

Научная статья

УДК 81'373.237

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-96-102

ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ ЖЕНЩИН ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕЗЮМЕ И ОБЪЯВЛЕНИЯХ О РАБОТЕ

Юлия Сергеевна Замышляева

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, lily-ulia@mail.ru, 0000-0003-0021-8643

Аннотация. Рассматриваются способы номинации женщин по профессиональной принадлежности, используемые в современных резюме и объявлениях о работе, публикуемых на крупных рекрутинговых сайтах-агрегаторах, на специализированных онлайн-ресурсах, посвященных определенным сферам профессиональной деятельности, на сайтах организаций и на фриланс-платформах. В процессе исследования было выявлено, к каким стратегиям прибегают работодатели, чтобы указать в тексте вакансии предпочтительный пол кандидата на должность. При поиске сотрудника-женщины на популярных агрегаторах, помимо использования глагола, местоимения или прилагательного в форме женского рода в требованиях к соискателю или метафоры (*фея*), в заголовках объявлений также используются феминитивы, давно существующие в языке (*массажистка, уборщица, помощница*). Феминитивы-неодериваты (*менеджерка, дизайнерка и др.*) и субдериваты (*репетиторка, терапевтка и др.*) чаще встречаются на специализированных платформах, где работодатели ищут специалистов в относительно новых сферах профессиональной деятельности, например в ИТ, или где клиенты (преимущественно физические лица) ищут исполнителя для выполнения определенного заказа или человека для временного сотрудничества. На таких ресурсах отсутствует строгая редакционная политика и авторы объявлений обладают большей свободой в выборе лексических средств. Кроме того, установлено, что женщины также чаще стали использовать феминитивы-неологизмы для профессиональной самопрезентации в резюме на различных веб-площадках с целью привлечения внимания потенциального работодателя или заказчика. Особой популярностью феминитивы-неологизмы пользуются в резюме ИТ-специалистов или представителей творческих профессий, а также фрилансеров. В ряде профессиональных сфер (психология, дополнительное образование и др.), где пол специалиста может быть принципиально важен, употребление феминитива в резюме позволяет упростить поиск подходящего кандидата.

Ключевые слова: объявление о работе, резюме, феминитивы, феминитивы-неологизмы, феминитивы-неодериваты, феминитивы-субдериваты

Для цитирования: Замышляева Ю. С. Особенности номинации женщин по профессиональной принадлежности в современных резюме и объявлениях о работе // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 2 (508). С. 96–102. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-96-102.

Original article

THE FEATURES OF FEMALE NOMINATION BY PROFESSIONAL AFFILIATION IN MODERN RESUMES AND JOB ADVERTISEMENTS

Yulia S. Zamyshliaeva

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, lily-ulia@mail.ru, 0000-0003-0021-8643

Abstract. The article examines the methods of nominating women by professional affiliation used in modern resumes and job advertisements published on recruiting websites, on specialized online resources dedicated to certain areas of professional activity, on organizations websites, and on freelance platforms. The study revealed the strategies that employers resort to in order to indicate the preferred gender of a candidate for a position in the text of a vacancy. When searching for a female employee on popular aggregators, feminitives that have long existed in the language are used in the titles of advertisements, as well as female forms of verbs or adjectives in the requirements

for the applicant or a metaphor. Feminities-neoderivatives and subderivatives are more common on specialized resources where employers are looking for specialists in relatively new areas of professional activity, such as IT, or where clients (mostly individuals) are looking for a contractor to complete a specific order or someone for temporary cooperation. Such resources do not have a strict editorial policy, and the authors of job advertisements have great freedom in choosing lexical means. In addition, it was found that women also began to use feminities-neologisms more often for professional self-presentation in resumes on various web platforms in order to attract the attention of a potential employer or customer. Feminities-neologisms are especially popular in resumes of IT specialists or representatives of creative professions, as well as freelancers. In a number of professional areas (psychology, additional education, etc.), where the gender of a specialist can be fundamentally important, using a feminine in a resume makes it easier to find a suitable candidate.

Keywords: job advertisement, resume, feminities, feminities-neologisms, feminities-neoderivatives, feminities-subderivatives

For citation: Zamyshliaeva YuS. The Features of Female Nomination by Professional Affiliation in Modern Resumes and Job Advertisements. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2026;(2(508):96-102. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-96-102.

Введение

Современный рынок труда за последние несколько десятилетий претерпел значительные изменения. Во-первых, появились новые сферы профессиональной деятельности, следовательно, возникла необходимость в корректном обозначении представителей современных профессий. Кроме того, появление неологизмов в данной сфере может быть обусловлено активным развитием и диверсификацией уже существующих отраслей труда (самостоятельно или под влиянием их развития в иноязычной культуре); потребностью специалистов в определенных областях занятости в более благозвучных и современных номинациях; влиянием другого языка на профессиональный узус и др. [14, с. 51].

Во-вторых, коммуникация между потенциальным работодателем и соискателем почти полностью перешла в плоскость сети Интернет. Исследователями отмечается появление электронного рынка труда и цифровизация рекрутмента. Данные тенденции позволили постепенно вытеснить другие каналы поиска работы и персонала [8, с. 49]. Благодаря большому количеству различных сайтов-агрегаторов найти подходящую вакансию или сотрудника стало проще и быстрее. Однако это также порождает и ряд трудностей, так как сделать выбор среди множества соискателей или предложений становится всё сложнее. Таким образом, как перед компанией, находящейся в поиске сотрудника, так и перед человеком, размещающим резюме на сайте, стоит задача привлечь к себе внимание и сформировать определенный имидж, транслируемый в информационном пространстве [15].

В связи с этим дискурс трудоустройства вызывает особый интерес у исследователей и активно изучается в работах А. О. Стеблецово [10; 12],

Ю. В. Агеевой [1], М. А. Коряковцева [7], Т. И. Зелениной и О. В. Тойкиной [4].

По ряду причин работодатель может искать исключительно сотрудника определенного пола на конкретную должность, что важно каким-либо образом отразить в тексте объявления о работе. Открытое упоминание гендерной принадлежности кандидата в требованиях к вакансии может быть расценено как трудовая дискриминация и нарушение закона. Несмотря на то, что крупные агрегаторы отслеживают попытки указать пол сотрудника в требованиях к кандидату и редактируют подобные объявления, всё больше компаний так или иначе стремятся сослаться на предпочтительный пол соискателя. За последние 5 лет число попыток возросло с 30 до 48 %¹.

Результаты исследования

Проанализировав такие популярные сайты по поиску работы, как hh.ru, Зарплата.ру, Работа.ру и др., мы выявили альтернативные стратегии, к которым прибегают компании, чтобы указать в объявлении о работе на то, что соискателем может быть только женщина.

- Использование соответствующей формы глагола, местоимения или прилагательного женского рода.

Ср.:

Требования к вакансии «Тренер по растяжке/ стретчингу (Тренер по йоге)» в Москве:

- Любишь общаться с людьми;
- Ты трудолюбива².

¹ Жильникова И. Это страшное слово «дискриминация»: что нельзя писать в вакансиях. URL: <https://chelyabinsk.hh.ru/article/31336> (дата обращения 22.07.2025)

² Веб-сайт по поиску работы HH.ru. 21.07.2025. URL: <https://hh.ru/>

Требования к ассистенту HR-директора в Тюмени:

Ищу себе ту самую, с кем могу не просто работать, а развиваться вместе.

Если ты:

Амбициозна, энергична, включённая

Любишь людей и живые разговоры

Вдохновляешься историями успеха и хочешь быть их частью

Чувствуешь в себе потенциал, но пока не знаешь, с чего начать

Мечтаешь развиваться, возможно — строить что-то своё

Всё. Ты нужна мне³.

Важно отметить, что при использовании данной стратегии соискатель вынужден затрачивать дополнительное время на то, чтобы открыть ссылку и прочесть полное описание вакансии. Исключительно по заголовку объявления кандидат не может сразу сделать вывод, подходит ли он на данную должность.

- Использование метафор в названии должности и в тексте вакансии, например, *фея чистоты, цветочная фея, офисная фея доброты, фея праздника* и др. Таким образом работодатель не только подчеркивает желаемый пол кандидата, но и привлекает внимание к объявлению, стремится расположить к себе соискателя. Ср.:

*Известная кондитерская «Мария» на постоянную работу приглашает **феечку чистоты!**⁴*

*Если вы хотите работать у нас и развиваться, присылайте отклик на вакансию. Ждём вас, наша **цветочная фея**⁵.*

*В душевную команду по организации детских праздников разыскивается **фея-костюмер!**⁶*

- Употребление феминитивов. На крупных агрегаторах сложно найти вакансии, где в названии должности указаны феминитивы-неологизмы, однако там представлено большое количество объявлений, где активно используются давно устоявшиеся в языке феминитивы. Самыми часто употребляемыми являются *массажистка, медсестра, сиделка, компаньонка, домработница, санитарка, помощница по хозяйству, гувернантка, уборщица, комплектовщица, кладовщица, артистка, танцовщица, ассистентка*.

Важно отметить, что на сайте hh.ru в названиях вакансий, где используются феминитивы, через косую черту обязательно идет номинация профессии в форме мужского рода, даже если в тексте самой вакансии через формы глагола или прилагательного женского рода четко указано, что на работу требуется именно женщина. Ср.:

Название вакансии: **Помощница-помощник по хозяйству/компаньонка-компаньон**

Текст вакансии: *Приглашается **Помощница по хозяйству-Компаньонка с проживанием!**⁷*

Название вакансии: **Сиделка медсестра/медбрат (вахта)**

Текст вакансии: ***компаньонка-медсестра к бабушке 85 лет**⁸*

Возможно, это обязательная политика сервиса, которая также направлена на то, чтобы избежать трудовой дискриминации в заголовках объявлений.

Однако крупные агрегаторы, представляющие собой сайты вакансий, являются не единственным ресурсом поиска работы или найма сотрудников. Схожую функцию на данный момент также выполняют социальные сети, где могут быть представлены аккаунты отдельных компаний, которые публикуют объявления о работе у себя на странице; фриланс-платформы для тех, кто ищет не постоянное трудоустройство, а возможность временного сотрудничества; специализированные ресурсы, посвященные определенным отраслям или сферам профессиональной деятельности [6, с. 86].

Если на крупных агрегаторах по поиску работы феминитивы-неологизмы встречаются крайне редко, то на специализированных платформах, где ищут специалистов в относительно новых областях занятости, например IT, представлено большое количество объявлений, в которых вакантная должность обозначается преимущественно при помощи феминитивов-неодериватов (феминитивы, образованные от неологизмов, связанных с относительно новыми сферами деятельности) [3, с. 20]. Ср.:

*В веб-лабораторию ищем **Front-end разработчицу** для работы над интересными и нестандартными проектами⁹.*

*В общем, ищу терпеливого и понимающего **программиста (-стку)**¹⁰.*

⁷ Там же. 17.07.2025.

⁸ Там же. 20.07.2025.

⁹ Geekjob. 17.05.2025. URL: <https://geekjob.ru/>

¹⁰ Сайт стилиста Олеси Орловой. URL: <https://www.olesyaorlova.ru/>

³ Веб-сайт по поиску работы HH.ru. 27.06.2025.

⁴ Там же. 22.07.2025.

⁵ Там же. 02.07.2025.

⁶ Там же. 21.07.2025.

*СММ-менеджер (СММ-менеджерка) в НЭН и Chips Journal. Ищем человека с опытом от года, который будет писать посты, придумывать движуху в соцсетях, работать над контент-планом и приводить в наши соцсети еще больше единомышленников*¹¹.

*КОГО МЫ ИЩЕМ? Удаленных менеджерок/ов по продажам — фей отдела заботы :)*¹²

Вероятно, на данных площадках, в отличие от крупных агрегаторов, отсутствует строгая редакционная политика и работодатели обладают большей свободой в выборе языковых средств для описания вакантной должности. Помимо феминитивов, авторы объявлений активно прибегают к использованию других разговорных лексических единиц. Ср.:

Ищем редкую птаху — дизайнера выставочных стендов с крепким портфолио.

Требования:

— *Самостоятельный, инициативный, ответственный дизайнер или дизайнерка*¹³.

Несмотря на то, что дискурс трудоустройства рассматривается как вид делового дискурса [11], тексты, относящиеся к таким дискурсивным событиям, как объявление о вакансии и реакция на объявление о вакансии, всё меньше отражают черты официально-делового общения и всё больше приобретают характеристики, присущие интернет-коммуникации, так как взаимодействие работодателя и кандидата на должность почти полностью перешло в онлайн-плоскость.

Важно отметить, что во многих вакансиях феминитив-неологизм употребляется совместно с названием профессии в форме мужского рода. Таким образом, работодатели пытаются подчеркнуть не тот факт, что им нужен именно сотрудник-женщина, а то, что они в равной степени готовы рассмотреть как кандидатов мужского, так и женского пола. Ср.:

*В студию нужен дизайнер (или дизайнерка) логотипов*¹⁴.

Феминитивы-неодериваты позволяют привлечь больше внимания к данной вакансии. Компании, публикующие объявления на подобных узкоспециальных платформах или собственных сайтах, а не на крупных агрегаторах, нацелены

преимущественно на молодую целевую аудиторию, поэтому им важно показать свою «прогрессивность» и то, что они идут в ногу с современными трендами. Таким образом, использование феминитивов-неологизмов в тексте вакансии может быть обусловлено тем, что эти лексемы обрели в последнее время широкую популярность благодаря росту их употребления в социальных сетях и сети Интернет в целом [9].

Вероятно, еще одной причиной такого словоупотребления в текстах объявлений о работе может быть и то, что сами потенциальные кандидаты женского пола стали всё чаще использовать феминитивы-неологизмы в резюме на подобных ресурсах или в личных и профессиональных аккаунтах в социальных сетях. В объявлениях о работе нередко используются неформальные грамматические формы, в частности, личные и притяжательные местоимения с целью снизить дистанцию между коммуникантами и создать иллюзию диалога [2, с. 4]. Возможно, использование одинаковых разговорных лексем для обозначения профессионального деятеля женского пола в тексте вакансии и анкеты или портфолио соискателя также может помочь быстрее заинтересовать и расположить к себе потенциального сотрудника.

Говоря о резюме, разумеется, мы рассматриваем его как жанр официально-делового дискурса [13]. Однако данный жанр, как и объявление о работе, не мог не претерпеть ряд значимых изменений в связи с появлением большого количества новых электронных инструментов по поиску работы. На данный момент резюме далеко не всегда представляет собой стандартизированный официальный документ. Сейчас его может заменить аккаунт в социальных сетях или страница с рассказом о себе на специализированной веб-площадке, видеовизитка и др.

Онлайн-ресурсы во многом упростили процесс рекрутмента, однако и породили ряд трудностей, в частности, привели к избыточности и перегруженности информацией, поэтому залогом успеха для кандидата на какую-либо должность является то, насколько заметной и запоминающейся является та информация, которая публикуется им в резюме [5, с. 21].

На крупных агрегаторах по поиску работы также сложно найти анкеты соискателей, в которых используются феминитивы-неологизмы для обозначения вида деятельности специалиста женского пола, но встречаются резюме с давно закрепившимися в языке феминитивами в заголовке (*массажистка, медицинская сестра*). Данная

¹¹ НЭН. 18.08.2021. URL: <https://n-e-n.ru/>

¹² Авито. URL: <https://www.avito.ru/>

¹³ Проект «Ищу дизайнера». 16.02.2025. URL: <https://designer.ru/>

¹⁴ Студия Артемия Лебедева. 24.02.2019. URL: <https://www.artlebedev.ru/>

возможность может быть ограничена и самой платформой, так как поиск по резюме в ряде случаев даже не осуществляется, если ввести в поисковую строку феминитив-неологизм.

Однако, как и в ситуации с объявлениями о работе, на специализированных платформах, где преимущественно размещают свои резюме люди, занятые в IT или в творческой сфере и относительно новых профессиях, специалисты женского пола для обозначения своей профессиональной принадлежности регулярно используют феминитивы-неологизмы, как неодериваты, так и субдериваты (феминитивы, обозначающие представительниц тех профессий, при номинации которых традиционно употреблялась форма мужского рода в обобщенном значении) [3, с. 20]. Ср.:

*Привет! Меня зовут Анастасия. Я — UI/UX дизайнерка и Tilda-экспертка*¹⁵.

*Дизайнерка и иллюстраторка на фрилансе*¹⁶
Ксения Дьяченко

*Редакторка (во всяком случае, стараюсь)*¹⁶

Как показал анализ вакансий на подобных веб-площадках, работодателям в данных сферах занятости зачастую не так важен пол специалиста, а феминитив указывается в тексте объявления, чтобы не использовать исключительно форму мужского рода в обобщенном значении для обозначения должности. Таким образом, использование феминитивов-неологизмов в резюме здесь выполняет больше прагматическую функцию привлечения внимания, а не исключительно функцию обозначения лица по полу.

Но в ряде профессиональных сфер пол специалиста может быть принципиально важен, например при выборе преподавателя, репетитора или психолога, так как человек работает с ними один на один, а клиентом и работодателем специалиста становится не юридическое, а физическое лицо. Представители данных профессий также публикуют свои резюме и портфолио онлайн на специализированных площадках, например Avito, Профи.ру и др. Специалистов на данных сайтах достаточно много, и феминитив-неологизм в качестве обозначения своего рода деятельности, действительно, может привлечь потенциального заказчика. Однако в данном случае феминитив выполняет и дополнительную функцию. Использование подобных номинаций также позволяет потенциальному заказчику сократить

время, затрачиваемое на поиск специалиста нужного пола. Ср.:

*Всем привет, я Саня — репетиторка по испанскому языку для начинающих*¹⁷.

*Приветствую! Меня зовут Людмила. Я репетиторка по математике для подростков 7–11 классов и взрослых 1–3 курсов*¹⁸.

Получить консультацию Всем привет! Меня зовут Маша и я арт-терапевтка

*Я прошла переквалификацию и теперь хочу предложить свои знания и опыт другим!*¹⁹

*Привет! Я Даша, экзистенциальная психологиня и парная психотерапевтка*¹⁹

Выводы

Таким образом, в результате нашего исследования мы пришли к следующим выводам:

Работодатели, публикующие вакансии на крупных сайтах-агрегаторах по поиску работы, прибегают к следующим стратегиям, чтобы подчеркнуть, что им нужен сотрудник именно женского пола: 1) использование в тексте вакансии глаголов, местоимений или прилагательных в форме женского рода; 2) использование метафор с существительным женского рода для обозначения должности (*фея*); 3) использование феминитивов (преимущественно закрепленных в словарном составе языка).

Если вакансии выкладывают на специализированных площадках или на сайте самого работодателя, в названии или тексте объявления нередко встречаются феминитивы-неодериваты, особенно на тех ресурсах, где ищут специалистов в относительно новых профессиональных сферах деятельности, например в IT. Использование феминитивов-неологизмов позволяет привлечь внимание к вакансии и создать ее более привлекательный образ для кандидатов, которые используют схожие номинации в собственных резюме.

С целью заинтересовать потенциального работодателя специалисты в сфере IT и представители творческих и относительно новых профессий также активно используют в резюме, публикуемых на специализированных веб-площадках, как феминитивы-неодериваты (*менеджерка, дизайнерка* и др.), так и субдериваты (*редакторка, экспертка* и др.).

¹⁷ Авито. URL: <https://www.avito.ru/>

¹⁸ Профи.ру — сервис поиска специалистов. URL: <https://profi.ru/>

¹⁹ Сайт профессиональных психологов. URL: <https://www.b17.ru/>

¹⁵ Сайт Анастасии Носовой. URL: <https://nastyadesign.ru/>

¹⁶ Сетка — социальная сеть для нетворкинга. URL: <https://setka.ru/>

Для профессиональных деятелей, которые ищут не постоянную работу, а заказчиков среди физических лиц, использование феминитивов является не только способом привлечь внимание к своему резюме или портфолио на онлайн-ресурсах,

но и инструментом, упрощающим поиск необходимого кандидата для клиента, поскольку в ряде сфер занятости (например, репетиторство, психология и др.) пол специалиста может быть принципиально важен.

Список литературы

1. Агеева Ю. В. Внеязыковые особенности рекрутингового дискурса // Филология и культура. 2014. № 4. С. 7–10.
2. Ван М. Языковые особенности жанра объявления о приеме на работу: функциональный аспект // Филология: научные исследования. 2021. № 5. С. 1–7.
3. Замышляева Ю. С. Функционирование феминитивов в современной коммуникации: прагматический и стилистический аспекты : дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2023. 194 с.
4. Зеленина Т. И., Тойкина О. В. Лингвокультурные аспекты самопрезентации соискателя в ситуации трудоустройства // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2015. № 5. С. 81–88.
5. Илларионова Е. С. Изменение ожиданий участников процесса найма и отбора в связи с появлением цифровых инструментов // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2023. № 2. С. 20–23.
6. Кашпурова О. В., Конов Е. А. Интернет как средство поиска работы и персонала // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 11-2. С. 85–89.
7. Коряковцев М. А. Текстовые признаки электронных резюме // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2016. № 5. С. 167–175.
8. Скрипченко Л. С. Интернет как средство поиска работы и персонала // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2022. № 4. С. 48–52.
9. Солтыс В. К. Язык блогосферы Рунета: гендерный аспект // Русистика. 2020. № 4. С. 454–468.
10. Стеблецова А. О. Дискурс трудоустройства в сопоставительном аспекте: национальная специфика коммуникативных культур // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. № 2. С. 182–186.
11. Стеблецова А. О. Дискурс трудоустройства как тип делового дискурса // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2012. № 8. С. 38–41.
12. Стеблецова А. О. Дискурсивные особенности текстов коммуникативной сферы трудоустройства // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2009. № 10. С. 43–47.
13. Тойкина О. В. Резюме как жанр официально-делового дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 10. С. 154–158.
14. Фуфаева И. В., Згировская О. Г. Неологизмы — названия профессий в русском языке: системный и функциональный аспекты // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2024. № 1. С. 42–55.
15. Zheng J. Analysis of Enterprise Human Resources Demand Forecast Model Based on SOM Neural Network // Comput Intell Neurosci. 2021. № 4. С. 118–123.

References

1. Ageeva YuV. Vneyazykovye osobennosti rekrutirovogo diskursa = Extralinguistic features of recruiting discourse. *Filologiya i kul'tura = Philology and culture*. 2014;(4):7-10. (In Russ.)
2. Van M. Yazykovye osobennosti zhanra ob'yavleniya o prieme na rabotu: funktsional'nyy aspekt = Linguistic features of the job advertisement genre: functional aspect. *Filologiya: nauchnye issledovaniya = Philology: scientific researches*. 2021;(5):1-7. (In Russ.)
3. Zamyshliaeva YuS. Functioning of feminitives in modern communication: pragmatic and stylistic aspects: dis. ... kand. filol. nauk. Chelyabinsk, 2023. 194 p. (In Russ.)
4. Zelenina TI, Toykina OV. Lingvokul'turnye aspekty samoprezentatsii soiskatelya v situatsii trudoustroystva = Linguocultural aspects of applicant's self-presentation in the situation of employment. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya "Istoriya i filologiya" = Bulletin of Udmurt University. History and Philology Series*. 2015;(5):81-88. (In Russ.)

5. Illarionova ES. Izmenenie ozhidaniy uchastnikov protsessa nayma i otbora v svyazi s poyavleniem tsifrovyykh instrumentov = Changing expectations of participants in the recruitment and selection process due to the advent of digital tools. *Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii = Management of the personnel and intellectual resources in Russia*. 2023;(2):20-23. (In Russ.)
6. Kashpurova OV, Konov EA. Internet kak sredstvo poiska raboty i personala = Internet as a means of job search and personnel. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International journal of humanities and natural sciences*. 2023;(11-2):85-89. (In Russ.)
7. Koryakovtsev MA. Tekstovye priznaki elektronnykh rezyume = Text properties of a digital resume. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta = South Ural State Humanitarian Pedagogical University Bulletin*. 2016;(5):167-175. (In Russ.)
8. Skripchenko LS. Internet kak sredstvo poiska raboty i personala = Internet as a means of searching jobs and staff. *Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii = Management of the personnel and intellectual resources in Russia*. 2022;(4):48-52. (In Russ.)
9. Soltys VK. Yazyk blogosfery Runeta: gendernyy aspekt = Gender issue in the Runet blogosphere language. *Rusistika = Russian language studies*. 2020;(4):454-468. (In Russ.)
10. Stebletsova AO. Diskurs trudoustroystva v sopostavitel'nom aspekte: natsional'naya spetsifika kommunikativnykh kul'tur = Employment discourse in a comparative aspect: national specific communicative culture. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya = Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication*. 2010;(2):182-186. (In Russ.)
11. Stebletsova AO. Diskurs trudoustroystva kak tip delovogo diskursa = Employment discourse as a type of business discourse. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 2012;(8):38-41. (In Russ.)
12. Stebletsova AO. Diskursivnye osobennosti tekstov kommunikativnoy sfery trudoustroystva = Discourse features of the texts of employment communication sphere. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 2009;(10):43-47. (In Russ.)
13. Toykina OV. Rezyume kak zhanr ofitsial'no-delovogo diskursa = Resume as a genre of official business discourse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2011;(10):154-158. (In Russ.)
14. Fufaeva IV, Zgirovskaya OG. Neologizmy — nazvaniya professiy v russkom yazyke: sistemnyy i funktsional'nyy aspekty = Systematic and functional aspects of neologisms denoting job titles in Russia. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie = Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*. 2024;(1):42-55. (In Russ.)
15. Zheng J. Analysis of Enterprise Human Resources Demand Forecast Model Based on SOM Neural Network. *Comput Intell Neurosci*. 2021;(4):118-123.

Информация об авторе

Ю. С. Замышляева — кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретического и прикладного языкознания.

Information about the author

Yu. S. Zamyshliaeva — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

Статья поступила в редакцию 09.07.2025; одобрена после рецензирования 14.08.2025; принята к публикации 14.01.2026.

The article was submitted 09.07.2025; approved after reviewing 14.08.2025; accepted for publication 14.01.2026.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.