

## НОМЕНЫ В УСТНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ NOMENS IN ORAL BUSINESS COMMUNICATION

**Юлия Викторовна Агеева**

*Высшая школа русского языка и межкультурной коммуникации КФУ*

*Автор описывает результаты исследования языковых особенностей коммуникации на собеседовании-интервью при приёме на работу. В качестве лексических маркеров речевых стратегий рекрутера и соискателя активно выступают такие номенклатурные единицы, как официонимы и эргонимы, особое место среди которых занимают названия должностей и организаций. Использование большого количества номенов обусловлено межпрофессиональным характером рекрутингового дискурса.*

*The author describes the study results of language features of communication during the job interview. Such nomenclature units as official names and ergonyms including job titles and titles of organizations are active lexical markers of speech strategies of recruiters and job seekers. The use of a large number of nomens is specified by inter-professional character of the recruitment discourse.*

**Ключевые слова:** *собеседование, языковые маркеры, номены, официонимы, аббревиатура*

**Key words:** *job interview, language markers, nomens, official names, abbreviation*

Речевое взаимодействие коммуникантов в ходе интервью при приеме на работу относится к интрапрофессиональной деловой коммуникации, оно обладает уникальными чертами не только на метаязыковом, но и на языковом уровне. Сотрудник рекрутингового (кадрового) агентства и соискатель – представитель других деловых сфер - обладают разными уровнями профессиональной и лингвистической компетенции, имеют разные фоновые знания и владеют разными возможностями декодирования. «Особая интенциональность», характерная для собеседования, обуславливает двусторонность/зеркальность сверхзадач участников дискурса (подбор подходящего сотрудника – с одной стороны, и получение желаемой должности – с другой) и указывает на «отпечаток идеологии рыночной экономики» (Ратмайр, 2013, 338).

Далее будут описаны основные языковые маркеры исследуемого рекрутингового дискурса, под которыми понимаются средства различных языковых уровней, выполняющие «функцию индикаторов речевых тактик, поскольку делать выводы о глубинных когнитивных операциях возможно лишь на основе того, что было в действительности сказано, - то есть на основе специфических сигналов в поверхностных структурах текста» (Иссерс, 2012, 130). В фокусе наших интересов находится языковое оформление речевых действий с позиции их маркированности,

наличие «вариантов употребления языковых единиц, маркирующих различные стили речи» (Боева-Омелечко, 2004) в определенной институциональной ситуации общения, так как «стилистические параметры также выступают в качестве индикаторов коммуникативного намерения» и «воздействуют на те или иные установки слушающего» (Иссерс, 2012, 132-133). Материалом для исследования послужили стенограммы реальных собеседований, представленных в серии программ «Кадры решают» (КР) на онлайн телеканале «Успех» (Кадры решают [Электронный ресурс]. Uspeh tv: YouTube. URL: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL8EE432C1F803541B>, свободный).

При анализе лексического наполнения речевых действий как рекрутера, так и соискателя, «проявилось» большое количество кодифицированной лексики: термины, номены, канцеляризмы. Особый интерес вызывают лексемы, которые относят к онимам, определяемые такими объектами номинации, как должность и организация. Факт использования номенов является одним из важных характеризующих моментов деловой сферы. Такая особенность официально-делового стиля, как наличие номенклатурной лексики, отмечается всеми исследователями данного стиля, в том числе и в рамках стилистического описания лексико-семантической системы русского языка. Несмотря на то, что речь чаще всего идет о письменных текстах (документах и т.п.), в рекрутинге при устном взаимодействии лексика названий (онимы) представлена очень ярко и эксплицитно, что объясняется спецификой деловой среды, в рамках которой осуществляется коммуникация: поиск новой должности в какой-либо организации, с одной стороны, и поиск сотрудника на открытую вакансию в соответствующей организации - с другой.

Были отмечены ономастические единицы, называющие наименования предприятий, организаций, учреждений (официонимами). Выделяют также следующую разновидность – эргонимы – название «делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, заведения» (Евсюкова, Махницкая, 2009, 95).

Например, компания «Прогресс» (1 серия), *страховая компания «Ренессанс», консалтинговая компания «Делоджис»* (6 серия), компания «Инрайс» (13 серия), «Сити-банк», «Райффайзен банк» (14 серия), *рекрутинговая компания «Head Hunter»* (18 серия), компания «Прагматик Экспресс» (22 серия), группа компаний «Базовый элемент», холдинг «Проплес» (23 серия), торговая компания «Мастер Трейд», нефтяная компания «Лукойл», промышленная группа «Базовый элемент» (КР, 28 серия) и др.

Наиболее активно представлены официонимы, называющие различные должности. В отличие от эргонимов подобные номенклатурные единицы актуализируются в каждом из анализируемых собеседований. Номены,

называющие должности, актуализируются рекрутёром в следующих случаях:

- в начальной части интервью в соответствии с правилами делового этикета интервьюер представляется, называя не только имя и фамилию, но свою должность.

*Р:* – *Добрый день / Александра! Меня зовут Марина Вишнякова / я управляющий партнер компании «PM TEAM» // Мы получили Ваше резюме на позицию руководителя направления обучения // (КР, серия 5);*

- далее, как правило, «озвучивается» должность, на которую открыта вакансия, обсуждаемая на собеседовании:

*Р:* – *Здравствуйте / Ирина!*

*С:* – *Здравствуйте!*

*Р:* – *Меня зовут Елена Логачева, я заместитель генерального директора консалтинговой компании ООО «Делоджис» / и сегодня я проведу с Вами интервью на вакансию **руководителя юридического отдела** одного холдинга фармацевтического нашего клиента // Для начала бы я хотела попросить Вас рассказать немного о себе // (КР, серия 18);*

- помимо того, что интервьюер информирует кандидата об открытой вакансии, в ходе беседы он показывает «знание предмета», расспрашивая о тех должностях, на которых раньше работал соискатель.

*Р:* – *Тогда вот к последнему месту работы в «Югории» // Здесь вдруг неожиданно **начальник отдела долгосрочного страхования** / Да при том / что ничто не предвещало такого перехода // (КР, серия 6).*

Соискатель же чаще всего использует официонимы, рассказывая о своем прошлом опыте:

*Р:* – *Могли бы кратко рассказать о себе?*

*С:* – *Если кратко / то можно сказать так / ну / работал **слесарем** / работал **инженером** в группе электронного конструирования / потом работал **системным администратором** небольшой рекламной компании в Москве / **дизайнером** / **верстальщиком** // (КР, серия 9).*

*Р:* – *Сегодня на нашей встрече мы будем обсуждать одну из позиций / открытой в компании нашего клиента // Я предлагаю таким образом устроить нашу беседу / Вы изначально расскажите о себе / а потом в формате диалога мы более формально продолжим обсуждение этой вакансии //*

*С:* – *О себе? Хорошо // На данный момент я работаю в компании / как раз занимаю пост **пиар-директора** // Компания / скажем так /*

*занимается интернет-проектами // Это является частью большого холдинга // (КР, серия 26).*

В оременном бизнес-обществе должностные номинации играют важную роль, выступая в качестве индикатора степени успешности сотрудника и показателя карьерного роста. «Специалисты по подбору кадров и менеджеры по персоналу говорят, что ... необходимо, чтобы в названии было слово *директор, руководитель, начальник*». Для привлечения внимания потенциального работника иногда достаточно того, чтобы «название было благозвучным и желательно "солидным", то есть не завхоз, а начальник АХО, не торговый представитель или коммивояжер, а менеджер по продажам, не секретарь, а офис-менеджер или администратор» (Петрова), вследствие чего рекрутер, проводящий собеседование, не только называет должность, но часто эксплицитно и имплицитно подчеркивает её соответствующий уровень или уровень компании, в которой открыта вакансия.

*Р: – Меня зовут Владимир Якуба / я старший партнер компании «Тот Hunt» // Сегодня у нас с Вами состоится интервью на одну из позиций компании нашего клиента // Мы будем с Вами говорить о позиции / ее название / заместитель председателя правления холдинга // Речь идет о многопрофильном холдинге / который состоит из более чем 10 подразделений / штат холдинга на сегодняшний день это более 15 тысяч человек / и / как Вы понимаете / одна из ключевых позиций данной компании // (КР, 23 серия).*

*Р: – Здравствуйте / Марина! Меня зовут Анна / я представитель компании «TOP-Person» / хотела предложить вакансию «специалист отдела оценки развития персонала» // Компания / крупная мебельная фабрика с собственной розницей // Также в этой должности есть перспективы развития дальнейшего / планируется набрать собственный отдел // (КР, 8 серия).*

В ходе большинства собеседований активно используется такой тип официонимов, как аббревиатуры, которые употребляются обоими коммуникантами без расшифровки, что устной речи не свойственно. Вербализация аббревиатур в интервью по найму говорит об их востребованности в деловой сфере не только в письменном, но и в устном дискурсе.

Например, русские аббревиатуры: ВУЗ - высшее учебное заведение, ДК ЗИЛ - Дворец культуры Завода имени Ленина (6 серия), РГУ – российский государственный университет (13 серия), СНГ - содружество независимых государств (15 серия), МИИД - Московский государственный университет путей сообщения (17, 19 серия), РЖД - российское железные дороги (18 серия), МГУ - Московский государственный университет (3, 13, 19, 25 серия), ГТРК -

государственная телерадиокомпания, СМИ - средства массовой информации, ДК - Дворец культуры (21 серия), ТООП - группа компаний «Топливное Обеспечение Аэропортов» (23 серия), РУДН - Российский университет дружбы народов (27 серия); иностранные: FMCG - Fast Moving Consumer Goods (4 серия), РМ ТЕАМ (5 серия), VIP - Very Important Person (6, 10 серия), MBA - Master of Business Administration, CV - Curriculum vitae (11 серия), IT - Information Technology (22 серия), MBA (2), BMW - Bayerische Motoren Werke (27 серия) и др.

К аббревиатурам обращается как активный коммуникант (рекрутер), так и пассивный – кандидат на рассматриваемую вакансию.

*С:* – Полных мне 31 год // Родилась я в республике Казахстан / город Джамбул // <...> Начинала с простого рядового маркетолога и закончила / ну / поднялась до уровня руководителя отдела маркетинга / с 2005 по 2009 училась в МГУ леса по специальности «экономист - менеджер управления экономической управления на предприятиях лесной промышленности» // (КР, серия 3, часть 1)

*Р:* – У вас есть MBA?

*С:* – Угу / конечно //

*Р:* – Вы получили его в прошлом году?

*С:* – Да //

*Р:* – Зачем Вы пошли учиться в MBA? (КР, серия 11)

Таким образом, большой пласт номенклатурных образований, представленный в основном официонимами и эргонимами, еще раз доказывает, что «номены – это самая регулируемая часть специальной лексики, подверженная изменениям и потому идущая в ногу со временем» (Никулина, 2013, 112), ведь основу современного делового сообщества составляют различные предприятия, учреждения и организации, в которых работают специалисты, занимающие те или иные должности. Можно сделать вывод, что вышеперечисленные номенклатурные лексические единицы являются языковыми маркерами, сигнализирующими о межпрофессиональном характере рекрутингового дискурса. В процессе подготовки к собеседованию оба коммуниканта, принадлежащие к разным корпоративным культурам, должны показать знание специфики той профессиональной сферы (на экстралингвистическом и языковом уровне), к которой относится рассматриваемая вакансия.

**Литература**

- БОЕВА-ОМЕЛЕЧКО, Н.Б. 2004. Краткий толковый словарь социолингвистических терминов. М: Готика. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psyoffice.ru/slovar-s214.htm> (дата обращения: 28.03.2016).
- ЕВСЮКОВА, Т.В. – МАХНИЦКАЯ, Е.Ю. 2009. Терминологическая лексика и номенклатурные единицы в экономическом дискурсе. Известия ЮФУ. Филологические науки. 2009, № 2, С. 91-99. ISSN 1992-6464.
- ИССЕРС, О.С. 2012. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 6-е, доп. М: Изд-во ЛКИ. ISBN 978-5-382-01331-2.
- НИКУЛИНА, Н.В. 2013. Номен как составляющая профессиональной коммуникации (на материале транспортной терминосистемы). Вестник ЧелГУ. 2013, № 31 (322), С.111-113. ISSN 1994-2796.
- ПЕТРОВА, Н. 2016. Название должности. Что оно значит для сотрудника и для того, кто его нанимает? [Электронный ресурс]. URL: <http://kazanpartner.ru/job/articles/4.htm> (дата обращения: 12.04.2016).
- РАТМАЙР, РЕНАТА. 2013. Русская речь и рынок. Традиции и инновации в деловом и повседневном общении. М: Языки славянской культуры. ISBN 978-5-9551-0656-4.