

*д-р філол. наук, доцент, професор кафедри документознавства,  
інформаційної діяльності та українознавства  
Тернопільський національний економічний університет*

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ «ВУЛИЧНИХ» ОГОЛОШЕНЬ ПРО РОБОТУ**

Сьогодні в Україні спостерігаємо зростання ринку праці, що знаходить вияв у збільшенні кількості вакансій для претендентів різного фахового спрямування. Одним із популярних способів залучення потенційних працівників та організації добору кадрів залишається пошук через оголошення, поширюваних у місцях скупчення людей, на зупинках, біля під'їздів житлових будинків, у транспорті, біля магазинів і под. – так звані «вуличні» оголошення.

Оголошення про роботу можна умовно поділити на ті, у яких розміщено максимальну кількість інформації для потенційних працівників (низка мотиваторів, деталізовані умови праці, перелік вакансій та країн, у яких пропонуються вакансії, а також місця роботи (наприклад, супермаркети, склади, їдальні, лікарні, заводи, фабрики), і ті, що привертають увагу скупістю поданих відомостей. Регулятивний потенціал останніх (у них зазвичай лише репрезентовано слово «робота» та розміщено телефон) полягає у створенні інтриги. Здебільшого такі повідомлення розраховані на пересічних громадян із невисоким рівнем професійної кваліфікації.

Типові «вуличні» оголошення про роботу містять заголовок (*Робота, Запрошуємо на роботу, Потрібен працівник, Шановці мешканці*) або активізатор *Увага*, інформацію про вакансію, мотиватор і контактну інформацію, здебільшого у вигляді номера мобільного телефону.

Виклад інформації про вакансії деякі фірми подають із препозитивною або постпозитивною аргументацією пошуку кадрів, що може вербалізуватися за допомогою конструкцій на зразок: *У зв'язку з відкриттям нової філії компанія здійснює набір співробітників на різні вакансії, Запрошуємо на роботу у зв'язку з розширенням виробництва.*

Подання контактної інформації на «вуличних» оголошеннях про роботу часто відбувається без відповідної рубрики, а іноді й без слова «телефон»: просто подається номер мобільного телефону без зазначення імені контактної особи, назви фірми чи структурного підрозділу організації. Менш поширеним є розміщення номерів телефонів на відривних талонах.

Серед вакансій, пропонованих в українських «вуличних» оголошеннях, найпопулярнішими є офісні працівники («працівники в офіс»), помічники керівника, продавці, водії, а також працівники робочих спеціальностей. Чимало оголошень стосуються роботи закордоном, а також роботи через мережу «Інтернет».

У «вуличних» оголошеннях про роботу яскраво репрезентовані різні мотиватори, що можуть мати вигляд переліку аргументів або прав працівників: висока оплата праці, офіційне працевлаштування, гнучкий графік праці, можливість кар'єрного росту та професійного розвитку, мотиваційні програми, безкоштовне навчання, необов'язковість досвіду

роботи, медичне страхування за рахунок роботодавця, гарячі обіди з частковою оплатою за кошти підприємства, безкоштовне транспортування працівників до місця роботи, гарні, зокрема безпечні, умови праці, забезпечення спецодягом, спецвзуттям, відповідними санітарно-побутовими умовами, допомога на перших етапах роботи, дружний колектив тощо.

Домінантним мотиватором в українських «вуличних» оголошеннях про роботу є повідомлення про високу заробітну плату, вербалізовані у вигляді словосполучень *високий дохід, зростаючий дохід, висока оплата праці, заробітна плата від... до грн/міс. «на руки», з/п від ... грн, гідна оплата праці*. Частотністю відзначаються ті, що містять позитивнооцінний компонент: *хороший, гарний, гідний, високий*. Це пояснюється тим, що оцінним елементам притаманний великий прагматичний потенціал: «мова оцінок дивовижно добре пристосована до використання в ситуації прийняття рішення, інструкції про вибір чи зміну принципів вибору і модифікації стандартів» [1, 14]. Адже «головне призначення ціннісних суджень – не повідомляти факти, а чинити вплив» [2, 129].

Непрямо інформацію про високий дохід передають оголошення, на тлі яких зображено знаки «\$», а також розміщено англійське слово «money» (гроші). У вигляді приміток або в дужках роботодавці часто подають інформацію про те, що досвід роботи не є обов'язковим. У деяких оголошеннях знаходимо інформацію про умови праці та графік роботи, наприклад «тиждень через тиждень», «з 8:00 до 20:00».

Більшість «вуличних» оголошень про роботу виконані на папері низької якості. Їх дизайн вирізняється непрофесійністю, відсутністю смаку в оформленні графічних елементів (ідеться про розміри шрифту й гарнітури, розташування елементів один щодо одного). Так, типовими помилками в оформленні таких оголошень є неправильне центрування написів, використання шрифтів різної гарнітури, малі відступи між рядками, невелика відстань написів від країв, зловживання графічним виділенням, використання непоєднаних кольорів, нечитабельність тексту, невмотивоване використання курсиву і под.

Активізаторами уваги у «вуличних» оголошеннях про роботу постають: заголовки; яскравий колір тла оголошення (жовтий, оранжевий, зелений); нестандартний колір напису (синій, червоний тощо); оригінальна форма оголошення, наприклад у вигляді трикутника, смужки; графічні знаки (наприклад, \$, а також нагромодження знаків оклику); специфічна гарнітура шрифтів; зловживання графічним виділенням значущої інформації; рубрикація тексту; навмисний друк слів без пробілів.

Нетиповим способом привернення уваги потенційних працівників є гумор в оголошеннях, наприклад: *«РОБОТА для Овена, Лева та Стрільця. Козерогів прохання не турбувати»*. Мало поширеною є і репрезентація в текстах оголошень про роботу принципу позитивного самопозиціонування: *Запрошуємо до команди лідерів!, Доставка майбутнього, Ми – найкращі!*

У текстах «вуличних» оголошень про роботу домінують спонукальні реченнєві конструкції – означено-особові, передусім із головним членом у формі другої особи – *Працюй в..., Живи в Україні!, Приєднуйтеся до нашої команди вже сьогодні!* Менш поширені двоскладні реченнєві одиниці з присудком у формі дієслова першої особи множини та займенника МІ: *Ми пропонуємо вам роботу...*

Типовим у текстах оголошень про роботу є використання маніпулятивного принципу дефіциту [3, 222], що реалізується за допомогою категоричних темпоральних обмежувачів або стимуляторів: *терміново, поспішайте, терміново потрібен працівник в офіс, негайно, телефонуйте вже сьогодні* і т. д.

Таким чином, в українських «вуличних» оголошеннях про роботу представлено такі принципи здійснення маніпулятивного впливу, як принцип дефіциту, позитивного оцінювання та позитивного самопозиціонування. При викладі інформації застосовуються прийоми аргументування, інтригування, а також надмірної деталізації. Для привернення уваги потенційних працівників роботодавці вдаються до використання акцентуалізованих заголовків, різноманітних графічних елементів, намагаючись виявити нестандартність в оформленні оголошення.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Арутюнова Н. Д. *Истоки, проблемы и категории прагматики* / Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В. // *Новое в зарубежной лингвистике: «Прагматика»*. – Вып. XVI. – М., 1985. – С. 3–42.

2. Стивенсон Ч. *Некоторые прагматические аспекты значения* / Стивенсон Ч. // *Новое в зарубежной лингвистике*. – М., 1985. – Вып. XVI. – С. 129-154.

3. Чалдини Р. *Психология влияния* / Роберт Чалдини. – [4-е междунар. изд.]. – СПб. : Питер, 2002. – 288 с. : ил. – (Серия «Мастера психологии»).

УДК 008(477)+94(477)

**Щербяк Ю. А.**

*доктор педагогічних наук, професор кафедри документознавства,  
інформаційної діяльності та українознавства  
Тернопільського національного економічного університету*

### **НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

На сучасному етапі в Україні вирішення проблеми дітей і молоді з особливими потребами здійснюється відповідно до документів, затверджених міжнародними організаціями, зокрема ЮНЕСКО, Всесвітньою організацією охорони здоров'я, Міжнародною організацією праці, Міжнародною лігою товариств допомоги людям з особливими потребами. Вони зосереджують зусилля на виробленні методів і критеріїв діагностики відхилень у здоров'ї, визначенні обов'язків держав щодо цих осіб, вивченні шляхів удосконалення системи допомоги, розвитку їх правового статусу. Серед міжнародних документів, що регламентують здобуття освіти людьми з особливими потребами, найбільшого значення набули акти, прийняті ООН.

У Національній стратегії розвитку освіти України до 2021 року зазначено, що стратегія розвитку національної системи освіти має формуватись адекватно до сучасних інтеграційних і глобалізаційних процесів, вимог переходу до постіндустріальної цивілізації, чим забезпечити