**Адекватность выражения коммуникативной интенции в рамках дискурса трудоустройства (на примере указания на желаемую должность в текстах резюме)**

Ярцев Сергей Анатольевич

Кандидат филологических наук, старший преподаватель Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Россия

Вступая в коммуникацию, каждый из ее участников надеется достичь своей цели. Для этого необходимо, чтобы адресант и адресат пользовались одним и тем же кодом и каналом коммуникации. Существенно и соблюдение выдвинутого Г. Грайсом принципа кооперации: «твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» [Грайс: 222]. Иными словами, речевое взаимодействие коммуникантов требует, чтобы их коммуникативные интенции были сопоставимы друг с другом.

На сегодняшний день основным речевым жанром, позволяющим участникам коммуникации выразить интенцию поиска работы, является резюме. В ситуации написания резюме сотрудничающими сторонами выступают организация-работодатель и соискатель должности.

Общеизвестно, что основными содержательными параметрами резюме являются сведения об имеющемся у соискателя должности опыте работы, полученном образовании и выработанных профессиональных навыках. От адекватности представления этих данных напрямую зависит успешность коммуникации посредством резюме.

Однако, чтобы начать знакомиться с этой информацией, работодатель-адресат должен каким-то образом выбрать потенциально интересующие его резюме из всего массива текстов этого жанра. В первую очередь работодатель будет отбирать резюме, подаваемые на интересующие его вакансии, оставляя без внимания тексты, которые ему не подходят. Поэтому композиционный раздел «Цель резюме» требует к себе не меньшего внимания, чем остальные разделы текста, так как именно он служит средством первичного привлечения внимания адресата сообщения. Вследствие этого информация, представленная в данном разделе, должна, в соответствии с главным требованием к деловой переписке, обладать точностью, не допускающей инотолкования.

Поскольку у автора резюме есть только одна попытка достичь своей цели коммуникации и получить приглашение на собеседование (резюме, не соответствующее ожиданиям работодателя, будет оставлено без ответа, и составитель документа не сможет объяснить, что же он на самом деле хотел сказать, но не так выразил), постольку в ситуации написания резюме исключительную важность приобретает понимание коммуникативных потребностей адресата и адекватность соответствия им соискателя должности.

Анализ отобранных методом сплошной выборки 479 резюме показал, что в большинстве случаев (419 текстов) авторы-соискатели указывают только одну должность в качестве цели резюме. Однако в 60 текстах (12,5% от общего числа) или должность указана максимально расплывчато и неясно, или одно резюме подано на соискание двух и более должностей

В большей части таких резюме эти вакансии были сходными (*домработница или няня*; *учитель/директор школы),* однако некоторые резюме подавались на соискание должностей из непересекающихся сфер деятельности (*парикмахер / страховой агент; администратор / переводчик*). Независимо от того, насколько указанные авторами резюме должности-цели схожи по квалификационным требованиям, объему выполняемых работ и качеству служебных обязанностей, цель написания резюме должна быть только одна. Можно допустить, что автор не до конца уверен в успехе коммуникации и стремится подстраховаться на случай коммуникативной неудачи: если работодатель сочтет, что по своим профессиональным качествам кандидат не подходит для должности, которую тот указал в резюме первой, возможно, он подойдет для второй, если такая имеется у потенциального работодателя.

Однако подобный способ сообщения о цели резюме видится нерациональным. Можно предположить, что читатель текста проводит поиск по базам данных банков резюме, интересуясь текстами, поданными на соискание какой-либо одной конкретной должности – той, в заполнении вакансии на которую в данный момент заинтересована его организация. Появление двух и более наименований должностей в графе «Цель резюме» только отвлечет внимание потенциального работодателя от остального текста резюме (даже при условии адекватного социально-композиционного заполнения остальных разделов текста) и создаст у него впечатление, что автор сам до конца не может определиться с направлением своей будущей карьеры и готов принять любую предложенную должность, к занятию которой он в какой-либо мере подходит в профессиональном отношении. Название должности есть ее имя, представляющее собой «свернутую программу действий, деятельности, взаимодействий» [Плотникова: 121]. Значит, указание нескольких имен подразумевает выполнение нескольких программ, однако дальнейший текст резюме будет явно описывать качества работника, подходящие для какой-то одной из них. А отсутствие имени и вовсе не предполагает никакой программы. Однако работодатель может читать данное резюме, рассчитывая получить данные о второй из указанных должностей. В подобных случаях специальная литература прямо рекомендует четко указывать цель резюме и составлять несколько текстов – по одному на каждую из желаемых должностей. Более того, неясно указанная цель резюме вызывает негативную реакцию у адресата: «работодатели терпеть не могут угадывать, какая вакансия интересует соискателя» [Кеннеди: 98].

Таким образом, недостаточно ясно выраженная коммуникативная интенция адресанта сообщения приводит к снижению коммуникативной ценности всей изложенной в дальнейшем тексте информации, а значит, ставит под вопрос успех всей коммуникации с помощью резюме.

Литература

Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1985. Вып. XVI: Лингвистическая прагматика. С. 217–237.

Кеннеди Д. Как составить резюме для «чайников». М., 2008.

Плотникова Е.В. Социокультурное программирование воли индивида: обращение к имени // Образование и наука. 2005. № 3. С. 119–124.