

ПРИТЯЗАНИЯ РАБОТОДАТЕЛЯ
В БЕЛОРУССКОМ ДИСКУРСЕ ТРУДОУСТРОЙСТВА
(НА ПРИМЕРЕ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ПРИЕМЕ НА РАБОТУ)

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению притязаний, предъявляемых работодателем при поиске кандидата на вакансию. Тексты объявлений о приеме на работу рассматриваются в качестве элемента дискурса трудоустройства. Анализируются содержательные компоненты притязаний, выделяются доминирующие характеристики. Установлено, что притязание БЫТЬ представлено презентацией компании-работодателя и описанием вакансии, притязание ИМЕТЬ – требованиями к соискателю.

Ключевые слова: дискурс трудоустройства, притязания, притязание БЫТЬ, притязание ИМЕТЬ

A. Y. Misiuro
Minsk

EMPLOYER CLAIMS IN BELARUSIAN EMPLOYMENT DISCOURSE
(ON THE MATERIAL OF JOB ADVERTISEMENTS)

Abstract. The article is devoted to the consideration of the claims made by the employer when searching for a candidate for a vacancy. Job advertisements are viewed as part of the employment discourse. The content components of the claims are analyzed, the dominant characteristics are highlighted. It is established that the claim TO BE is represented by the presentation of the employing company and the description of the vacancy, the claim TO HAVE is represented by the requirements for the applicant.

Key words: employment discourse, claims, claim TO BE, claim TO HAVE

В отечественной научной литературе последнего десятилетия тексты объявлений о приеме на работу рассматриваются как элемент дискурса трудоустройства [2; 4] и как часть рекрутингового дискурса [1]. Термины являются смежными, в связи с чем необходимо их разграничить. По мнению Ю. А. Агеевой, рекрутинговый дискурс – это институциональный дискурс, имеющий межпрофессиональный характер и функционирующий в пределах более глобального делового коммуникативного пространства, коммуникативным центром которого является собеседование-интервью [1]. Он имеет более узкую направленность и ограничен взаимодействием рекрутера и представителей других институтов. В то время как в исследованиях А. О. Стеблецовой дискурс трудоустройства определяется как «система

организации и структурирования коммуникативного взаимодействия участников рынка труда по поиску работы или работника и заполнению вакантной должности» [4]. Сфера трудоустройства рассматривается как вид социальной практики, в которой язык играет определяющую роль, которую он реализует как в виде устного дискурса (интервью, собеседования), так и виде текстов (объявления о поиске работы, объявления о вакансии, резюме, сопроводительные письма и т.д.) [4].

Исследователи сходятся во мнении, что основная цель объявления о приеме на работу – поиск, привлечение и побуждение к отклику потенциальных сотрудников, отвечающих определенному набору требований той или иной вакансии. Для анализа притязаний работодателя мы отобрали методом сплошной выборки 200 объявлений о приеме на работу с самых популярных ресурсов белорусского сегмента Интернет: www.belrabota.by, www.rabota.by, www.praca.by, www.irr.by.

Анализ содержания объявлений о приеме на работу позволяет отнести к основным содержательным компонентам презентацию компании-работодателя, требования к соискателю и описание вакансии [2, с. 49], которые в нашей терминологии соотносятся с двумя типами притязаний: притязание *БЫТЬ* и притязание *ИМЕТЬ* [3, с. 149]. В контексте данного исследования притязание *БЫТЬ* – утверждение работодателем обладания определенными характеристиками в целях информирования соискателей о вакансии и создания необходимого имиджа; притязание *ИМЕТЬ* – предъявление работодателем требований к потенциальному сотруднику в ходе составления его портрета с целью расширения/сужения пула претендентов.

Предоставляемые сведения о работодателе, а также его основная интенция определяют принадлежность данного содержательного компонента притязанию *БЫТЬ*. В белорусских объявлениях о приеме на работу презентация компании-работодателя представлена объективными (фактическими сведениями) и субъективными (оценочными данными) содержательными характеристиками, которые призваны привлечь внимание потенциального сотрудника и презентовать компанию в положительном ключе.

К объективным характеристикам относятся: – название компании и тип собственности (*ИП Костюк О.В.; ОСП "Совхоз "Минский" ОАО "ДОРОРС"*); – сфера деятельности компании (*На производственное предприятие (металлообработка) требуется: Слесарь МСР, 4–6 разряда.*); – местоположение компании (*ул. Лецинского, д. 8 (ст. метро "Кунцевщина")*); – контактные данные (*Конт. тел. +375... Наталья (звонить в рабочее время)*).

Субъективные характеристики представлены предъявлением следующих сведений: – общий уровень компании, ее репутация, стабильность, уникальность и премиальность (*лидер рынка; эксклюзивная торговая команда; ведущая международная служба; премиальный центр досуга*); – проактивность, открытость и готовность к новому (*современное предприятие; идем в ногу со временем*); – качество продуктов и услуг (*продукт, за который не стыдно перед клиентами.*); – успехи и экспансия компании

(Мы на рынке уже более 3-х лет, обслуживаем 100+ организаций...); – рабочая атмосфера и начальство (молодой дружный коллектив; лояльное и адекватное руководство; МЕГАДОБРЫЙ (но чёткий) начальник); – транслируемые ценности (Мы честны с сотрудниками – достойно вознаграждаем труд и компетентность...! Мы честны с клиентами: не назначаем ненужных процедур, не приписываем лишних услуг,...).

Наряду с презентацией компании-работодателя к притязанию БЫТЬ также относится и описание вакансии, т. к. оно изобилует косвенными сведениями о компании и вакантной должности и интенциями адресанта в данном случае являются информирование и формирование впечатления. Для достижения указанных интенций работодатель использует утилитарные и социально-психологические содержательные характеристики.

В описании вакансии обязательно присутствуют утилитарные характеристики, представляющие собой фактическую информацию о: – названии должности/позиции (*Водитель категории "Д"; Кладовщик; Швея-портная*); – должностных обязанностях (*Работа на маршрутном такси; прием и отпуск ТМЦ (запасных частей к автомобилям), ведение складской документации.*); – материальных условиях (*Оплата договорная, от 1000 руб.*); – режиме работы (*График работы: дневные смены по 12 часов с понедельника по субботу.*); – типе занятости и характере трудоустройства (*Полная занятость, официальное трудоустройство с заключением трудового договора.*); – социальном пакете (*Соц. пакет: оплачиваемые больничный и трудовой отпуск.*); – предусмотренных бонусах и бенефитах (*доплаты, жилье, питание, транспорт, рекреационные возможности: Для иногородних сотрудников – доплата в размере 4-х базовых величин. В случае трудоустройства в хозяйство двух и более членов одной семьи, рассматривается вопрос о предоставлении 1-, 2-х комн. жилых помещений. Транспорт: Доставка от ст. м. «Пушкинская».*); – возможности содействия (в обучении, получении необходимых документов, сертификатов и т. д.: *Сопровождение для быстрого получения медсправки. Полное сопровождение в период адаптации, обучение специфике профессии.*); – предоставляемом оборудовании (*Организацией для работы предоставляется ноутбук, информационные базы.*); – других обязательствах и обещаниях работодателя (*Акции для NEW водителей: "Лёгкий старт" – 1-ый месяц за диспетчерские услуги комиссия 0 %.*).

К социально-психологическим характеристикам относится оценочная репрезентация вакансии, которая реализуется с помощью акцентуации различных ее аспектов: – возможности профессионального и карьерного роста (*Мы предлагаем: возможность карьерного роста и развития от специалиста до руководителя подразделения.*); – материальной выгоды (*высокооплачиваемая работа, высокая белая зарплата*); – интересной природы вакансии (*интересная, творческая работа*); – бытовому и психологическому комфорту (*комфортные условия труда; баланс работы и личной жизни*); – стабильности и надежности (*постоянная высокооплачиваемая работа, надежный социальный пакет*); – полезности и результативности

выполняемой работы (*полезный и долгосрочный проект; возможность видеть ежедневное применение результатов вашей работы конкретными пользователями*).

При описании идеального кандидата на вакантную позицию работодатели предъявляют определенный набор требований, для чего используются демографические, профессиональные и личностные содержательные характеристики. Данные характеристики используются для составления портрета идеального кандидата и, соответственно, относятся к притязанию ИМЕТЬ.

К требованиям, отражающим демографические характеристики, относятся физиологические и социально-ролевые характеристики кандидата: – гендерная принадлежность (*Требуется женщина для уборки в спортивный центр*); – внешний вид (*опрятный, ухоженный внешний вид*); – возраст (*Рассмотрим женщин пенсионного возраста*); – физиологические особенности (*Доступно соискателям с инвалидностью.*); – отсутствие вредных привычек (*некурящий; без в/п*); – отсутствие судимостей и правонарушений (*Отсутствие уголовных правонарушений.*); – военный учет и служба в армии для мужчин (военный билет) и декретный отпуск для женщин (*Доступно для мамочек в декрете.*).

Профессиональные характеристики описывают рабочие умения, навыки и качества кандидата: специфические, необходимые в рамках конкретной вакансии (*Водитель категории "Д": водительское удостоверение кат. "Д", знание устройства автомобилей обязательно.*); и неспецифические, имеющие значение в качестве дополнительных (*навыки общения с клиентами; опыт общения с китайскими клиентами*). Такими характеристиками могут также выступать: – опыт работы и стаж (*с опытом работы по пошиву трикотажных изделий; стаж работы по специальности не менее 1х лет на катках*); – образование (*высшее техническое образование; образование БГУ; любое образование*); – наличие медицинской справки или санитарной книжки (*Требования: обязательно наличие санитарной справки; Медсправка обязательна!*); – владение языками и уровень (*Английский – Advanced*); – наличие водительских прав и личного автомобиля (*Такси 135 приглашает водителей с личным автомобилем.*); – наличие необходимых документов (*Квалификационный аттестат аудитора, выданный Мин. финансов РБ*).

Среди личностных характеристик соискателя встречаются указания на: – общие человеческие качества (*честность, доброта, чувство юмора*); – интеллект кандидата (*умный, любознательный*); – особенности психологической организации кандидата (*экстраверт, человек-энергия; активный, стрессоустойчивый; с горящими глазами*); – коммуникативные навыки кандидата (*коммуникабельность, приветливость, доброжелательность*); – отношение кандидата к работе (*ответственность, умение работать в условиях многозадачности, пунктуальность; трудолюбивый, инициативный*).

Таким образом, в белорусском дискурсе трудоустройства представлены два типа притязаний работодателя: притязание БЫТЬ и притязание ИМЕТЬ. В качестве притязания БЫТЬ выступают презентация компании-работо-

дателя и описание вакансии. Доминирующими характеристиками в них являются объективные и утилитарные соответственно, что объясняется основной интенцией – необходимостью донести до потенциального работника фактическую информацию о работодателе и вакансии. Оценочные группы характеристик (субъективные и социально-психологические) характерны для частных компаний, которые стремятся достичь имиджевых целей, в то время как государственные организации считают, что они не нуждаются в подобной рекламе. Притязание ИМЕТЬ предъявляется посредством составления портрета идеального кандидата, в ходе которого вербализуются релевантные для вакансии требования. В проанализированном материале наиболее часто акцентируются профессиональные характеристики соискателя, что обусловлено ситуацией трудоустройства. Работодатели также уделяют достаточное внимание личностным качествам идеального кандидата, т. к. на сегодняшний день отмечается возрастающая значимость «мягких» навыков. Демографические же характеристики не являются определяющими при подборе персонала, что можно объяснить паритетом возможностей в современном белорусском обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева, Ю. В. Коммуникативные стратегии и тактики в русскоязычном рекрутинговом дискурсе : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Ю. В. Агеева. – Казань, 2016. – 409 с.
2. Володченкова, О. И. Динамика характеристик жанра «объявление о приеме на работу» в английской лингвокультуре : дис. канд. филол. наук : 10.02.19 / О. И. Володченкова. – Волгоград, 2016. – 177 с.
3. Мисюро, А. Я. Идентичность, самопрезентация, притязания – грани понятий / А. Я. Мисюро / Ученые записки УО «ВГУ имени П. М. Машерова» : сб. науч. трудов. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – Т. 33. – С. 146–150.
4. Стеблецова, А. О. Национальная специфика делового дискурса в сфере высшего образования (на материале англоязычной и русскоязычной письменной коммуникации): автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / А. О. Стеблецова ; Воронежский гос. ун-т. – Воронеж, 2015. – 43 с.

REFERENCES

1. Ageeva, Y. V. Kommunikativnye strategii i taktiki v russkoiazыchnom rekrutingovom diskurse : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.01 / Y. V. Ageeva. – Kazan', 2016. – 409 s.
2. Volodchenkova, O. I. Dinamika kharakteristik zhanra «Obieievlenie o prieme na rabotu» v angliiskoi lingvokulture : dis. kand. filol. nauk : 10.02.19 / O. I. Volodchenkova. – Volgograd, 2016. – 177 s.
3. Misiuro, A. Y. Identichnost', samoprezentatsiia, pritiiazaniia – grani poniatii / A. Y. Misiuro / Uchenye zapiski UO «VGU imeni P. M. Masherova» : sb. nauch. trudov. – Vitebsk : VGU imeni P. M. Masherova, 2021. – T. 33. – S. 146–150.

4. Stebletsova, A. O. Natsional'naiia spetsifika delovogo diskursa v sfere vysshego obrazovaniia (na materiale angloiazychnoi i russkoiazychnoi pis'mennoi kommunikatsii): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.20 / A. O. Stebletsova ; Voronezhskii gos. un-t. – Voronezh, 2015. – 43 s.