

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ТЕКСТАХ
ОБЪЯВЛЕНИЙ О ВАКАНСИИ**

Стаття присвячена аналізу особливостей текстів інтернет-оголошень про вакансію, що виявляються на лексико-семантичному рівні, а саме аналізу лексико-семантичного поля, використання бази символів інформативного та емотивного характеру, тенденції до складання нестандартних інтернет-оголошень, зміні у семантиці деяких слів.

Ключові слова: *інтернет-комунікація, інтернет-оголошення про вакансію, семантичне поле, клішованість, символи, нестандартні оголошення, зміна семантики.*

Статья посвящена анализу особенностей текстов интернет-объявлений о вакансии, проявляющихся на лексико-семантическом уровне, а именно анализу лексико-семантического поля, использования базы символов информативного и эмотивного характера, тенденций к составлению нестандартных интернет-объявлений, изменений в семантике некоторых слов.

Ключевые слова: *интернет-коммуникация, интернет-объявление о вакансии, семантическое поле, клишированность, символы, нестандартные объявления, изменение семантики.*

The article deals with the analysis of features of texts of the Internet-announcements about a vacancy, showing up at lexical-semantic level, namely the analysis of the lexical-semantic field, using the symbols of informative and emotive character, tendencies to draw up the non-standard Internet-announcements, changes in semantics of some words.

Keywords: *the Internet-communication, Internet-announcements about a vacancy, the semantic field, clichés, symbols, the non-standard Internet-announcements, changes in semantics.*

На данном этапе развития общества Интернет стал неотъемлемой частью бытовой и профессиональной жизни современного человека. Интернет-коммуникация вызывает большой интерес у лингвистов, в первую очередь потому, что является самой интерактивной средой общения, так как коммуниканты могут обмениваться информацией не ощущая границ. Во-вторых, интернет-коммуникация является относительно новым и при этом очень популярным явлением, поэтому требует анализа и изученности. В-третьих, в Интернете содержится практически весь спектр языкового материала, который фиксирует самые актуальные изменения в языке.

Интерес лингвистов к интернет-коммуникации отражен в направленности исследований. В частности, Н.С. Андрианова рассматривала подходы изучения жанров интернет-коммуникации [1], Л.Ю. Щипицина написала работу, посвященную классификации жанров компьютерно-опосредованной коммуникации [2]. Е.И. Горюшко анализировала интернет-жанр и функционирование языка в Интернете [3], сформировала дисциплинарную парадигму лингвистики Интернета [4]. Изучением различных аспектов компьютерного

дискурса занимались Е. Н. Галичкина [5] и П. Е. Кондрашов [6]. К особенностям интернет-коммуникации в своих работах обращались Д. Кристал [7] и А. С. Рыжова [8], изучением отдельных интернет-жанров занимались Я. А. Бардашевич [9], М. В. Мельник [10] и А. А. Селютин [11]. Кроме того, что в связи с распространением новой формы общения увеличилось количество видов и подвидов жанров, произошли изменения и в популяризации одних и устаревании аналогичных им ранее использованных жанров. Так, данная статья посвящена анализу лексико-семантических особенностей интернет-объявления о вакансии, так как данный жанр активно используется в сфере менеджмента персонала.

По наблюдениям В. В. Дементьева, объявления о вакансии (отметим, что терминологические словосочетания «объявление о вакансии», «о свободной вакансии», «о поиске сотрудника» мы рассматриваем как синонимичные) стали объектом исследования в работах А. Г. Пастухова («Сорт текста «объявление о приеме на работу» в анализе коммуникативной ситуации» [12], «Объявление о вакансии: между жанром и сортом текста» [13]). Также изучением средств конструирования гендерной идентичности в объявлениях о рабочих вакансиях занимается В. Н. Арчаков [14]. Данной тематике также была посвящена диссертационная работа Неупокоевой А. В. «Наименование лиц в типе текста «объявление о приеме на работу» в гендерном аспекте».

В данной статье мы обратимся к анализу языкового воплощения, определяющего специфику жанра, а именно к лексико-семантическим особенностям жанра интернет-объявления о свободной вакансии. Актуальность темы данной статьи обусловлена необходимостью теоретического и практического изучения жанровых форм интернет-коммуникации с позиций языкового воплощения (с позиций практики речевой коммуникации и лингвистики текста) в связи с ростом популярности общения посредством сети Интернет и жанра интернет-объявления в частности. Целью написания данной статьи является анализ одного из жанрообразующих признаков – языкового воплощения, а именно лексико-семантических особенностей данного жанра.

Источником языкового материала для нас послужили наиболее популярные в менеджменте персонала сайты, посвященные трудоустройству: <http://www.work.ua/>, <http://hh.ua/>, <http://rabota.ua/>. В среднем на сайте размещается более 40 тыс. интернет-объявлений о вакансии, при этом ежедневно сайт посещают более 200 тыс. человек, которые просматривают до 2,5 млн. страниц с вакансиями (статистика взята с сайта <http://www.work.ua/>, состоянием на апрель 2013 года). Следует обратить внимание, что темпы наращивания популярности данных сайтов постоянно растут в геометрической прогрессии, увеличивается количество пользователей, объемы обрабатываемой ими информации и результативность. Такие сайты содержат не только актуальные вакансии, но и базу резюме и компаний, статьи с соответствующей тематикой, статистические данные, должностные инструкции, бланки кадровых документов, законодательную базу, касающуюся трудоустройства и многое другое. Таким образом, подобные сайты являются самыми интерактивными в сфере менеджмента персонала ресурсами по поиску свободных вакансий и сотрудников, а тексты размещаемых объявлений отражают реальную речевую ситуацию развития русского языка в Украине.

При описании **лексико-семантических особенностей**, в первую очередь, хотелось бы отметить, что с точки зрения сферы употребления в текстах объявлений преобладают

общеупотребительные однозначные слова, что объясняется публично-массовым характером данного жанра и коммуникативной целью.

На основе анализа лексического состава текстов объявлений о вакансии нами были выделены такие лексико-семантические группы: характеристика компании (*динамично развивающаяся компания, международная компания, «УКРАИНА» – один из ведущих национальных телеканалов страны*), профессиональные и личные качества кандидата (*отличное владение основными графическими программами, желание работать, способность к реализации и соблюдению установленных сроков, творческий подход, креативное мышление*), условия работы (*полный рабочий день, достойная заработная плата, уютный офис*). Также отдельную группу составляют слова и словосочетания с локальным значением, при описании контактов или расположения места работы: *город Киев; район м. Лукьяновка; Адрес: Киев, ул. Краснозвездная, 54*. Еще в одну группу выделяются слова с темпоральным значением, чаще всего при указании стажа, продолжительности рабочего дня, истории компании-работодателя: *Требуемый опыт работы: 3-6 лет; график работы Пн-Пт с 9:00 до 18:00* [15] и т.д. Таким образом, интернет-объявление о вакансии имеет свой достаточно конкретный и тематически ограниченный лексический фонд, так как реализуется в интернет-СМИ, ориентирован на большую аудиторию, нейтральную лингвистическую среду, краткость и имеет четкую структуру.

Г. О. Винокур отмечал, что газетным изданиям свойствен ограниченный словарный запас: «В газетной речи нет почти ни одного слова, которое не было бы штампом, клише, шаблоном. Наиболее употребительные слова из газетного лексикона – уже не слова, а термины... словарь газеты всегда носит характер фразеологии, т. е. суммы фиксированных, штампованных речений с заранее известным уже, точно установленным, механизированным значением, смыслом» [16: 125]. Данное явление свойственно и для современных интернет-СМИ, а особенно для рассматриваемого нами жанра и проявляется в частом использовании устойчивых повторяющихся речевых конструкций (шаблонов, клише).

Использование речевых стандартов обеспечивает легкую воспроизводимость, конструктивность, однозначную семантику, нейтрально-нормативную окраску, соблюдения формы делового общения, соотвествие психологическим стереотипам, возможность упрощения и ускорения коммуникации как для адресанта, так и для адресата, а также является неотъемлемым свидетельством принадлежности текста к соответствующему жанру. Следует различать речевые штампы и клише. Штампами называют «стилистически окрашенное речевое средство, за счёт высокой употребительности превратившееся в ходовую и надоевшую псевдовыразительную единицу, что вызывает её отторжение адресатом» [17: 536]. Клише же является «всякая готовая речевая формула, критерием для выделения которой служит регулярность ее появления в определенных повторяющихся речевых ситуациях» [18: 130]. Таким образом, для объявлений о свободной вакансии характерна именно клишированность: «**Описание вакансии:**

Компанию требуется на постоянную работу Ведущий менеджер по Центральному региону. Требования: М/Ж, Высшее образование, Опыт работы не менее 2-х лет, Уровень владения ПК – продвинутый пользователь, Наличие автомобиля обязательно. Уровень зарплаты – по итогам собеседования» [15]. Все словосочетания, выделенные жирным курсивом, мы относим к клише, так как они воспроизводятся в

абсолютном большинстве текстов анализируемых объявлений. Отдельные слова относим к официально-деловой лексике. К неклишированной лексике в данном примере относятся только названия вакантной должности и региона.

Однако среди столь стандартизированных текстов встречаются и элементы разговорно-бытовой лексики неформального общения, часто с эмоционально-оценочной окраской: «Замечательные условия работы: уютный офис класса «А», комфортное рабочее место; Своя кухня в офисе. Кофе, чай и печенки :). Также у нас есть комната отдыха, настольный теннис, тренажер!»; «Требования: знание техники продаж, стремление быть лучшим в своем деле, умение мечтать:» [19]. Как видим, в представленных примерах кроме соответствующей лексики для создания эмоционального фона используются свойственные ранее только неформальной личной электронной переписке символы – «смайлики». Использование данных приемов нарушает автоматизм восприятия текстов данного жанра, способствует созданию соответствующего эмоционального фона и ответной реакции со стороны адресата. Встречается также использование символов информативного характера «Заработная плата по результатам собеседования + % с продаж + бонус + социальный пакет» [19]. Таким образом, в интернет-объявлениях о вакансии проявляется тенденция использования эмотивных символов, которые ранее не являлись нормативным явлением для данного жанра. Использование информативных символов способствует максимальной сжатости, смысловой наполненности и наглядности (схематичности).

В затронутом нами аспекте хотелось бы отметить, что в жанре интернет-объявлений проявляется тенденция к созданию нестандартных объявлений о работе. Такой подход, при поиске сотрудника еще раньше и очень активно использовался за рубежом. Для нас это явление пока ново и еще не часто используется. С появлением Интернета легко доступными стали зарубежные методы работы, используемые в менеджменте персонала, основные принципы которого также являются заимствованными. Нестандартным объявлениям о работе посвящено много статей на соответствующих сайтах о менеджменте персонала и деловом общении не только Украины, но и России, Белоруссии [20; 21; 22; 23].

«Системный администратор Linux:

Молодая и динамично развивающаяся компания снова пополняет свои ряды хорошими людьми. В этот раз нам нужен системный администратор Linux...

Дочитавшим до этого места – плюс 10 баллов преимуществ перед остальными» [15].

Если раньше использование нестандартных для определенного жанра языковых средств («плюс 10 баллов преимуществ» – клише, используемое в компьютерных играх) свидетельствовало о неграмотности и незнании профессиональной лексики, то теперь это используется для фиксации внимания, создания определенного эмоционального фона и ответной реакции адресата. Таким образом, интернет-объявления о вакансии отражают новые тенденции в языке.

Хотелось бы также отметить некоторые лексемы, которые в контексте рассматриваемого жанра изменили свою семантику. Так, слово *официальный* в лексикографических источниках зафиксировано в таких значениях: «1) *правительственный; формальный, должностной, служебный;* 2) *деловой, сухой, бесстрастный, сдержанный, натянутый*» [24: 593]. В 100 % случаев употребление данного слова при случайной выборке его семантика приближена к значению слова *законный – 1. Основанный на законе, законах,*

признаваемый, предписанный законом. 2. Справедливый, правильный. 3. Имеющий официально зарегистрированное положение, статус» [25: 327; 27: 281]. Например: «официальное оформление», «официальная заработная плата», «официальное трудоустройство, белая зарплата» [15]. В последнем примере представлено еще одно интересующее нас слово «белая». В рассматриваемом нами жанре это слово используется в том же значении, что и слово «официальный», используется реже и только для характеристики заработной платы: «Гарантируем полную официальную занятость и «белую зарплату», «з/п 4000 грн. (белая)» [15]. Новая семантика данного слова пока не зафиксирована в доступных нам словарях, что свидетельствует о ее недавнем использовании в сфере менеджмента персонала.

Следует также отметить, прилагательное «стабильный», которое в связи с экономическим кризисом, следствием которого стало закрытие многих компаний, стало чаще использоваться и получило оттенок значения «надёжный – такой, на которого можно положиться, внушающий полное доверие. Прочный, крепкий» [25: 1258; 27: 483] и воспринимается как однозначно положительная характеристика: «Мы гарантируем: действительно интересные задачи в стабильной и развивающейся компании», «Мы предлагаем: Бесплатное обучение, Стабильность», «Стабильная работа в крупной компании» [19].

Еще одно слово, на которое хотелось бы обратить внимание, – это «рост». В словарях оно фиксируется в следующих значениях: «1. Увеличение организма или отдельных органов в процессе развития. 2. Увеличение в числе, в размерах, развитие. 3. Усиление, укрепление. 4. Совершенствование в процессе развития» [26: 684; 27: 881]. Иногда оно используется в своем основном значении при описании требований к внешним характеристикам кандидата: «Рост от 180 см». Но чаще данное слово используется в следующем контексте: «Перспектива карьерного роста», «стремительный профессиональный и карьерный рост», «широкие возможности карьерного роста и профессионального развития», «Постоянная возможность обучения и роста!» – где его значение ближе к семантике слова «развитие», подъем по карьерной лестнице.

Таким образом, проанализировав популярный и новый относительно пространства функционирования жанр интернет-объявления о вакансии, нам удалось выявить некоторые его особенности. Анализ особенностей языкового воплощения интернет-объявлений о вакансии на лексико-семантическом уровне показал следующие тенденции: использование достаточно ограниченного лексико-семантического поля, использование базы символов информативного и эмотивного характера, тенденция к составлению нестандартных интернет-объявлений, изменения в семантике некоторых слов. Так, тексты интернет-объявления о вакансии отражают всю живость языка профессионального и языка интернет-коммуникации, фиксирующие таким образом последние и самые актуальные тенденции в жизни общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрианова Н.С. Жанры интернет-коммуникации: о некоторых подходах. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf
2. Щипицина Л. Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka>.

- ru/article/n/klassifikatsiya-zhanrov-kompyuterno-oposredovannoy-kommunikatsii-po-ih-funksii
3. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aid=206>
 4. Горошко Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном медийном дискурсе. – Орел: Картуш, 2007. – Вып. 5. – С. 223–237.
 5. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций). Дис. канд. филол. наук. Астрахань, 2001.
 6. Кондрашов П. Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: Дис. канд. филол. наук. – Краснодар, 2004.
 7. Кристал Д. Язык и Интернет. Кембридж, 2001 – 272 с.
 8. Рыжова А. С. Особенности интернет-коммуникации: речевые стратегии пользователей. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.apriori-nauka.ru/uploads/files/RIZHOVA.pdf>
 9. Бардашевич Я. А. Особенности жанра интернет-блога. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gae.ru/forum2011/18/738>
 10. Мельник М.В. Блог как жанр интернет-коммуникации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [<http://eprints.zu.edu.ua/8793/1/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F.pdf>]
 11. Селютин А. А. Форум как жанр виртуального общения. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/110/020.pdf>
 12. Пастухов А. Г. Сорт текста «объявление о приеме на работу» в анализе коммуникативной ситуации // Проблемы подготовки специалистов социально-культурной сферы в условиях реформирования профессионального образования в России. – Орёл: Орл. гос. ин-т искусств и культуры, 2002. – С.136-138.
 13. Пастухов А. Г. Объявление о вакансии: между жанром и сортом текста // Жанры, типы и сорта текста: Межвуз. сб. науч. трудов. – Вып. 1. – Орёл, 2004. – С.54
 14. Арчаков В. Н. Средства конструирования гендерной идентичности в объявлениях о рабочих вакансиях. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://lse2010.narod.ru/yazik_kommunikatsiya_i_sotsialnaya_sreda_vipusk_5/vnarchakov_sredstva_konstruirovaniya_gendernoi_identichnosti_v_obyavleniyah_o_rabochih_vakansiyah/
 15. Work.ua – сайт поиска работы и сотрудников. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.work.ua/>
 16. Винокур Г.О. Культура языка: Очерки лингвистической технологии. М.: Работник просвещения, 1925. – 216 с.
 17. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов/ Т. В. Матвеева. – Ростовн/Д: Феникс, 2010. – 562 с.
 18. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. – М.: Наука, 1984. – 272 с.
 19. HeadHunter (hh.ua) –сайт карьеры для специалистов и менеджеров среднего и высшего звена. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://hh.ua/>

20. Мини мастер-класс по составлению рекламных объявлений. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://free-writing.ru/mini-master-klass-po-sostavleniyu-reklamnykh-obyavlenij/>
21. Хедхантинг: нестандартный подход. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rabota.by/news/?p=7340>
22. Каким должно быть объявление о работе. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=12020>
23. Нестандартные объявления о вакансиях ("Биржа плюс Карьера" № 12). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kariera.nn.ru/team/?item=4978>
24. Новейший словарь иностранных слов и выражений. – Мн.: Современный литератор, 2007. – 976 стр.
25. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000. – 1536 с.
26. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений/ Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. М.: ООО "ИТИ Технологии", 2003. – 944 стр.
27. Комплексный словарь русского языка / Тихонов А. Н. и др. Под ред. д-ра филол. наук А. Н. Тихонова: М.: Рус. яз., 2001. – 1229 с.