

М.Е. Морозова

**“Stellenannonse” как показатель профессионального успеха
в немецкой социокультуре**

Исследование особенностей выражения профессионального успеха в немецком языке проводилось на материале немецкоязычных текстов объявлений о найме. Интерес к теме характеризуется тем, что профессиональный успех в настоящее время является доминирующим среди культурных концептов в культурах многих стран, особенно развитых. Культурные доминанты, являясь индикатором вектора развития общества, получая отражение в национальном языке, дают информацию о

особенности воплощения этого культурного концепта, мы можем получить более или менее чёткое представление о наиболее востребованных профессиональных и личностных качествах в данной культуре на современном этапе ее развития.

Выбор материала исследования (тексты объявлений о найме) обусловливается рядом причин прагматического характера. Во-первых, анализ текстов-объявлений о вакантных должностях позволяет получить довольно точное представление об актуальном состоянии рынка труда. Во-вторых, из текстов данных объявлений можно выявить ряд профессиональных и личностных качеств, являющихся наиболее востребованными на рынке труда в современной Германии. В-третьих, мы можем получить информацию о современном состоянии экономики страны, например, об уровне развития предприятий и их распределении по сферам деятельности, о ранжированности отраслей экономики, количестве предприятий международного статуса, востребованности специалистов разных профилей, востребованности молодых специалистов, наличии рабочих мест для людей старшего возраста и инвалидов и т.п.. Помимо этого можно определить факторы-индикаторы успеха не только для соискателей, но и для самих предприятий. В-четвертых, результаты работы могут стать вкладом в теорию национально-специфических культурных доминант.

Для современного языкознания характерен возросший интерес к изучению языка в его коммуникативной функции, его функционирование в процессе речевой деятельности. Теоретической основой такого подхода к языку является представление о языке как деятельности, совершаемой общественным индивидуумом и направленной на достижение определённых целей. Любая деятельность имеет три стороны: мотивационную, целевую и исполнительную. Она рождается из потребности. Далее, используя социальные средства, знаки, мы планируем деятельность, ставя её конечную цель и намечая средства её осуществления. Наконец, мы осуществляем деятельность, достигая намеченной цели. Единичный акт деятельности есть единство всех трёх сторон. Он начинается мотивом и планом и завершается результатом, достижением намеченной вначале цели; в середине же лежит динамическая система конкретных действий и операций, направленных на это достижение.

Структурность и целенаправленность – две важнейших характеристики любой специфически человеческой деятельности. Трудовая деятельность, например, не является простой совокупностью трудовых действий, так как все действия в ней подчинены иерархии целей. Так и речевая деятельность не является простой совокупностью речевых актов [1: 26].

В настоящее время большое внимание уделяют изучению индивидуально-личностных особенностей коммуникантов. Живой интерес представляет то, как эти особенности проявляются в речи. В связи с этим понятия речевой деятельности и речевого поведения входят в сферу исследовательских интересов таких наук как, психолингвистика, социальная психология, социолингвистика и прагматическая лингвистика. Психолингвистика анализирует механизмы порождения и понимания высказываний. Психолингвисты рассматривают речевое поведение как речевую деятельность индивида, отмечая творческий, лишь отчасти стандартизированный, характер процесса речеобразования. Социолингвисты понимают под речевым поведением процесс выбора оптимального варианта для построения социально-корректного высказывания. Социальная психология также изучает деятельность и поведение коммуникантов. С точки зрения этой науки деятельность выступает как осознанная, мотивированная активность общественного субъекта. Поведение рассматривается как проявляемые вовне образцы и стереотипы действий, усвоенные индивидом либо на опыте собственной деятельности, либо в результате подражания общественным или чужим образцам и стереотипам действий. В прагматической лингвистике понятия речевой деятельности и речевого поведения разрабатываются в связи с изучением речевого воздействия и его средств. Речевое поведение отличается от речевой деятельности тем, что действия речевой деятельности определяются сознательными целями и мотивами, а речевое поведение стереотипно, автоматизировано, мотивы и цели уходят глубоко в подсознание.

Выбор материалом исследования текстов объявлений о найме продиктован еще и тем, что в этом типе текстов наиболее полно представлен спектр предпосылок успешной профессиональной деятельности.

В самом названии типа текста «Stellenannonse» уже заключена presupпозиция, т.е. в процессе его номинации раскрывается и в какой-то степени предопределяется основное прагматическое направление самого текста [2:30]. Название «Stellenannonse» состоит из двух семантических компонентов: Stelle – место, должность, работа, служба и Annonce – объявление, реклама, рекламное объявление. Оба эти компонента, следовательно, определяют прагматическую специфику данного вида текста, его лингвистические и экстралингвистические особенности и структуру. Они же регламентируют и использование языковых средств в нем. Цель данного типа текстов состоит в том, чтобы информировать адресата о наличии вакантной должности. Специфической характеристикой типа текста «Stellenannonse» является интенциональность – воплощённое в тексте конкретное намерение автора оказывать определен-

ное воздействие на адресата. При этом в тексте материализовано сочетание двух целеустановок: информировать и побуждать к действию, что обуславливает специфику содержания, структуры и средств его выражения в тексте объявления.

Кроме информативной функции и функции воздействия, в тексте объявления о найме «Stellenannonse» присутствует ряд других функций.

Саморепрезентативная функция реализуется в представлении в тексте объявления характеристик фирмы-работодателя, её основных параметров и качеств. Заинтересовывающая функция осуществляется в предоставлении информации о преимуществах, которые получит кандидат в случае замещения им вакантной должности. Экономическая функция воплощается в отражении уровня экономического развития общества, общей картины актуального состояния рынка труда, наличия вакантных рабочих мест и необходимых для их замещения специалистов. Социальная функция реализуется в том, что тексты объявления о найме ориентированы на определённые группы населения, в зависимости от их социального и профессионального статуса. Этикетная функция состоит в отражении и поддержании существующих в обществе норм этикета. Она реализуется в использовании определённых языковых средств, этикетных формул (например, обращение). Защитная функция проявляется в использовании в тексте такого параметра как защищённость. Этот параметр является основанием для разделения текстов «Stellenannonse» на открытые и закрытые (использующие иностранный язык, терминологию, профессионализмы, нестандартные сокращения и аббревиатуру). Наконец, текст любого объявления создан для решения определенной проблемы, в нашем случае – проблему отсутствия в штате предприятия необходимых специалистов. Решается проблема путем привлечения сотрудников необходимого профиля и профессионального уровня для замещения вакантных должностей. Ряд указанных функций, выполняемых текстами объявлений о найме, позволяет выделить в дискурсе «Stellenannonse» такие аспекты рассмотрения, как прагматический, социальный и экономический.

Актуальными для нашего исследования являются прагматический и социальный аспекты, проявляющиеся в обращённости текстов объявления о найме, с одной стороны, ко всей массе трудоспособного населения, а с другой – к ограниченному кругу адресатов, которые дифференцированы по профессиональному и социальному признаку. Кроме вышеперечисленных, существенными, по нашему мнению, являются такие признаки текста «Stellenannonse» как опосредованность передачи информации при помощи СМИ и ограниченный объём. Тот

факт, что воздействие на адресата происходит не прямо, а через СМИ, требует от автора текста более ответственно подходить к выбору языковых средств, так как после публикации объявления автор будет уже не в состоянии повлиять на процесс восприятия текста из-за разрыва пространственно-временного континуума коммуникации. Стремление передать большой объём информации в рамках небольшого текста способствует образованию высокой степени концентрации информации, в связи с чем значительно возрастает функциональная нагрузка вербальных текстовых единиц. Рассматривая тексты о вакантной должности «Stellenannonse», мы можем пронаблюдать, как в самой структуре текста заложена прагматическая функция – изначальное ориентирование потенциального соискателя на успешную деятельность. Текст построен таким образом, что у адресата не должно возникать ни малейших сомнений в том, что профессиональный успех – неотъемлемый признак современного успешного человека.

Слоган в начале объявления одновременно заинтересовывает и устанавливает определённую планку, побуждая кандидата к первоначальной «примерке» на себя заявленных в слогане качеств. Например:

Multi-Talent, Alleskönner, Teamworker? Wir suchen Sie! Weil Sie alles mitbringen, was Zukunft bewegt; Vereinbaren Sie einen Termin mit Zukunft! Wir suchen Sie!

Затем следует информация о фирме-работодателе, визитная карточка предприятия, позиционирующая его как современное, эффективное, инновационное, т.е. успешное по современным меркам. А успешному предприятию требуются успешные сотрудники. Например:

Wir sind ein erfolgreiches und expandierendes, mittelständisches Unternehmen mit rund 240 Mitarbeitern und einer der führenden Entwickler und Hersteller von Blister-Verpackungsmaschinen in Europa. Engagierte, qualifizierte Mitarbeiter bilden dabei die Basis für Kundenzufriedenheit und solides Wachstum.

Следом указывается название вакантной должности, после которого определяется круг относящихся к ней задач, снова задающий определённый уровень кандидата, указывая на ответственность, связанную с занятием предлагаемого места. Например:

In der zweigliedrigen Geschäftsführung verantworten sie die folgenden Aufgaben:

- Strategische Ausrichtung des Unternehmens
- Operative und strategische Verantwortung des Kundengeschäfts
- Erschließung neuer Kunden und Märkte
- Optimierung der internen Prozesse und Strukturen

- Kurz-, mittel- und langfristige Unternehmensplanung, Liquiditätsmanagement und Reporting
- Disziplinarische Verantwortung für die Funktionsbereiche Vertrieb, Einkauf, Finanzen, Personal und IT

После перечисления должностных обязанностей следует перечень ожидаемых от кандидата знаний, навыков и качеств, который дополняет и завершает описание должности и окончательно формирует картину идеального с точки зрения фирмы-работодателя кандидата. Например:

Ihr Profil: *Abgeschlossene Ausbildung in einem kaufmännischen Beruf, vorzugsweise Speditionskaufmann/-frau • Fortbildung zur Fachkaufmann/-frau für Logistik, Betriebswirt/in o. ä. erwünscht • mehrjährige Berufserfahrung, insbesondere auf dem Gebiet der Lagerlogistik • Führungserfahrung und Teamfähigkeit • Ausgeprägtes Organisations- und Entscheidungsvermögen, sowie Belastbarkeit und Flexibilität • Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift.*

Анализируя то, как структура текста объявлений о найме формирует изначальную ориентацию кандидата на успех, мы приходим к выводу о том, что уже сама структура становится критерием соответствия кандидата предлагаемой должности – *Eignung* (*Eignung* – способность (к чему-либо), пригодность; качество; профессиональная пригодность [3]). Под критерием соответствия мы понимаем некоторый комплекс, в котором распределяются между собой профессиональные и личностные качества. А так как структура изначально задаёт соискателю установку на успех, то мы можем сделать вывод о том, что *Eignung* является критерием успешности. Определённые профессиональные и личностные качества соискателя задают меру его успешности, другими словами, меру возможности достижения им успеха. Понятие «Успех» (*Erfolg*) обозначает удачу в достижении чего-либо, общественное признание, связанное с достижением поставленных целей, хорошие результаты в работе или учёбе [3]. То есть успешный человек занимает высокое положение в обществе благодаря результатам своей деятельности. В современном социуме основным видом деятельности индивида является, прежде всего, его профессиональная деятельность. Статус человека определяется на основе критерия его профессиональной занятости и результатов выполняемой им деятельности.

Рассмотрев ключевые качества, существенные для успешного осуществления профессиональной деятельности, мы разделили их на профессиональные и личностные, которые, в свою очередь, рассматривались в следующих аспектах:

– профессиональные: образование, опыт работы, владение иностранными языками, владение компьютером, дополнительные знания и умения;

– личностные: коммуникативные качества, работа в команде, организационные способности, стиль работы, дополнительные качества. В результате исследования ключевых качеств мы пришли к выводу о том, что в немецкой социокультуре в большинстве случаев личностные качества преобладают над профессиональными, т.е. социальный аспект развития личности является наиболее важным для современного человека, в том числе и для достижения профессионального успеха. Мы предположили, что этот вывод говорит о том, что в современном обществе сформировалась тенденция к интенсивному развитию коммуникативного и других аспектов личности, что является необходимым условием для достижения успеха в любой сфере деятельности.

Библиографический список

1. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. М.: Просвещение, 1969. С. 14-27.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 138 с.
3. Duden Deutsches Universalwörterbuch/ 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich; Dudenverl., 2002.