

4. Сусов, И.П. Прагматическая структура высказывания / И.П. Сусов // Языковое общение и его единицы. – Калинин : КГУ, 1986. – С. 7–12.
5. Meibauer, J. Rhetorische Fragen // Jorg Meibauer. – Tuebingen : Max Niemeyer Verlag, 1986. – 185 S.
6. Meibauer, J. Pragmatik / J. Meibauer. – Tübingen : Stauffenburg Verlag, 2008. – 208 S.
7. Булыгина, Т.В. О границах и содержании прагматики / Т.В. Булыгина // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т.40, N4. – С. 335–340.
8. Сусов, И.П. Лингвистическая прагматика / И.П. Сусов [Электронный ресурс].– Режим доступа : <http://homepages.tversu.ru/~ips/Pragmj.html>. – Дата доступа : 15.02.13.
9. Почепцов, Г.Г. Предложение /И.П. Иванова,В.В.Бурлакова, Г.Г.Почепцов // Теоретическая грамматика современного английского языка. М., 1981. – С. 161–281.
10. Bublitz, W. Englische Pragmatik. Eine Einführung / W. Bublitz. – Berlin : Erich Schmidt Verl., 2009. – 304 S.
11. Ehrhardt, C. Pragmatik / C. Erhardt, H. J. Heringer. – Paderborn : Fink, 2011. – 156 S.
12. Ernst, P. Pragmalinguistik. Grundlagen – Anwendung – Problematik / P. Ernst. – Berlin [u.a.]: Walter de Gruyer, 2002. – 210 S.
13. Оганезова, Т.С. Проблема отграничения имплицитности от смежных понятий и явлений / Т.С. Оганезова // Гуманитарные исследования. – 2011, № 2(38). – С. 75–84.

УДК 81'233

Грицевич Татьяна Дмитриевна
Доцент кафедры возрастной и педагогической психологии Белорусского государственного педагогического университета имени М. Танка, г. Минск
t.gritsevich@gmail.com

АНАЛИЗ РЕЧИ КАНДИДАТА В ПРОЦЕССЕ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Аннотация: В статье приводится опыт работы по психолингвистическому анализу речи кандидата во время собеседования. Рассматриваются характерные речевые обороты, по которым можно косвенно судить об особенностях кандидата как личности и профессионала. Статья может представлять интерес для специалистов по подбору персонала, а также для молодых людей, находящихся в поиске работы.

Ключевые слова: Подбор персонала, анализ речи, обороты речи, особенности личности.

Gritsevich Tatiana
Assistant Professor, Department of Developmental and Pedagogical Psychology,
Belarusian State Pedagogical University named after M. Tank, Minsk

SPEECH ANALYSIS OF CANDIDATE DURING THE INTERVIEW

Abstract: The article provides experience in psycholinguistic analysis of a candidate's speech during the job interview. The characteristic turns of phrase are analysed, by which one can indirectly judge about the peculiarities of the candidate as a person and as a professional. The article may be of interest to recruiters, as well as for young people in search of work.

Keywords: Recruitment, speech analysis, figures of speech, characteristics of personality.

В процессе вузовской подготовки специалистов получение лингвокультурного образования оказывает им в дальнейшем неоценимую помощь. В частности, при трудоустройстве на работу давно вошло в практику прохождение собеседования с будущим работодателем. Во время собеседования оцениваются не только профессиональные компетенции, интеллект, опыт, мотивация кандидата, но и его владение устной речью. И от того, насколько грамотно и убедительно кандидат на должность сможет сообщить о своих достоинствах, зависит не только его вербальный имидж и общее благоприятное впечатление, но и реальная возможность обойти конкурентов и в итоге получить желанную работу.

Специалисты по подбору персонала, имеющие в том числе и психолингвистическую подготовку, обращают внимание не только на само содержание и суть ответов на вопросы, но и на все многообразие паралингвистических сопроводителей речи кандидата.

Такое внимание к речи говорящего связано с развитием и разработкой одного из трех основных направлений «третьего поколения» психолингвистики – коммуникативного направления. Коммуникативный подход возник на основе системной методологии и семантического анализа. Он связан с необходимостью: 1) выхода психолингвистики за рамки анализа текста, 2) изучения речи конкретного собеседника в конкретной ситуации, 3) учета целей коммуникации [2, с. 314].

Опытный специалист по подбору персонала знает, что самый простой и надежный способ оценить уровень интеллекта и тип мышления человека – это слушать его речь. Однако уже сам факт участия кандидата в собеседовании является для него стрессовой ситуацией. Поэтому содержание речи он более или менее может контролировать, а вот форму, то есть саму структуру построения фразы, – практически нет. Следовательно, в ходе интервью будет обращать внимание не только на то, что именно говорит кандидат, но и на то, как именно он выстраивает фразы, какие выбирает слова, каково в целом его богатство обыденной и профессиональной лексики.

В качестве примера можно привести выявление такой важной психологической характеристики кандидата как интернальность / экстернальность (т.е. внешний или внутренний локус контроля). Помимо специальных психодиагностических методов, данные особенности личности можно довольно точно выявить с помощью простого вопроса, обращенного к нему: «Как вы узнаете, что выполнили работу хорошо или плохо?». Человек с внутренним локусом контроля (интернал) с большей долей вероятности ответит, что он сам вполне способен оценить результаты своего труда (*сам вижу, сам знаю, сам решаю* и др.). Для человека с внешним локусом (экстернала) характерен будет, например, такой ответ: «Начальство хвалит (ругает)», то есть сошлется на мнение другого человека (людей), общепринятые нормы или на что-либо иное.

Можно привести еще целый ряд вопросов кандидату, ответы на которые косвенно выявляют присущий ему локус контроля. Например:

- Как Вы определяете, что добились в этом успеха?
- Вы успешно входите в новый коллектив? Почему Вы так считаете?
- Вы хорошо водите машину? Почему Вы так считаете? и др.

Впоследствии на основании ответов на подобные вопросы работодатель будет делать следующие выводы. Ярко выраженные интерналы более плодотворно трудятся в одиночестве или на позиции руководителя, лидера команды. Они лучше справляются с работой, требующей инициативы, не боятся идти на риск, они более решительны. Более того, эта характеристика свидетельствует о готовности кандидата принимать на себя ответственность, что является показателем зрелости личности. Однако экстерналы могут быть более продуктивны в качестве надежных исполнителей или посредников.

Аналогично форма и структура высказываний кандидата выдает и его *мотивацию*, в частности, ориентацию на достижение успеха или избегание неудач в процессе деятельности. Если кандидат в своих ответах часто использует *позитивную* структуру речи, например: «Хочу быть здоровым и богатым», или употребляет глаголы, обозначающие необходимость *что-либо сделать, иметь*: «Купить необходимое профессиональное оборудование», то такие обороты речи чаще всего свидетельствуют о мотивации достижения успеха, активности кандидата.

В то же время, если кандидат пользуется преимущественно негативной структурой речи, например: «Не хочу быть больным и бедным», или обращает внимание на то, что *не нужно* делать или иметь: «Главное – чтобы не купить некачественные лекарства, не попасть на подделку, которые еще больше усугубят состояние здоровья», то с определенной уверенностью можно говорить о наличии у претендента на вакансию мотивации избегания неудач. К такому выводу интервьюер приходит, анализируя то, как человек строит фразы, как их произносит, поскольку именно в речи находит отражение то, что кандидата на самом деле интересует. В результате работодатель, как правило, с большей охотой сделает выбор в пользу кандидата, имеющего более выраженную мотивацию достижения успеха [1].

Кандидаты на вакансию, как правило, примерно представляют себе, какие вопросы им могут быть заданы на собеседовании, поэтому готовятся к ним и отвечают так, как того ожидает от них потенциальный работодатель.

Однако подготовиться к тому, что их речь будут анализировать, и попробовать «отрепетировать» её заранее, очень сложно. Кандидат может, конечно, пытаться контролировать себя, но это возможно только первые несколько минут. Потом он все равно начинает использовать привычные для себя речевые обороты, грамматические конструкции, лексику и т.д. Человек не может одновременно контролировать и содержание речи, и её

невербальные составляющие (жесты, мимику, тонические напряжения мышц лица и т.д.), и свои характерные формы речи. Более того, ему еще необходимо осмысливать информацию, реагировать на новые и порой неожиданные вопросы, получаемые во время собеседования, а также ориентироваться в ситуации.

Можно привести ещё ряд примеров погрешностей речи, которые способствуют созданию позитивного вербального имиджа кандидата. В частности, к ним можно отнести частое употребление словосочетаний типа «*как говорят*», «*как говорится*» – не в тех случаях, когда они несут определенную смысловую нагрузку, а «для связки слов», для заполнения пауз. С одной стороны, их можно назвать банальными словами-паразитами, которые при частом употреблении никак не украшают речь, а с другой – их можно психологически интерпретировать. Психологи объясняют это следующим образом. Мы произвольно употребляем эти словосочетания, как правило, тогда, когда хотим показать, что это не мы говорим, а другие, а мы только повторяем за ними («*как говорится*, яблоко от яблоньки...»), «*как говорят* на Полесье...»). Иначе говоря, этими вводными словами как бы снимается ответственность за сказанное. И такие высказывания вполне оправданы, когда человек употребляет слова, которые для него являются чужими, чуждыми, не входят в его активный словарь. И он тем самым как бы проявляет свою неуверенность в правильном употреблении какой-либо фразы.

А если человек очень часто употребляет в речи «*как говорится*», «*как говорят*», в том числе и по отношению к словам, которые определенно находятся в его активном словаре, это значит, что он очень часто чувствует себя неуверенным. А это характерно для людей, у которых неуверенность является личностной чертой.

То же самое касается словосочетания «*так сказать*». Одно дело, когда оно употребляется в значении «так обычно не говорят». И совсем другое – когда это словосочетание употребляется не к месту: «Этот вопрос, *так сказать*, не имеет ко мне отношения». Если это происходит довольно часто или касается тех слов, которые определенно входят в активный словарь данного человека, то можно наверняка говорить о той же выраженной неуверенности субъекта. И в этом случае речь уже идет не о ситуативной неуверенности, а опять же о неуверенности как черте характера [3].

Об этом следует помнить не только на собеседовании, но и при всех ситуациях общения, поскольку указанные фразы не способствуют созданию положительного имиджа и в подсознании собеседника (интервьюера) отложатся, скорее всего, негативно.

Также «выдает» кандидата и произвольное, частое использование в своей речи так называемых *проговорок*. Опытный интервьюер непременно обратит на них внимание. Это слова, которые сигнализируют о низкой

степени уверенности в высказанной мысли, а также о желании перестраховаться при предоставлении информации:

- в принципе;
- в общем (если это не является обобщающим словом);
- в целом (аналогично предыдущему);
- довольно, достаточно;
- и тому подобное.

Перечисленные слова указывают на ту сферу, где человек чувствует себя менее уверенно. Слишком частое их использование вызывает сомнение в искренности ответов на вопросы интервьюера. Следовательно, на собеседовании они вряд ли помогут создать у работодателя «нужное» для кандидата мнение о себе.

Конечно, перечисленные психолингвистические приемы анализа речи не исчерпывают возможности получения максимально точной и полной информации о кандидате, но позволяют получить довольно много важных сведений.

Таким образом, получение лингвокультурного образования вооружает выпускников и будущих специалистов бесценными навыками правил общения, оказывает им в дальнейшем неоценимую услугу в вербальной самопрезентации. Недаром в психологии уже давно стал устоявшимся афоризм: «Умение говорить – это хороший имидж».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закаблущая, Е.В. Эффективное собеседование. Подбор сотрудников на 100% / Е.В. Закаблущая – СПб. : Питер, 2009. – 240 с.
2. Лобанов, А.П. Когнитивная психология: от ощущений до интеллекта : учеб.пособие / А.П. Лобанов. – Минск : Новое знание, 2008. – 276 с.
3. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехники, психотехнологии / А. Ю. Панасюк – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.

УДК 811.11-112

Кальчук Татьяна Алексеевна

Старший преподаватель кафедры немецкой филологии Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина, г. Брест
tatkalchuk@mail.ru

СТИМУЛИРОВАНИЕ МНОГОЯЗЫЧИЯ В ОБЩЕСТВЕ

Аннотация: Знание нескольких языков становится огромным плюсом в образовании, в профессиональной сфере, а также в развитии межкультурных связей. Многоязычие несет в себе много преимуществ, но одновременно связано со множеством проблем. Как поддерживать многоязычие с тем, чтобы его потенциал был адекватно использован в обществе?