen*» и «*Fähigkeiten*». В зависимости от сферы деятельности, претендент формулирует приоритетные способности и качества. Их лексическая объективация осуществляется преимущественно узуальными языковыми средствами. В первую очередь это прилагательные и причастия с оценочной семантикой, например: *kreativ, beratungserfahren, flexibel, kunden-, service- und verkaufsorientiert, selbstständig, kommunikativ, konstruktiv, qualifiziert, verantwortlich, erfolgreich, anspruchsvoll, gerecht, sicher, gelernt, interessant*. Оставаясь в рамках делового документа, авторы резюме стремятся, вместе с тем, рекомендовать себя с наилучшей стороны. В представленном синонимическом ряду слово *gut* не выдерживает конкуренции и практически не встречается.

Усилительный эффект достигается частым использованием интенсификаторов *viel, sehr, stets, gern(e), überaus, Vielzahl, oberst, besonders, voll, optimal*. Обстоятельства времени подчеркивают длительность трудового опыта (*seit mehreren Jahren, zusätzlich*) или мобильность, готовность приступить к новой работе (*sofort antreten, jederzeit*).

Форма Perfekt у глагольных лексем семантизирует завершенность и состоятельность предшествующих трудовых этапов, наличие всех необходимых предварительных условий и предпосылок: *habe gesammelt, habe geleitet, habe abgeschlossen, habe gesteuert, habe mich entschieden, habe festgestellt, habe bemerkt, habe mich vertraut*. В описании выбора будущей работы нейтральные глагольные констатации нередко заменяются эмоционально окрашенными презентными формами: *mich fasziniert, reizt mich sehr, fühle mich angesprochen*.

Типичными маркерами концепта «*Voraussetzungen*» выступают имена существительные *Praxiserfahrungen / Praktikum, Seminare und Workshops, Fremdsprachenkenntnisse, Schwerpunkt der Diplomarbeit*.

При описании способностей, личностных и профессиональных качеств (концепт «*Fähigkeiten*») типично использование существительных *Engagement, Geduld, Kreativität, ausgeprägtes Interesse, interessante Herausforderung, Potenzial*,

internationaler Markt. Независимо от характера выбранной вакансии, в резюме в той или иной степени идет речь о таких понятиях, как *Belastbarkeit und Teamfähigkeit*, *Eigeninitiative*, *analytische Fähigkeiten*, *volles Engagement*, *Kommunikationsfähigkeit*, *Durchsetzungsvermögen*, *soziale Kompetenz*, *strukturierte Herangehensweise*.

Акценты в «самопрезентации» отражают актуальный спрос и предложение. Вместе с тем ценности представляют собой базовую категорию при построении картины мира. Конфигурация ценностей определяет культурный тип той или иной общности [4]. Рекомендации потенциальным работникам по составлению резюме, обобщающие удачный и менее удачный опыт соискателей, отражающие ожидания работодателя и конъюнктуру рынка, дают представление о ценностях соответствующего культурного сообщества.

Сопоставление языковых средств документа «резюме» на соответствующих сайтах Германии и Украины позволяет говорить об определенных схожих и отличительных тенденциях с точки зрения лингвокультурологии и компаративистики [6; 9–12].

С одной стороны, имеет место тенденция к структурной, нормативной унификации документных текстов. Так, украинские сайты активно предлагают образцы резюме на нескольких европейских языках (преимущественно, украинском, русском, английском). Немецкие сайты, соответственно, на немецком, а также английском, французском, испанском языках. Процессы глобализации рынка труда порождают в международном масштабе спрос на специалистов одного и того же профиля. Это находит отражение в подборе наиболее популярных образцов резюме, ср.: укр. *IT сектор* – нем. *IT-Jobs*, укр. *менеджер* – нем. *Manager*, укр. *електротехнік* – нем. *Elektrotechniker*, укр. *архітектор* – нем. *Architekt*, укр. *інженер* – нем. *Ingenieur*. Как видно из приведенных примеров, многие новые профессии имеют наименования-интернационализмы. Унифицируется номенклатура образовательных и производственных специальностей. Схожи принципы поиска работников. При всем разнообразии корпоративной культуры и трудового законодательства, отмечается сходство психологических приемов отбора претендентов. Резюме создается с целью предварительного знакомства, что требует лаконичности, точности, информационной насыщенности, конкретности, позитивности.

С другой стороны, можно говорить о целом ряде отличий. Так, информационно-рекомендательные сайты немецкоязычного интернет-сегмента отличаются большим разнообразием представленных образцов (*Bewerbung als Koch*, *Bewerbung als Architekt*, *Bewerbung als Maurer*, *Bewerbung als Barkeeper*, *Bewerbung als Hausmeister*, *Bewerbung als Arzthelfer*, *Bewerbung als Bankkauffrau* и т. д.). Это может быть связано с национальными традициями поиска работы, с тем, отдается ли в определенной профессиональной среде предпочтение классическим СМИ или виртуальной коммуникации. Как свидетельствует статистика, уже сегодня при поиске работы в Германии самым популярным оказывается путь рассылки всех необходимых документов в электронном виде (почти в 80 % случаев) [12]. В Украине электронная коммуникация в сфере наемного труда активно завоевывает позиции. В начале текущего года Украина поднялась на 17 пунктов и заняла 24-е место в Глобальном индексе размещения трудовых ресурсов. Активным пользователем Интернета является молодое поколение. Этот факт, а также проблемная ситуация на рынке труда объясняют обилие рекомендаций и предложений для «студентів із мінімальним досвідом роботи».

Отличаются также количество и качество типичных ценностных акцентов как средства самопрезентации личности. Здесь, безусловно, играет роль усложненная структура процедуры трудоустройства в Германии и распределение соот-

ветствующих смыслов между несколькими документами (ср.: *Bewerbungsmappe, Bewerbung, Motivationsscheiben, Dritte Seite*). В силу этого *Bewerbung* выглядит менее формально, включает такие обязательные компоненты, как формулы приветствия и прощания. Резюме, принятое в Украине, имеет более строгую структуру, более формализовано, лишено субъективно-личностных оборотов [5]. Оно, как правило, носит характер анкетного опроса.

Виртуальный дискурс отличается многообразием форм и жанров, функциональных стилей и коммуникативных стратегий. Его информационный сегмент предлагает сегодня новые возможности при поиске работы и оформлении деловой документации. Здесь можно найти многообразие форм резюме, сэкономить время и затраченные усилия, расширить диапазон поиска. Подключение к тому же специальных компьютерных программ, корректирующих лексику и синтаксис, позволяет оперативно реагировать на выдвигаемые требования, своевременно учитывать изменения нормативной базы при составлении документов. Претендент на рабочее место, воспользовавшись интернет-рассылкой, производит впечатление человека, идущего в ногу со временем и новыми технологиями.

Дальнейший детальный лингвистический анализ структурных и лексико-фразеологических особенностей интернет-рекомендаций в сопоставительном плане открывает возможности для более глубокого изучения национально-культурного менталитета сквозь призму языка.

Библиографические ссылки

1. **Ахренова Н. А.** Теоретические основы интернет-лингвистики / Н. А. Ахренова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10 (28) – С. 22–25.
2. **Компанцева Л. Ф.** Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы : монография / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2008. – 528 с.
3. **Кушнерук С. П.** Документная лингвистика : учеб. пособие / С. П. Кушнерук. – Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2007. – 313 с.
4. **Лутовинова О. В.** Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О. В. Лутовинова. – Волгоград : Перемена, 2009. – 476 с.
5. **Плотницька І. М.** Ділова українська мова : навч. посібник. – 3-тє вид. / І. М. Плотницька. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 256 с.
6. **Резюме-jobs.ua** [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://www.jobs.ua/ukr/resume_sample/resume_types/.
7. **Филатова О. Г.** Интернет как масс-медиа / О. Г. Филатова // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 232–240.
8. **Шарикова Л. А.** Концептуализация мира в текстах медийной самопрезентации Европейского Союза / Л. А. Шарикова // Вестник КемГУ. – 2013. – № 2 (54), т. 2. – С. 188–194.
9. **Bewerbung** – Lektorat, Korrekturlesen (Korrektur), Layout für Deine Bewerbung [Electronic resource]. – Access : <http://www.bewerbung.org/>.
10. **Bewerbungshandbuch** [Electronic resource] – Access : <https://de.wikibooks.org/wiki/Bewerbungshandbuch>.
11. **Bewerbungsmuster** – Einstieg in Studium und Beruf [Electronic resource] – Access : <http://www.einstieg.com/bewerbung/motivationsschreiben-studium-muster.html>.
12. **Jobbörse für Studenten, Absolventen und Young Professionals** [Electronic resource] – Access : <https://www.staufenbiel.de/ratgeber-service/bewerbung/bewerbungsschreiben.html>.

Надійшла до редколегії 16.01.16