

4. *Faerch C., Kasper G.*, Strategies in interlanguage communication. – New-York: Longman, 1983, – 253 с.

REFERENCES

1. *Alipichev A.Yu.* Designing the training of translators in the sphere of professional communication: thesis ... A.Yu.Alipichev. Moscow, 2007, p. 304.
2. *Gavrilenko T.A.* Intercultural component of training of translators in the sphere of professional communication // Professionalno orientirovannyi perevod: realnost I perspektivy. Moscow, PFUR, 2011.
3. *Smirnov S.D.* Pedagogy and psychology of higher education: from activity to resonality. – Moscow, “Academiya”, 2001, p. 304.
4. *Faerch C., Kasper G.*, Strategies in interlanguage communication. – New-York, Longman, 1983. p. 253.

УДК 811.112.2

В.В. Ветринская

Российский университет дружбы народов

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ СОБЕСЕДОВАНИИ ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS USED AT A JOB INTERVIEW

В статье описывается коммуникативная ситуация «Собеседование при приеме на работу в Германии», определяются цели, коммуникативные стратегии и тактики, используемые менеджером по персоналу и кандидатом на должность во время собеседования и анализируются языковые средства, с помощью которых речевое воздействие реализуется в реальном процессе коммуникации.

Ключевые слова: коммуникативная ситуация, коммуникативные стратегии и тактики, коммуникативный ход.

The article describes communicative situation “Interview at recruitment in Germany”; defines aims, communicative strategies and tactics used during the interview by recruitment managers and applicants. It also analyses language means that help linguistic manipulation to be implemented in the process of communication.

Key words: communicative situation, communicative strategies and tactics, communicative turn.

Коммуникативное поведение личности можно представить как иерархическую систему, составленную из коммуникативных стратегий, коммуникативных тактик и действий. Говорящий ставит перед собой определенную коммуникативную цель и согласно этой цели вырабатывает коммуникативную стратегию, которая преобразуется в коммуникативную тактику.

Понятие стратегии рассматривается в таких сферах науки как военное дело, экономика, политология, психология, лингвистика. В любой из перечисленных областей деятельности стратегический подход «базируется на общих знаниях и когнитивных моделях социума и индивида» [3, с. 55].

В лингвистике нет единого подхода к определению коммуникативных стратегий и тактик. Так, О.С. Иссерс рассматривает коммуникативные стратегии как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [3, с. 54].

О.Н. Паршина понимает коммуникативную стратегию «как сверхзадачу речи, диктуемую практическими целями говорящего», как «определенную направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» [5, с. 10-11].

Анализируя вышеприведенные дефиниции, можно сделать вывод о том, что понятие коммуникативной цели является основным при определении коммуникативной стратегии. Таким образом, коммуникативная цель определяет всю стратегию общения, отбор фактов и их подачу в определенном освещении [1, с. 22], что находит выражение в выборе формы и содержания сообщения, формы речи, условий коммуникации и т.д.

Коммуникативные тактики выполняют функцию способов осуществления коммуникативной стратегии и соотносятся с отдельными

коммуникативными намерениями. Тактики, способствующие достижению сходных целей, объединяются в группы. Таким образом, определяется конституируемая данными тактиками стратегия. Для реализации определенной тактики используются коммуникативные ходы, выступающие по определению О.С. Иссерс «в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики» [3, с. 117].

В рассматриваемой нами ситуации устройства на работу целью работодателя, представленного в лице менеджера по персоналу, является познакомиться с претендентом на должность, понять, подходит ли он для работы на этой фирме на определенной позиции. Работодателю важно получить представление о профессиональных знаниях, умениях и навыках кандидата, т.е. его профессиональной компетентности; личностных качествах претендента, необходимых для выполнения профессиональных обязанностей. Сотрудники немецких фирм (управленческое звено) должны обладать лидерскими качествами, ответственностью, инициативностью, умением работать как в команде, так и самостоятельно.

Целью кандидата является, с одной стороны, доказать, что он соответствует желаемой должности, а с другой стороны понять, насколько это место работы отвечает его представлениям и желаниям.

Таким образом, основная стратегия, которой придерживается менеджер по персоналу, направлена на составление наиболее полного представления о личности и профессиональных качествах кандидата на должность. Итогом разговора должно быть решение о трудоустройстве претендента. Для реализации этой стратегии менеджер по персоналу применяет различные тактики. Например, получение информации и сравнение новой информации с уже известными фактами из резюме. Для этого используются коммуникативные ходы «запрос информации» и «уточнение фактов». Например:

Was haben Sie im Zeitraum zwischen ... und ... getan? (Чем вы занимались с ... по ... годы?)

Этот вопрос задается, если в резюме отсутствуют какие-либо факты, таким образом, кандидату предоставляется возможность дать пояснения, подать себя с лучшей стороны.

Многие вопросы направлены не только на получение конкретной информации, а опосредованно проверяют качества и компетенции кандидата. Например:

- способность к самоанализу, рефлексии:

Wo liegen Ihre Stärken? Wo sehen Sie bei sich Schwächen? (Назовите свои сильные и слабые стороны.) Если кандидат затрудняется ответить на этот традиционный вопрос, то это свидетельствует о его плохой подготовке и несерьезном отношении к собеседованию;

- мотивация, умение планировать:

Wo wollen Sie in fünf Jahren stehen? (Где Вы видите себя через пять лет?)

Особое место в арсенале менеджеров по персоналу занимает тактика провокации. Эта тактика используется в первую очередь для выяснения стрессоустойчивости кандидата.

Warum sind Sie der Richtige für die angebotene Stelle? Warum sollten wir gerade Sie einstellen? (Почему именно Вы подходите на это место?)

Warum sind Sie so nervös? (Почему Вы так нервничаете?)

Стратегии, применяемые кандидатом на должность более разнообразны. Рассмотрим некоторые из них.

Стратегия повышения личного статуса. Для осуществления данной стратегии применяются тактики:

- самопрезентация, эта тактика успешно используется, когда менеджер по персоналу просит рассказать о себе. В ответ можно в первую очередь рассказать о своих успехах и достижениях;

- неявная самопрезентация, например, если кандидата спрашивают о причинах смены места работы, он отвечает, что старая работа его устраивает, но он хотел бы заниматься более сложными разработками и т.п. Это означает, что он специалист высокого класса, готовый к выполнению трудных задач, обладает всеми необходимыми для этого знаниями и навыками. Часто кандидат в ответе на вопрос о его слабых сторонах пытается под видом своих недостатков преподнести свои достоинства;

- дискредитация (критика оппонента) применяется кандидатами, если они негативно отзываются о бывшем работодателе или коллегах.

Стратегия убеждения. Для достижения намеченной цели в рамках этой стратегии кандидат может использовать следующие тактики:

- тактика решения проблемы включает в себя несколько коммуникативных ходов: определение проблемы, формулировка решения, обоснование, возможное практическое применение;

- тактика принятия решения состоит из описания проблемы, определение нескольких путей решения проблемы, выбор критериев для принятия решения, выбор решения. Эти тактики применяются кандидатом, если он не знает ответа на вопрос и начинает рассуждать. Целью менеджера при этом не является получить конкретный ответ, а проверить аналитические способности кандидата. Поэтому применение этих тактик обеспечивает эффективную коммуникацию.

Стратегия ухода от ответа. Для реализации этой стратегии кандидат может применять тактики:

- уход от ответа из-за отсутствия информации;

- апелляция к более компетентному источнику, например к данным статистики, т.е. «факты говорят сами за себя»;

- уход от ответа и переход к другой теме, например: *„Können Sie mir bitte sagen, warum Sie das fragen? Haben Sie ein anderes Beispiel parat, an*

dem ich Ihnen meine Haltung erläutern kann?“ (Не могли бы Вы мне сказать, почему Вы меня об этом спрашиваете? У Вас нет другого примера, на котором я смог бы объяснить мое поведение?)

Следует отметить, что тактики ухода от ответа из-за отсутствия информации и дискредитация оппонента не способствуют эффективной коммуникации.

Эти тактики зачастую осуществляются не только на вербальном уровне, например, желая избежать какого-то вопроса претендент старается отгородиться от менеджера по персоналу «баррикадой» из бумаг, письменных принадлежностей, кофейных чашек и т.п. Это, как и сомкнутые на груди руки говорит о нежелании общаться и неуверенности кандидата.

Перед кандидатом стоит также цель понять, подходит ли ему выбранное место работы. Поэтому менеджеры ожидают, что претендент будет в свою очередь задавать вопросы. Кандидат может выбрать тактику проявления интереса и самопрезентации: *„Was kann ich in den nächsten zwei bis drei Jahren in Ihrem Unternehmen erreichen?“ (Чего я могу достичь на Вашем предприятии в ближайшие два-три года?). „Sie sprachen vorhin über die Projekte, die ich voraussichtlich übernehmen würde. Wie beurteilen Sie meine diesbezüglichen Qualifikationen und Erfahrungen?“ (Вы упомянули проекты, в которых я мог бы принять участие. Как Вы оцениваете в этой связи мои квалификацию и опыт?)*

Однако вопросы кандидата, где использовалась тактика получения гарантии трудоустройства, могут привести к негативному результату. Например: *„Falls Sie einen anderen Bewerber nehmen, gibt es dann noch andere Jobs in Ihrem Unternehmen, die für mich interessant sein könnten?“ (В случае Вашего решения в пользу другого кандидата найдется ли у Вас на фирме работа, интересная для меня?).* Необходимость для кандидата получить рабочее место понятна. Но рассматривать себя как неудачную

кандидатуру еще до решения менеджера граничит с глупостью. Таким образом, менеджер сделает вывод, что перед ним кандидат, не верящий в свои силы.

Несмотря на то, что одним из важнейших условий успешного прохождения интервью при устройстве на работу, является тщательная подготовка кандидата, многие пренебрегают этим советом. Анализируя собеседования с отрицательным результатом, становится понятно, что кандидаты предварительно не продумывают стратегию и тактики своего поведения.

Для достижения положительного результата во время собеседования кандидатам необходимо приводить больше аргументов в подтверждение своих слов, ссылаться на источники информации, иллюстрировать свои утверждения примерами своих профессиональных и творческих достижений.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Борисова И.Н.* Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры / под ред. Т.В. Матвеевой. – Екатеринбург: АРГО, 1996. – С.21-48.
2. *Гавра Д.П.* Основы теории коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Питерб 2011. – 288 с. 201-202.
3. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
4. *Матюшенко В.В.* Формирование дискурсивной компетенции при обучении студентов неязыковых вузов письменной деловой коммуникации (на материале немецкой деловой корреспонденции) // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2006. – №4. – С. 219-221.
5. *Паршина О.Н.* Российская политическая речь: Теория и практика / Под ред. О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Издательство ЛКИ, 2007.

REFERENCES

1. *Borisova I.N.* Discourse strategies in conversational dialogue // Russian conversational speech as phenomenon of urban culture / edited by T.B. Matveyeva. Ekaterinburg ARGO, 1996. pp. 21-48.
2. *Gavra D.P.* Fundamental of the communication theory: Textbook. SpB.: Piter, 2011, pp. 201-202.
3. *Issers O.S.* Communicative strategies and tactics of Russian speech. – M.: LKI Publishers, 2008. p. 288.
4. *Matyushenko V.V.* Forming discourse competence in training written business communication to students of non-language universities (on the base of German business correspondence) // Humanitarian and social and economic sciences, 2006, №4, pp. 219-221.
5. *Parshina O.N.* Russian political speech: Theory and Practice / edited by O.B. Sirotinina. Moscow, LKI Publishers, 2007.

УДК 811.111

А.Г. Иванова

Российский университет дружбы народов

О ТИПОЛОГИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ МОРФЕМНО-СЛОГОВОЙ СТРУКТУРЫ СЛОВА В ЯЗЫКАХ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ

ABOUT TYPOLOGICAL SIGNIFICANCE OF WORD MORPHEMIC AND SYLLABIC STRUCTURE IN THE LANGUAGES OF DIFFERENT TYPES

В статье рассматривается значимость морфемно-слоговой структуры слова в типологически различных языках для определения степени лексичности/грамматичности языка, образующее типологическую детерминанту языка; выявляются и анализируются морфемно-слоговые модели слова в свете функционально-семантической характеристики слова.

Ключевые слова: морфемно-слоговая структура слова, лексичность/грамматичность, морфемно-слоговые модели.

The article studies the significance of morphemic and syllabic structure of a word in the typologically different languages for defining the degree of lexicality/grammaticality, which makes the typological determinant of language. It also analyzes the morphemic and syllabic models of a word considering functional and semantic characteristics of a word.