

На правах рукописи

Кот

Котова Ирина Юрьевна

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ
В ДОКУМЕНТАЦИИ ПРИ ПОИСКЕ РАБОТЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Специальность 5.9.6. Языки народов зарубежных стран
(германские языки)

Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2023

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Воронежский государственный педагогический университет»

Научный руководитель: **Сребрянская Наталья Анатольевна,**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Ильинова Елена Юрьевна,**
доктор филологических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Волгоградский
государственный университет»,
кафедра теории и практики перевода и
лингвистики,
профессор

Стеблецова Анна Олеговна,
доктор филологических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный медицинский
университет имени Н.Н. Бурденко»,
кафедра иностранных языков,
заведующий

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Волгоградский
государственный социально-
педагогический университет»

Защита состоится «26» февраля 2024 г. в 13:30 на заседании диссертационного совета 24.2.288.12 при ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» по адресу: 394018, г. Воронеж, пл. Ленина, 10, ауд. 49.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» и на сайте <http://www.science.vsu.ru/disser>.

Автореферат разослан «__» декабря 2023 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук



П.Б. Кузьменко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Данное диссертационное исследование посвящено изучению особенностей функционирования языковых средств выражения речевых стратегий самопрезентации кандидата (соискателя на должность) и презентации кандидата со стороны рекомендующего в письменном дискурсе трудоустройства на материале текстов англоязычных (британских и американских) резюме, сопроводительных писем и рекомендательных писем.

Роль положительной презентации себя и других крайне велика во всех областях человеческого существования, в особенности на современном этапе развития экономических отношений и процессов глобализации, когда кандидаты на открытые вакансии могут подавать заявления и отсылать резюме в другие регионы своей страны и другие страны. В этой связи обнаруживается необходимость изучения и системного описания видов дискурса, в которых центральное место занимают стратегии самопрезентации и презентации личности. К таким типам дискурса относится дискурс трудоустройства, раскрывающийся в рамках жанров резюме, сопроводительного письма (где ведущей речевой стратегией является самопрезентация, поскольку резюме – это документ, в котором кандидат представляет собственные достижения, историю своей трудовой деятельности, умения и навыки) и рекомендательного письма (где доминирует стратегия презентации индивида и где рекомендатель представляет свойства личности, достижения, умения и навыки кандидата). В данной работе жанр, вслед за В. В. Виноградовым, трактуется как класс текстов, объединенных устойчивыми и повторяемыми содержательно-формальными признаками [Виноградов 1963].

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена следующим:

- отсутствием в современной научной литературе системного описания особенностей функционирования стратегий самопрезентации и презентации кандидата в письменном дискурсе поиска работы;

- потребностью в системном изучении и описании вышеуказанных стратегий и их речевых тактик;

- потребностью в описании различных жанров письменного дискурса поиска работы, пополнении теоретической базы дискурсивной лингвистики.

Степень разработанности проблемы. Коммуникативные и речевые стратегии самопрезентации и презентации давно находятся в фокусе внимания исследователей. Термин «самопрезентация» восходит к трудам И. Гофмана в области социальной психологии. Социальные аспекты функционирования самопрезентации также раскрыты в работах [Mead 1913; Tedeschi, Riess 1981; Jones, Pittman 1982], где подчеркивается неразрывная связь между процессом самопрезентации и опорой на представления субъекта о своем публичном образе и о социальных нормах представления себя. В области социальной психологии изучением самопрезентации или ее аспектов занимались [Ковалев 1987; Жуков 1988; Доценко 1997; Шепель 2002; Михайлова 2007; Бодалев 2015; Voz, Uhls, Greenfield 2016; Orehek, Human 2017; Alassiri 2018]. В меньшей степени психологами изучен феномен презентации. Однако аспекты репрезентации ментальных образов находят отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых [Брунер 1977; Смирнов 1981; Обухов 2002; Холодная 2002; Степашкина 2016], выделяющих ключевые характеристики явления репрезентации: абстрактность, обобщенный характер и системность отбора репрезентуемых образов, знаковая оформленность.

Вопросы реализации стратегий поднимаются в когнитивной лингвистике, где стратегичность рассматривается как один из важнейших механизмов восприятия информации и понимания текстов [ван Дейк, Кинч 1988] и конструирования смыслов образа себя [Фурс, Чернышева 2010]. На данный момент не до конца решенными остаются проблемы структуры речевой стратегии, ее целостности и воспроизводимости.

Стратегия самопрезентации изучалась на материале немецкоязычных интервью [Кашкина 2005], где она рассматривалась как целеполагающая основа самооценочного суждения.

Феномен презентации рассматривается как парадигматическое основание для выделения презентационного дискурса [Олянич 2004; Букеева 2013] Языковые средства выражения дискурсивной самопрезентации личности были описаны на материале бытового дискурса британской культуры [Ильинова, Кочетова 2018]. Особенности функционирования самопрезентации/презентации и языковых средств их выражения были изучены в рамках бытового Интернет-дискурса [Громова 2007; Завьялова 2011], институционального интернет-дискурса [Дайнеко 2010; Борис 2018] массово-информационного [Дубских 2008], политического дискурса [Атьман 2011; Малышев 2016; Соломатина 2016].

Однако до сих пор не предпринималось попыток сравнить языковые средства реализации стратегий самопрезентации и презентации в трех письменных жанрах, обслуживающих ситуацию поиска работы – резюме, сопроводительном и рекомендательном письме.

Объектом исследования являются стратегии самопрезентации и презентации в деловой документации, обслуживающей сферу поиска работы.

Предметом исследования выступают языковые средства речевых стратегий самопрезентации и презентации, функционирующих в текстах указанных жанров деловой коммуникации.

Материалом исследования являются 314 текстов резюме, 210 текстов сопроводительных писем и 206 текстов рекомендательных писем (всего 6010 высказываний). Источником послужили популярные у соискателей англоязычные сайты, посвященные поиску работы: “Balance”, “Career Addict”, “Career Blog”, “Indeed”, “MyPerfectCV”, “Prospects”, “Resume.io”, “Stand Out”, “Zety”. Нами были отобраны тексты, созданные носителями английского языка (представителями британской и американской лингвокультур) в период 2018-2023 г.

На *первом этапе* нами был проведен сбор материала исследования. На *втором этапе* были выявлены речевые тактики, подчиненные стратегиям самопрезентации и презентации, а также проведен системный анализ языковых средств выражения каждой тактики. *Третий этап* включал в себя обобщение результатов исследования и установление закономерностей между особенностями функционирования вышеуказанных речевых стратегий и конвенциями жанров резюме, сопроводительного и рекомендательного письма, в которых они реализуются.

Цель работы заключается в выявлении и описании языковых средств выражения речевых стратегий самопрезентации и презентации в англоязычном письменном дискурсе трудоустройства.

Поставленная цель предполагает решения ряда **задач**:

1. проанализировать современные подходы к изучению самопрезентации и презентации;
2. дать определение понятий «стратегия самопрезентации» и «стратегия презентации»;
3. выявить структуру самопрезентации и презентации в жанрах резюме, сопроводительного и рекомендательного письма описать тактики реализации данных стратегий;
4. выявить и проанализировать языковые средства выражения вышеуказанных речевых стратегий;
5. проанализировать особенности композиционной структуры текстов резюме, сопроводительных и рекомендательных писем, т. е. текстов, основным содержанием которых является самопрезентация или презентация.

Научная новизна исследования состоит в выявлении, систематизации и описании языковых средств выражения самопрезентации и презентации. Будут установлены тактики, подчиненные стратегиям самопрезентации и презентации, реализующихся в жанрах резюме, сопроводительного и рекомендательного письма, а также дано комплексное описание языковых средств выражения данных тактик. Предложены дефиниции стратегий

самопрезентации и презентации, реализующихся в дискурсе трудоустройства.

Теоретическая значимость заключается в дальнейшем развитии научной базы теории дискурса, в частности, делового дискурса. Внесен вклад в понимание природы речевых стратегий и тактик, представлена информация о языковых средствах их реализации в письменном деловом дискурсе трудоустройства. Кроме того, определенный вклад внесен в жанроведение в части делового текста; дано системное описание стратегий самопрезентации и презентации в трех основных жанрах письменного дискурса поиска работы.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы при подготовке резюме, сопроводительного и рекомендательного письма на английском языке, а также при создании учебных курсов и пособий по деловому английскому языку или по стилистике английского языка, при написании курсовых и дипломных работ по теории дискурса или деловой коммуникации. Информация о стратегиях и тактиках самопрезентации и презентации в документах по поиску работы поможет русскоязычному соискателю подготовить качественные резюме, отвечающие современным требованиям работодателя. Учитывая высокую степень коммерциализации рекрутингового бизнеса, можно предположить, что разработанные алгоритмы подготовки документов будут востребованы рекрутинговыми агентствами, оказывающими соискателям помощь в написании резюме.

В ходе исследования был использован комплекс **методов**: общенаучные методы анализа и синтеза, метод классификации, систематизации и комплексного описания, метод количественного анализа, лингвистические методы семантического и контекстуального анализа, интерпретативный метод.

Теоретической базой исследования послужили исследования в области теории дискурса [Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, А.А. Кибрик, Е.С. Кубрякова, В.Б. Кашкин, В.И. Тюпа, Г.П. Грайс, М.Л. Макаров, А.В. Олянич,

В.Е. Чернявская] и теории коммуникации [Е.В. Ключев, О.С. Иссерс, О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина, Ю.М. Жуков]. Феномен стратегий был раскрыт в рамках когнитивной лингвистики [Т. ван Дейк, В. Кинч, Л.А. Фурс, А.П. Чернышева], социологии [И. Гофман, Э. Джонс, Т. Питтман, Дж. Тедеси, М. Риес, Дж. Мид] психологии [В.М. Шепель, Е.В. Михайлова, Е.Л. Доценко, Г. А. Ковалев]. Мы опирались на исследования в области дискурсивных аспектов самопрезентации и презентации [О.В. Атьман, Е.В. Кулинич, Е.Ю. Ильинова, Л.А. Кочетова, О.В. Кашкина, А.В. Бондарькова, П.М. Дайнеко, А.В. Соломатина, А.М. Борис, Д.А. Малышев], письменной деловой коммуникации в современном дискурсе трудоустройства [А.О. Стеблецова, О.В. Тойкина, Т.Р. Канеева, М.Н. Левченко, М.Ю. Захарова, А.В. Пашина, Н.В. Омелаенко, Н.А. Чалых, Г.Ш. Павлова].

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Стратегия самопрезентации в дискурсе трудоустройства может быть определена как план осуществления речевой деятельности, направленный на конструирование положительного образа своей профессиональной личности и воплощаемый в тексте.

Стратегию презентации кандидата можно определить как план осуществления речевой деятельности, направленный на конструирование положительного образа профессиональной личности третьего лица (соискателя на должность). Речевая стратегия презентации кандидата воплощается в тексте.

Самопрезентация и презентация (как результат реализации соответствующих стратегий) могут рассматриваться как план содержания текста. Языковые средства, организованные в соответствии с жанровыми конвенциями, являются планом выражения.

2. Необходимыми параметрами реализации речевых стратегий самопрезентации и презентации являются субъект, реализующий стратегию; объект, на который она направлена; коммуникативная цель (формирование соискателем положительного образа своей профессиональной личности или

формирование рекомендателем положительного образа личности третьего лица); жанровые конвенции конструирования текстов, в которых реализуются стратегии самопрезентации и презентации.

3. Коммуникативная цель стратегий самопрезентации и презентации обуславливает постановку тактических задач: выстраивание образов разных сторон личности (например, личности, декларирующей свою профессиональную идентичность, личности, умеющей выполнять определенные профессиональные обязанности и т. д.). Эти коммуникативные задачи реализуются посредством речевых тактик. В текстах резюме самопрезентации подчинены четыре тактики - самономинация, самодескрипция, презентация собственных профессиональных достижений и описание собственных профессиональных обязанностей. В сопроводительных письмах этот набор дополнен тактикой идентификации с желаемым образом. В текстах рекомендательных писем были обнаружены тактики дескрипции, презентации профессиональных достижений кандидата, описания профессиональных обязанностей кандидата, подчеркивание собственной "утраты" и эксплицитная рекомендация.

4. Каждая из вышеперечисленных тактик имеет характерное языковое оформление. Тактика самономинации выражается преимущественно именами существительными, обозначающими профессиональную принадлежность. Тактики дескрипции и самодескрипции преимущественно адъективны. При реализации тактик презентации достижений и описания обязанностей используются глагольные единицы. Тактики идентификации с желаемым образом, эксплицитной рекомендации и подчеркивания собственной «утраты» представляют собой синтаксическую конструкцию (*he/she will be (sorely) missed; [I am/we are] sorry to see (him/her) go*).

5. На лексическом уровне заметных и значимых различий между средствами выражения самопрезентации или презентации в резюме, сопроводительных и рекомендательных письмах не наблюдается. На синтаксическом уровне выражены различия между самопрезентацией в

резюме и самопрезентацией/презентацией и сопроводительном и рекомендательном письмах. При конструировании самопрезентации в резюме предпочтение отдается свернутым синтаксическим формам, в то время как синтаксис самопрезентации/презентации в сопроводительных и рекомендательных письмах тяготеет к сложным развернутым предложениям. Также наблюдаются различия в композиционной структуре текстов с точки зрения расположения языковых средств самопрезентации и презентации. В резюме средства выражения каждой тактики занимают отдельный композиционный раздел, а для текстов сопроводительных и рекомендательных писем характерно сочетание средств выражения разных тактик в одном абзаце или сложносочиненном предложении.

6. Существование указанных различий (сжатый или развернутый синтаксис, наличие или отсутствие озаглавленных композиционных разделов) в структуре текстов резюме, сопроводительных и рекомендательных писем объясняется не столько особенностями стратегии самопрезентации/презентации, сколько жанровыми конвенциями конструирования текстов. Сопроводительные и рекомендательные письма эксплицитно обращены к конкретному лицу, в них используются контактоустанавливающие и контакторазмыкающие средства и развернутый синтаксис. Резюме как официальный деловой документ не обращен к конкретному лицу эксплицитно, не имеет контактоустанавливающих и контакторазмыкающих средств, характеризуется наличием относительно строгой композиции с озаглавленными разделами. Презентация и самопрезентация как основной план содержания данных текстов будут иметь определенные особенности синтаксического и композиционного выражения.

Апробация. Основные положения исследования апробированы в 10 статьях, четыре из которых опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК. Результаты исследования обсуждались на следующих конференциях: Международная научно-практическая конференция «Иностранные языки и современные тенденции в современном иноязычном образовании» (Воронеж,

2021), «Язык и межкультурная коммуникация: Современные векторы развития» (Пинск, 2021), Всероссийская научно-практическая конференция «Иностранные языки и современные тенденции в современном иноязычном образовании» (Воронеж, 2022), Всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные вопросы романо-германской филологии и дидактики» (Липецк, 2022), Всероссийская студенческая научно-практическая конференция «Филология, лингвистика и лингводидактика в современном обществе» (Елец, 2022), Всероссийская научно-практическая конференция «Гуманитарные науки в образовании: Лингвистика. Филология. Культура. Образовательные технологии» (Липецк, 2023). Основные положения работы были представлены на Всероссийском конкурсе НИР «Лучшая исследовательская работа в области филологии, лингвистики и лингводидактики» (Елец, 2022).

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, списка источников материала и трех приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Введение содержит обоснование выбора темы и направлений диссертационного исследования, определение объекта и предмета исследования, обоснование актуальности, новизны, теоретической и практической значимости работы. Раскрыты цель и задачи исследования; приведены основные положения, на которые опирается настоящее исследование.

В первой главе «Презентация и самопрезентация как объект междисциплинарных исследований» рассматриваются феномены самопрезентации и презентации с точки зрения философии, социологии, психологии и лингвистики. Внимание уделяется смежным понятиям – имидж, образ «я», самопознание, репрезентация мира. Обсуждается вопрос лингвистической сущности самопрезентации и презентации, приводятся аргументы в защиту позиции об отсутствии у данных феноменов

фиксированного онтологического статуса в виду их мутабельной природы. Вычленяются сущностные характеристики самопрезентации и презентации; даются определения вышеуказанных понятий. В данном исследовании мы придерживаемся следующих определений речевой стратегии и тактики: Речевая стратегия – реализация набора целей в структуре общения. Речевая тактика – способ реализации стратегии путем последовательного достижения локальных интенций.

В первой главе описываются три жанра дискурса трудоустройства, где велика роль самопрезентации или презентации, – резюме, сопроводительное и рекомендательное письмо.

Во второй главе «Языковые средства выражения стратегий самопрезентации и презентации в документации при поиске работы» описаны языковые средства выражения стратегий самопрезентации и презентации, а также подчиненных им речевых тактик. Рассматриваются лексический и грамматический уровень функционирования языковых единиц; описывается композиционное оформление самопрезентации и презентации. Проведен сравнительный анализ средств выражения самопрезентации и презентации в трех жанрах письменного дискурса поиска работы.

В жанре резюме реализуются четыре тактики: самономинация (декларация кандидатом профессионального самоопределения), самодескрипция (описание своих положительных качеств), презентация собственных профессиональных достижений и описание собственных профессиональных обязанностей.

В ходе исследования было обнаружено, что единицы самономинации выражены посредством существительных, обозначающих название должностей или профессий. Синтаксис предложений с самономинацией, как правило, является эллиптическим. Самономинация представлена в разделе *Professional Summary* («Описание кандидата»).

Тактика самодескрипции выражена преимущественно посредством прилагательных: *efficient, passionate, dedicated, energetic, experienced, detail-oriented, personable, accomplished, skilled, effective, motivated, talented, friendly, creative* и т. д. Синтаксис предложений с данной тактикой характеризуется стремлением к эллиптизации (опущено подлежащее и связка). Единицы данной тактики располагаются преимущественно в разделе *Professional Summary* («Описание кандидата»).

Тактика презентации собственных профессиональных достижений выражается с помощью глаголов с разнообразными семантическими доминантами:

1) каузативные глаголы, имеющие обобщенную семантику «изменение количественного показателя».

а) изменение состояния с динамикой роста: *increase, raise, boost, grow, skyrocket, double*;

б) изменение состояния с отрицательной динамикой: *reduce, decrease, lower, eliminate, cut down*.

2) Каузативные глаголы с семантикой «преобразование объекта»: *develop, create, maintain, implement, design, save, contribute, deliver, introduce, eliminate, find, modify*.

3) Глаголы социального взаимодействия с семантическим компонентом «превосходство» (как правило, в пассивной форме): *achieve, win, be awarded, be nominated, be elected, be granted*.

Синтаксис также характеризуется тенденцией к эллиптизации, обычно опущено подлежащее. Данная тактика сопровождает раздел резюме *Work Experience* («Опыт работы»), сообщающий о профессиональном опыте и достижениях кандидата.

Тактика описания собственных профессиональных обязанностей выражена посредством глаголов. Ряд глаголов обладает активной семантикой и обозначает действие, выполняемое субъектом-агентом: *run, manage, provide, maintain, prepare, conduct*. Второй тип глаголов обладает семантикой

«преобразование объекта»: *develop, create, install*. Были также обнаружены глаголы социального взаимодействия с семантическим компонентом «коллаборация»: *assist, help, collaborate, train, liaise, advise, facilitate, communicate*.

Присутствует тенденция к эллиптизации синтаксиса. Тактика описания собственных профессиональных обязанностей доминирует в разделах *Work Experience* («Опыт работы») и *Key responsibilities* («Ключевые обязанности»).

Языковые средства выражения всех четырех речевых тактик самопрезентации в жанре резюме обобщены в Таблице 1, фрагмент которой представлен ниже.

Таблица 1

**Средства выражения тактик в рамках стратегии самопрезентации
в текстах англоязычных резюме**

Наименование тактики	Средства выражения
Самономинация	название профессии или должности
Самодескрипция	communication [skills], skilled, dedicated, interpersonal [skills], leadership [skills], customer service [skills], strong, collaboration [skills], teamwork, analytical [skills], project management, problem-solving [skills], analytical, attention to detail, critical thinking, passionate, experienced, creative, detail-oriented, ability to work under pressure
Презентация собственных достижений	achieve, develop, create, maintain, implement, increase, design, identify, reduce, raise, save, find [mistakes], contribute, resolve, be awarded, boost, deliver, earn, decrease, facilitate, introduce, grow, lower, be elected, eliminate
Описание собственных обязанностей	run, develop, manage, perform, ensure, assist, provide, help, maintain, prepare, collaborate, conduct, supervise, operate, organize, work [with], analyze, coordinate, monitor, identify, train, oversee, review, present, participate, process

Количественная репрезентация каждой из тактик в рамках стратегии самопрезентации в жанре резюме выглядит следующим образом:

- 1) Средства реализации тактики описания собственных обязанностей насчитывают 37% от общего количества языковых средств самопрезентации;
- 2) Средства реализации тактики самодескрипции – 30%;

3) Средства реализации тактики презентации собственных профессиональных достижений – 29%;

4) Средства реализации тактики самоминации – 4%.

В текстах англоязычных сопроводительных писем были обнаружены четыре тактики, совпадающие с вышеназванными, а также одна уникальная для жанра тактика – идентификация с желаемым образом.

Лексические средства выражения тактики самоминации в текстах англоязычных сопроводительных писем представляют собой существительные, обозначающие названия профессий и должностей. Синтаксис выражен конструкциями, строящимися по моделям: 1) «Я являюсь кем-то»; 2) «В таком-то качестве я добился...». В композиционной структуре самоминация сочетается с другими тактиками (преимущественно с самодескрипцией).

Лексические средства выражения тактики самодескрипции в сопроводительных письмах пересекаются со средствами выражения аналогичной тактики в резюме – преобладают единицы с положительной семантикой: *creative, enthusiastic, skilled, passionate, capable, reliable, energetic*. Синтаксические конструкции, содержащие самодескрипцию, не склонны к эллиптизации, преобладают сложноподчиненные и сложносочиненные предложения. Композиционно самодескрипция сочетается с другими тактиками.

Тактика презентации собственных профессиональных достижений, как и в текстах резюме, выражена глаголами, имеющими обобщенную семантику «изменение количественного показателя» (динамика роста или отрицательная динамика), глаголами с семантикой «преобразование объекта» и глаголами социального взаимодействия с семантическим компонентом «превосходство».

С точки зрения синтаксиса преобладают неэллиптические предложения – часто с однородными глагольными сказуемыми, обозначающими

различные достижения кандидата. Композиционно презентация достижений часто сочетается с другими тактиками.

Среди лексических средств выражения тактики описания собственных профессиональных обязанностей преобладают глаголы активной семантики, обозначающие действие, выполняемое субъектом-агентом: глаголы с семантикой «преобразование объекта»; глаголы социального взаимодействия с семантическим компонентом «коллаборация». Синтаксические конструкции не стремятся к эллиптизации. Преобладают предложения с формами *Past Simple*, иногда встречаются формы *Present Perfect*. Композиционно тактика описания собственных обязанностей сочетается с другими тактиками (как правило, с презентацией достижений и самодескрипцией).

Средства выражения тактики идентификации с идеальным образом кандидата включают в себя такие конструкции, как *perfect/great fit*, *perfect asset*, *strong candidate*. Синтаксически преобладают сложноподчиненные предложения с заградителями (хеджами): *I'm sure*, *I'm confident*, *I believe*, *I feel* и т. д. Композиционно тактика идентификации с идеальным образом тесно сплетена с тактикой самодескрипции.

Языковые средства выражения стратегии самопрезентации в жанре рекомендательного письма приведены во фрагменте Таблицы 2.

Таблица 2

**Средства выражения тактик в рамках стратегии самопрезентации
в текстах англоязычных сопроводительных писем**

Наименование тактики	Средства выражения
Самономинация	название профессии или должности
Самодескрипция	leadership, communication [skills], attention to detail, skilled, interpersonal [skills], creative, enthusiastic, collaboration, customer service [skills], passionate, capable, reliable, teamwork, adept, energetic, dedicated, energized, analytical, problem-solving [skills], project management, active listening [skills], friendly, efficient
Презентация собственных достижений	develop, increase, implement, design, maintain, achieve, reduce, save, win, earn, be awarded, grow, raise, create,

	identify, deliver, contribute, be voted, score, be elected, boost, facilitate, excel
Описание собственных обязанностей	assist, maintain, train, perform, prepare, develop, work [with], be responsible [for], manage, handle, conduct, coordinate, provide, communicate, collaborate, oversee, analyze, ensure, liaise, organize, monitor, identify, execute
Идентификация с желаемым образом	[I am a] perfect fit [набор качеств и навыков] would make me a perfect/great/strong candidate (for this position) You are looking for [идеальный образ кандидата] Valuable asset [to your team] Right for the role

Картина количественной репрезентации тактик в рамках стратегии самопрезентации в жанре сопроводительного письма выглядит таким образом:

1) Средства реализации тактики самодескрипции составляют 32% от общего количества языковых средств самопрезентации в текстах сопроводительных писем;

2) Средства реализации тактики презентации собственных профессиональных достижений – 23%;

3) Средства реализации тактики описания собственных профессиональных обязанностей – 17%;

4) Средства реализации тактики идентификации с желаемым образом – 16%;

5) Средства реализации тактики самономинации – 12%.

В жанре рекомендательного письма тактика номинации не является статистически значимой в нашей выборке, в связи с чем мы не можем выявить особенности языковых средств ее выражения. В текстах рекомендательных писем были выявлены следующие тактики: дескрипция кандидата, презентация достижений кандидата, описание обязанностей кандидата, подчеркивание собственной «утраты» и эксплицитная рекомендация.

Лексические средства выражения тактики дескрипции представлены оценочными прилагательными: *valuable, organized, effective,*

creative, dedicated, passionate. Синтаксис представлен сложноподчиненными и сложносочиненными предложениями. В структуре композиции языковые средства дескрипции сочетаются со средствами выражения других тактик.

Тактика презентации достижений кандидата с точки зрения лексических средств выражения совпадают с аналогичными средствами в других жанрах поиска работы и представлены преимущественно глаголами, имеющими обобщенную семантику «изменение количественного показателя» (динамика роста или отрицательная динамика), глаголами с семантикой «преобразование объекта» и глаголами социального взаимодействия с семантическим компонентом «превосходство».

В структуре лексических средств выражения тактики описания профессиональных обязанностей кандидата преобладают глаголы активной семантики, обозначающие действие, выполняемое субъектом-агентом; глаголы с семантикой «преобразование объекта»; глаголы социального взаимодействия с семантическим компонентом «коллаборация».

Синтаксические структуры, выражающие данную тактику, не подвержены эллиптизации. Описание обязанностей кандидата часто сочетается с другими тактиками, как правило, с тактикой презентации достижений кандидата.

Лексические средства выражения тактики подчеркивания собственной «утраты» имеют общий семантический компонент «грусть»: *sad, sorry, saddened, to miss.* Как правило, за ним следует противоположный по семантике компонент, выражающий радость за своего бывшего работника или гордость. Синтаксис представлен преимущественно сложносочиненными предложениями. В композиционной структуре рекомендательного письма тактика подчеркивания собственной «утраты» располагается в конце письма.

Тактика эксплицитной рекомендации отражает основную коммуникативную цель рекомендательного письма. Автор письма нередко сопровождает данную тактику контактоустанавливающими или

контакторазрывающими средствами (например, *I am happy to give you more details*). Лексические средства выражения тактики представлены вариантами лексемы *recommend*. Синтаксис данной тактики выражается преимущественно через сложносочиненные предложения. Эксплицитная рекомендация, как правило, имеет кольцевую композицию и появляется в начале и в конце рекомендательного письма.

Средства выражения каждой из тактик в рамках стратегии презентации приведена во фрагменте Таблицы 3.

Таблица 3

Средства выражения тактик в рамках стратегии презентации в текстах англоязычных рекомендательных писем

Наименование тактики	Средства выражения
Дескрипция	excellent, valuable, leadership [skills], organized, effective, creative, dedicated, passionate, customer service [skills], capable, communication [skills], friendly, enthusiastic, skilled, motivated, compassionate, efficient, reliable, diligent, knowledgeable, team player, detail-oriented, attention to detail, cheerful, dependable, adept, analytical, attentive, experienced
Презентация достижений кандидата	create, contribute, design, earn, develop, deliver, implement, achieve, increase, save, win, be awarded, boost, excel
Описание обязанностей кандидата	perform, maintain, assist, work [with], be responsible [for], provide, organize, ensure, train, prepare, analyze, collaborate, respond, greet
Подчеркивание собственной «утраты»	sad/sorry to see [...] go miss [he/she will be sorely/greatly missed]
Эксплицитная рекомендация	to support the application / in support of the application [highly] recommend [my highest] recommendation

Картина частотности тактик в рамках стратегии презентации выглядит следующим образом:

1) Средства реализации тактики дескрипции, которые составляют 70% от общего количества средств презентации;

2) Средства реализации тактики эксплицитной рекомендации – 11%;

3) Средства реализации тактики описания обязанностей кандидата – 10%;

4) Средства реализации тактики презентации достижений кандидата – 7%;

5) Средства реализации тактики подчеркивания собственной «утраты» – 2%.

В **заключении** подводятся итоги исследования. Полученные выводы позволяют нам трактовать самопрезентацию и презентацию как основное содержание текстов резюме, сопроводительных и рекомендательных писем. Тексты такого содержания – результат реализации стратегий самопрезентации и презентации кандидата. Специфика языковых средств и их композиционного оформления зависит от параметров реализации стратегий: субъекта, объекта, коммуникативной цели, конвенций конструирования текстов.

В жанрах сопроводительного и рекомендательного письма особенности функционирования языковых средств выражения самопрезентации/презентации обусловлены следующими особенностями: адресованность конкретному лицу, эмоциональность, иллюстративность, аргументированность. Резюме квазиобезличено, не обращено к конкретному лицу, не предполагает необходимости прямого убеждения адресата.

Лексические средства реализации стратегий самопрезентации и презентации в исследуемых жанрах (резюме, сопроводительного и рекомендательного письма) во многом совпадают.

Синтаксическое выражение самопрезентации и презентации в тексте зависят от особенностей жанра, в котором реализуются данные стратегии. Жанр резюме характеризуется использованием эллиптических конструкций; в сопроводительных и рекомендательных письмах преобладает развернутый синтаксис.

Тексты резюме характеризуется относительно жесткой композиционной структурой и относительно строгим порядком следования

композиционных элементов. К обязательным элементам относятся сведения о личных данных кандидата, разделы “*Professional summary*”, “*Work Experience*”, “*Key Achievements*”, “*Education*”, “*Skills*”. Факультативными разделами являются “*Certification*” и “*Hobbies*”. Самономинация реализуется в рамках раздела “*Professional Summary*”; самодескрипция – в разделах “*Professional Summary*”, “*Education*”, “*Skills*”; описание собственных профессиональных обязанностей – в разделе “*Work Experience*”; презентация собственных профессиональных достижений – “*Key Achievements*”.

В ходе диссертационного исследования были выявлены, систематизированы и описаны языковые средства выражения речевых стратегий самопрезентации и презентации, а также подчиненных им тактик в письменном англоязычном дискурсе поиска работы. Был осуществлен комплексный анализ языковых средств каждой из речевых тактик, описаны особенности композиционного оформления данных средств. На основе этих данных были получены сведения об особенностях языковой реализации стратегии самопрезентации и презентации в жанрах резюме, сопроводительного и рекомендательного письма. Это позволяет заключить, что поставленная цель исследования достигнута, задачи решены.

Дальнейшие исследования в русле намеченной нами проблематики помогут детализировать структуру самопрезентации и презентации в других жанрах и видах дискурса или в рамках делового дискурса поиска работы на примере других лингвокультур.

Результаты исследования отражены в следующих публикациях автора:

**Научные статьи, опубликованные в изданиях, рекомендуемых
ВАК Министерства высшего образования и науки РФ:**

1. Сребрянская Н.А, Котова И.Ю. Языковые средства выражения речевых тактик в рамках стратегии самопрезентации в текстах англоязычных резюме и сопроводительных писем / Вестник филологических наук. – 2023. – Том 3. Вып. 2. – С. 39-45.

2. Котова И.Ю. Языковые средства выражения речевых стратегий самопрезентации и презентации в англоязычном письменном дискурсе поиска работы / Вестник филологических наук. – 2023. – Том 3. Вып. 3. – С. 162-168.

3. Котова И.Ю. Языковые средства выражения речевой стратегии презентации (на материале англоязычных рекомендательных писем) / Вестник филологических наук. – 2023. – Том 3. Вып. 6. – С. 154-157.

4. Котова И.Ю. Речевая стратегия самопрезентации в англоязычных документах поиска работы / Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. – 2023. – Вып. 3 (59). – С. 23-34.

**Статьи, опубликованные в сборниках научных трудов и
периодических изданиях:**

5. Kotova I.Yu. Speech Strategy of Self-Presentation in English Documents When Searching for Work / Modern Linguistic and Methodological-and-Didactic Researches. – 2023. – Issue 3 (59). – P. 23-34.

6. Котова И.Ю. Рациональные и эмоциональные средства выражения самопрезентации в текстах англоязычных резюме /Международная научно-практическая конференция «Иностранные языки и современные тенденции в иноязычном образовании». – Воронеж, 2021. – С. 42-48.

7. Котова И.Ю. Языковые средства выражения самопрезентации с семантическим компонентом «коллаборативное взаимодействие» (на материале англоязычных резюме) / Язык и межкультурная коммуникация: Современные векторы развития. – Пинск, 2021. – Вып. 2. – С. 112-116.

8. Котова И.Ю. Стратегия самопрезентации в текстах англоязычных резюме и сопроводительных писем: сравнительный анализ / Всероссийская научно-практическая конференция «Иностранные языки и современные тенденции в иноязычном образовании». – Воронеж, 2022. – С. 35-39.

9. Котова И.Ю. Стратегия самопрезентации в текстах англоязычных сопроводительных писем: пропозиционно-синтаксический аспект /

Актуальные вопросы романо-германской филологии и дидактики. – Липецк, 2022. – С. 37-39.

10. Котова И.Ю. Тактика самономинции в письменном дискурсе поиска работы (на материале английского языка) / Всероссийская научно-практическая конференция «Гуманитарные науки в образовании: Лингвистика. Филология. Культура. Образовательные технологии».