

4. Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English. A S Hornby, 7th edition. Oxford. University press, 2005. 1780 с.

5. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. 4-е изд. М.: Рус. яз., 1984. 944 с.

УДК 81

Т. Ю. Залавина (Магнитогорск, Россия)

Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова

Дистинктивные особенности интервью в ситуации трудоустройства

В статье рассматриваются особенности интервью при трудоустройстве как разновидность институционального делового дискурса. Анализируются его этапы и критерии успешности. Описываются моменты, влияющие на получение адекватной информации о соискателе. Интервью признается эффективным способом выявления профессиональных и личностных качеств респондентов в ситуации трудоустройства.

Ключевые слова: интервью при трудоустройстве, деловое общение, соискатель, интервьюер, профессиональные компетенции

Политические, социальные и экономические аспекты современной жизни требуют реновации профессиональных компетенций, повышения уровня профессиональной подготовки специалистов, чтобы быть конкурентноспособными на рынке труда. Квалифицированный специалист способен решать профессиональные задачи на высоком уровне, готов к вызовам новых условий труда, обладает не только твердыми, но и мягкими навыками, в частности умением правильно презентовать себя в интервью при устройстве на работу.

Традиционно интервью определяется как предназначенная для средств массовой информации и инициированная журналистом беседа с каким-либо лицом на любые интересные для широкой публики темы [1, с. 258]. Интервью – самый распространенный метод получения информации, который применяется журналистами во всех странах мира [2, с. 83].

Таким образом, можно сделать вывод, что интервью представляет собой, с одной стороны, способ получения сведений, с другой – это определенная форма передачи полученной информации [3]. Интервью с респондентом направлено на максимальное раскрытие его личности.

Чаще всего интервью рассматривается как жанр масс-медиа дискурса [4]; [5]; [6], также он изучается в рамках художественного дискурса [7]; [8]. Но все большее внимания интервью начинает привлекать как объект исследования в рамках делового общения [9].

Наиболее востребованным типом интервью, с которым сталкивается каждый специалист в своей профессиональной деятельности, является интервью-собеседование при устройстве на работу, под которым понимается беседа с кандидатом на вакантную должность с целью выявления мотивации, личностных и профессиональных качеств кандидата для определения степени соответствия кандидата предлагаемой работе, а также стилю организации в целом, ее организационной культуре [10].

К жанрам устного делового дискурса также относятся:

- деловая беседа (кадровая, дисциплинарная, организационная, прием посетителей);
- переговоры (коммерческие, организационные);
- совещание (проблемное, инструктивное, оперативное);
- телефонный деловой разговор (информативная беседа, деловые переговоры) [11].

Интервью в ситуации трудоустройства относится к институциональному деловому типу дискурса, представляет собой общение в рамках статусно-ролевых отношений, являющихся всегда заранее определенными: интервьюер-интервьюируемый. По типу доминирующей интенции в деловом дискурсе интервью наблюдаются признаки информативного, аргументативного, регулятивного дискурсов, исходя из доминирующих стратегий: оповещения (соискатель сообщает о себе фактуальную информацию), убеждения (кандидат представляет компетенции, соответствующие требованиям работодателя), и даже воздействия, поскольку интервьюируемый доказывает, почему он подходит на вакансию лучше других испытуемых.

Интервьюер с помощью заранее составленных вопросов и полученных ответов дает оценку профессиональным и личным качествам претендента.

Респондент в процессе интервьюирования стремится произвести наилучшее впечатление, прибегая к стратегии положительной самопрезентации [12]; [13]. Однако в попытке продемонстрировать свои лучшие качества он может исказить реальные факты [14].

Кроме того, интервью при трудоустройстве протекает в ситуации коммуникативного неравенства. Рекрутер обладает большими полномочиями, именно он задает общую тональность беседы, задает интересующие его вопросы. Респондент вынужден следовать за логикой интервьюера. Преимущество оказывается на стороне того кандидата, который в курсе языковых и стилистических особенностей жанра интервью при трудоустройстве.

Выделяют три этапа интервью при трудоустройстве: предварительный этап, очный этап собеседования, этап принятия решений.

Предварительный этап интервью предполагает знакомство и оценку всех имеющихся сведений о кандидате (краткая биография, результаты тестов при приеме на работу, рекомендательные письма и т.п.). Непосредственно этап ин-

тервью представляет собой акт социальной коммуникации между интервьюером и интервьюируемым. На финальном этапе собеседования происходит оценка персональных данных и профессиональных квалификаций соискателя и их соотнесение с требованиями к должности, на которую он претендует.

Критериями успешности интервью при трудоустройстве являются: правильность принятого решения; точная оценка кандидата с точки зрения индивидуально-личностных особенностей, способностей, навыков, потенциала, опыта и ценностей; продолжительность собеседования, оптимальное распределение времени между этапами интервью; впечатления кандидата о вакансии, о компании и ее сотрудниках, сложившееся у него в ходе собеседования; получение / сохранение достоверной информации; степень заинтересованности кандидата в вакансии [11, с. 189].

Процесс прохождения интервью – стрессовая ситуация для любого кандидата, независимо от возраста, образования, социального статуса. Респонденты могут демонстрировать неуверенность или чрезмерную раскрепощенность, неадекватные поведенческие реакции, неумение вести диалог. Кроме того, существует ряд моментов, влияющих на получение адекватной информации о соискателе:

1. Реакция на вопрос. На ответы респондентов влияют социальная желательность и попытки управления собственным имиджем, что ставит под сомнение валидность интервью.

2. Разница между реальными действиями и мыслями и рассказ о них. Как показывают исследования, в процессе интервью респонденты склонны исказить данные о себе: мысли, воспоминания и слова подлежат различным процессам преобразования [14]. Немецкие ученые Г. Люциус-Хен и А. Делпманн различают пять уровней понимания «биографии» в автобиографических интервью, каждый из которых имеет свою собственную конституционную логику [15]:

- историческое событие: реальность прошлых действий;
- переживание: субъективная перспектива пережитого в историческое время;
- воспоминание: представление в автобиографической памяти;
- повествование: языковое оформление биографии как истории с конкретным сюжетом и моралью;
- процесс рассказа: социальное взаимодействие с собственной последовательностью и структурой действий, с процессами взаимного позиционирования между интервьюером и интервьюируемым.

Авторы делают вывод о невозможности передачи полностью достоверной информации о предыдущих действиях, переживаниях, воспоминаниях, поскольку это было бы репрезентативной ошибкой. Дополнительной трудностью являются ограничения самовыражения респондентов из-за таких факторов, как возраст, недостаточный уровень образования, языковые проблемы. Кроме того, информация, представленная в интервью, до ее получения адресатом проходит

многообразные процессы выборочного кодирования и фильтрации, последующего декодирования, что может отразиться на ее достоверности. Однако исследователи указывают на то, что в процессе интервьюирования можно составить представление о языковых и коммуникативных предпочтениях респондента, способах реагирования на провокационные вопросы [16].

3. Социально-научные данные. Интервью также используются для опроса различных социальных категорий и групп, чье мнение может представлять интерес для исследуемого вопроса (напр., представители нетрадиционных меньшинств, беженцы, хулиганы и т. д.). Таким образом, они заранее рассматриваются в отношении идентичности, которая задает определенные ожидания. Однако они могут полностью отличаться от позиций других людей внутри группы.

4. Неестественность и сомнительная экологическая обоснованность. Ситуация интервью для большинства респондентов является нестандартной. В повседневной жизни перед нами не стоит задача в длинном монологе рассказывать о своих профессиональных достижениях, биографических фактах, интересах и предпочтениях, не получая какой-либо реакции от собеседника. Поэтому, можно предположить, что респонденты в интервью не используют те же коммуникативные практики, что и в реальной жизни.

Таким образом, интервью при трудоустройстве – это вид институциональной деловой коммуникации с ярко выраженной интенциональной направленностью, когда все участники стремятся получить желаемый результат.

Указанные выше пункты не умаляют значение интервью как эффективного способа выявления профессиональных и личностных качеств респондентов в ситуации трудоустройства. Оно помогает работодателю составить впечатление о соискателе, а претенденту создает оптимальные условия для самопрезентации.

Литература

1. Голанова Е. И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью) // Русский язык сегодня. М., 2000. Вып. 1. С. 251–259.
2. Дубских А. И. Выражение оценки в личностном интервью // Проблемы истории, филологии, культуры. 2006. № 17. С. 82–87.
3. Лукина М. М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2008. 191 с.
4. Дубских А. И., Бутова А. В., Кисель О. В. Механизмы речевого воздействия в массмедиальном дискурсе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 6 (139). С. 107-112.
5. Дубских А. И. Жанрово-прагматические особенности массово-информационного дискурса // Язык, литература, ментальность: разнообразие культурных практик: материалы II междунар. науч. конф. Курск: Издательский дом VIP, 2009. С. 36–40.
6. Дубских А. И. Диалогичность как способ организации текста на газетной полосе // Проблемы диалогизма словесного искусства: сб. материалов всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф., посвящ. 450-летию добровольного вхождения

Башкирии в состав России и Году русского языка. Стерлитамак: Стерлитамак. гос. пед. академия, 2007. С. 26–28.

7. Zalavina T. Y., Kisel O. V. «Blame» concept in phraseology: cognitive-semantic aspect (based on the french language) // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. Vol. 11. № 17. P. 9693–9703.

8. Кисель О. В., Заруцкая Ж. Н. Межъязыковая передача личного имени через призму коннотативного аспекта семантики онимов // Проблемы истории, филологии, культуры. 2015. № 3(49). С. 393–399.

9. Ладе А. В. Дискурсивные технологии коммуникативного жанра "интервью в ситуации трудоустройства" (на примере английского и испанского языков) // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 6(416). С. 98–106.

10. Дубских А. И. Основные подходы к определению роли адресанта и адресанта в речевой коммуникации // Актуальные проблемы теоретических и прикладных исследований: язык, культура, ментальность: материалы междунар. науч.-практ. конф. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, 2014. С. 11–16.

11. Маханькова Н. В. Доминантные черты англоязычного и русскоязычного общения в процедуре интервью // Теория и практика языковой коммуникации: материалы VIII междунар. науч.-метод. конф. 2016. С. 188–194.

12. Дубских А. И., Бутова А. В., Харитоновна С. В. Солидаризация как тактика самопрезентации публичной персоны в «звездном» интервью // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 1(50). С. 99–106.

13. Кисель О. В., Дубских А. И., Бутова А. В. Мотивы самопрезентации личности в интернет-пространстве посредством никнейма // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. № 5. С. 222–225.

14. Гроголева О. Ю., Булавина Г. А. Ситуативная и личностная тревожность и копинг-поведение в ситуации собеседования у различных категорий соискателей // Молодёжь третьего тысячелетия: сб. науч. ст. XLII регион. студ. науч.-практ. конф. Омск: Омск. гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского, 2018. С. 837–840.

15. Lucius-Hoene G., Deppermann A. Rekonstruktion narrativer Identität // VS Verlag für Sozialwissenschaften: пер. Е. Е. Чурилова // Развитие личности. М.: Прометей. № 3. С. 208–234.

16. Дубских А. И. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в масс-медиа-дискурсе (на материале «звездных» интервью): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2014. 24 с.