

**ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԸՆԿԱԼՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ
ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ՏԱՐԲԵՐ
ՁԵՎԱԶՓԵՐՈՒՄ**

ՄԱՆԱՆԱ ԵՆՈՔՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ գիտակրթական միջազգային կենտրոնի
գիտահետազոտական աշխատանքների գծով փոխտնօրենի օգնական,
ուսումնական մասի առաջատար մասնագետ,
հոգեբանության ամբիոնի հայցորդ
manana.yenokyan@isec.am

DOI: 10.54503/978-9939-1-1866-8-107

Համառոտագիր

Աշխատակազմի ընտրության գործընթացում հարցազրույցը թեկնածուների գնահատման առավել տարածված մեթոդներից է: Սովորաբար, թափուր հաստիքի համալրման նպատակով անցկացվող հարցազրույցները եղել են առկա ձևաչափով: Սակայն, վերջին տասնամյակում սոցիալ-հասարակական և տեխնոլոգիական փոփոխությունների ազդեցությամբ լայն տարածում են ստացել առցանց հարցազրույցները, ինչի արդյունքում փոխվել են հարցազրույցի անցկացման միջավայրային պայմանները և հաղորդակցման բնույթը և ձևաչափը: Առցանց միջավայրում հարցազրուցավարի և թեկնածուի փոխազդեցությունը սահմանափակվում է տեխնիկական միջոցներով, որի պայմաններում հաճախ դիտարկվում է թեկնածուի արտաքինի միայն մասնակի պատկերը, ինչը կարող է ազդել սոցիալական ընկալման գործընթացների վրա:

Հարցազրույցի ընթացքում թեկնածուի արդյունավետ գնահատման վրա նշանակալի ազդեցություն կարող են ունենալ հարցազրուցավարի մոտ ձևավորված կարծրատիպերը, որոնք դրսևորվում են հաղորդակցման սկզբնական փուլում և կարող են ազդեցություն ունենալ հարցազրույցի հետագա ընթացքի վրա:

Հոդվածում ուսումնասիրվում են սոցիալական ընկալման առանձնահատկություններն աշխատակազմի ընտրության հարցազրույցի առկա և առցանց ձևաչափերում, վերլուծվում են միջավայրային պայմանների փոփոխության ազդեցությունը թեկնածուի օբյեկտիվ գնահատման գործընթացի, հարցազրույցի արդյունավետության և ընտրության արդյունքների վրա, ինչպես նաև վերլուծվում են սոցիալական ընկալման սխալների և կարծրատիպերի ազդեցությունը թեկնածուի անձի վերաբերյալ պատկերացումների և վերագրումների ձևավորման մեջ:

Սույն հետազոտության նպատակն է ուսումնասիրել մասնագիտական ընտրության գործընթացում առկա և առցանց հարցազրույցների արդյունավետությունը պայմանավորող կարծրատիպային գործոնների ազդեցությունը: Հետազոտությունը հիմնված է տարբեր կազմակերպություններում աշխատող մարդկային ռեսուրսների կառավարման ոլորտի 20 մասնագետների դիտողականության մակարդակի գնահատման և սոցիալական ընկալման առանձնահատկությունները բացահայտող հարցարանի հետազոտական տվյալների, ինչպես նաև առկա և առցանց հարցազրույցների մասնակցած

50 թեկնածուների շրջանում իրականացված հարցման արդյունքների վերլուծության վրա:

Ստացված արդյունքները ցույց են տալիս, որ սոցիալական ընկալման էֆեկտների մեծ մասը ավելի հաճախ դրսևորվում է առկա հարցազրույցների ընթացքում: Սա կարելի է բացատրել նրանով, որ անմիջական հաղորդակցման պայմաններում հարցազրուցավարը հնարավորություն ունի առավել ամբողջական և համակարգային դիտարկելու թեկնածուի արտաքին և վարքային առանձնահատկությունները, դրանք հիմնավորելու անձնային հատկանիշների հետ և դրանց վրա հիմնվելով կազմել պատկերացում և ձևավորել գնահատականներ: Միևնույն ժամանակ առցանց ձևաչափը որոշակիորեն սահմանափակում է սոցիալական կարծրատիպերի և սխալների ազդեցությունը՝ նպաստելով թեկնածուի անձնային և մասնագիտական որակների առավել օբյեկտիվ գնահատմանը: Հետազոտության արդյունքները նաև ցույց են տալիս, որ հարցազրուցավարի դիտողունակության բարձր մակարդակը նպաստում է թեկնածուի բազմակողմանի ընկալմանը:

Ստացված արդյունքները կարող են կիրառվել աշխատակազմի ընտրության գործընթացում հարցազրույցների արդյունավետ կազմակերպման և գնահատման մեթոդների կատարելագորման նպատակով:

Բանալի բառեր և բառակապակցություններ՝ սոցիալական ընկալում, աշխատակազմի ընտրություն, առկա հարցազրույց, առցանց հարցազրույց, սոցիալական կարծրատիպ:

FEATURES OF SOCIAL PERCEPTION ACROSS DIFFERENT FORMATS OF PERSONNEL SELECTION INTERVIEWS

MANANA YENOKYAN

National Academy of Sciences of the Republic of Armenia
International Scientific-Educational Centre
Assistant to the Deputy Director of Scientific Research,
Leading Specialist at the Educational Department,
Department of Psychology, PhD student
manana.yenokyan@isec.am

Abstract

In the recruitment process, the interview is one of the most common methods for evaluating candidates. Typically, interviews conducted to fill a vacant position have been offline. However, over the last decade, influenced by social and technological changes, online interviews have become widespread, changing the environmental conditions for conducting interviews and the nature and format of communication. In an online environment, the interaction between the interviewer and the candidate is limited by technical constraints, under which only a partial image of the candidate's appearance is often observed, which can affect social perception processes.

Stereotypes formed by the interviewer can significantly affect the effective assessment of a candidate during an interview, manifesting in the initial stages of communication and potentially influencing the interview's subsequent course of the interview.

The article examines the features of social perception in offline and online formats of personnel selection interviews. It analyses the impact of changes in environmental conditions on the process of objective candidate evaluation, interview effectiveness, and selection outcomes, as well as the influence of social perception errors and stereotypes on the formation of impressions and attributions about the candidate's personality.

The purpose of this study is to examine the impact of stereotypical factors that determine the effectiveness of offline and online interviews in the career choice process. The study is based on the assessment of the level of observance of 20 human resources management specialists working in various organisations and the research data from a questionnaire that reveals the characteristics of social perception, as well as the analysis of survey results among 50 candidates who participated in offline and online interviews.

The results obtained show that most of the social perception effects are more frequently manifested during offline interviews. This can be explained by the fact that in face-to-face communication, the interviewer has the opportunity to observe the candidate's physical and behavioural characteristics more comprehensively and systematically, to substantiate them with personality traits, and based on them, to form an impression and make judgments. At the same time, the online format somewhat limits the influence of social stereotypes and biases, contributing to a more objective assessment of the candidate's personal and professional qualities. The

research results also show that a high level of interviewer observability contributes to a more comprehensive perception of the candidate.

The results obtained can be used to improve the effective organisation of interviews and assessment methods in the staff selection process.

Keywords and phrases: Social perception, staff selection, offline interview, online interview, social stereotype.

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ В ПРОЦЕССЕ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

МАНАНА ЕНОКЯН

Ассистент заместителя директора по научно-исследовательским вопросам,
ведущий специалист учебной части
Международного научно-образовательного центра НАН РА,
аспирант кафедры психологии
manana.yenokyan@isec.am

Аннотация

В процессе найма собеседование является одним из наиболее распространенных методов оценки кандидатов. Как правило, собеседования, проводимые для заполнения вакантной должности, проводились в офлайн-режиме. Однако в последнее десятилетие под влиянием социокультурных и технологических изменений широкое распространение получили онлайн-собеседования, что привело к изменению условий проведения собеседований, а также характера и формата общения. В онлайн-среде взаимодействие между интервьюером и кандидатом ограничено технологиями, что зачастую приводит к тому, что виден лишь фрагмент внешности кандидата, что может повлиять на процессы социального восприятия.

Стереотипы, формируемые интервьюером, могут оказывать значительное влияние на эффективную оценку кандидата во время собеседования. Эти стереотипы возникают на начальных этапах общения и могут влиять на дальнейший ход собеседования.

В статье рассматриваются особенности социального восприятия в офлайн- и онлайн-форматах собеседований при подборе персонала, анализируется влияние изменения условий окружающей среды на процесс объективной оценки кандидата, эффективность собеседования и результаты отбора, а также влияние ошибок социального восприятия и стереотипов на формирование впечатлений и атрибуций в отношении личности кандидата.

Цель данного исследования заключается в изучении влияния стереотипных факторов на эффективность очных и онлайн-собеседований в процессе выбора профессии. Исследование основано на оценке уровня соблюдения 20 специалистами по управлению человеческими ресурсами, работающими в различных организациях, а также на данных анкетирования, раскрывающих особенности социального восприятия, а также анализе результатов опроса 50

кандидатов, участвовавших в офлайн- и онлайн-собеседованиях.

Полученные результаты показывают, что большинство эффектов социального восприятия чаще проявляются во время офлайн-собеседований. Это можно объяснить тем, что при очных собеседованиях интервьюер имеет возможность более целостно и систематически наблюдать за физическими и поведенческими характеристиками кандидата, подтвердить их чертами личности и на этом основании сформировать впечатление и вынести суждения. В то же время онлайн-формат несколько ограничивает влияние социальных стереотипов и ошибок, способствуя более объективной оценке личных и профессиональных качеств кандидата. Результаты исследования также показывают, что высокий уровень внимательности интервьюера способствует более полному восприятию кандидата.

Полученные результаты можно использовать для оптимизации организации собеседований и методов оценки в процессе подбора персонала.

Ключевые слова и фразы: социальное восприятие, отбор персонала, офлайн-интервью, онлайн-интервью, социальные стереотипы.

Ներածություն

Աշխատակազմի արդյունավետ ընտրությունը կազմակերպությունների համակարգված և կառուցողական գործունեության կարևորագույն գործընթացներից է, քանի որ ուղղակիորեն պայմանավորում է կազմակերպության գոծունեության արդյունավետությունը և զարգացումը: Տարբեր պատմական ժամանակաշրջաններում ձևավորվել և զարգացել են աշխատակազմի ընտրության և գնահատման տարբեր մեթոդներ, որոնք ներկայումս կիրառվում են համակարգված կերպով՝ թեկնածուների դիտարկման և ընտրության նպատակով: Այդ շարքում լայնորեն կիրառվող մեթոդներից է հարցազրույցը, որը թեկնածուների գնահատման առավել տարածված և արդյունավետ գործիքներից է: Հարցազրույցը բնութագրվում է որոշակի կառուցվածքով, ընթացակարգով և կազմակերպման պայմաններով, որոնք կարող են էական ազդեցություն ունենալ ինչպես թեկնածուի վերաբերյալ դրսևորվող առաջին տպավորության, այնպես էլ կազմակերպության մասին նրա պատկերացումների վրա: Վերջին տարիներին տեխնոլոգիական առաջընթացի և սոցիալական փոփոխությունների ազդեցությամբ լայն տարածում է ստացել աշխատակազմի ընտրության նպատակով իրականացվող առցանց ձևաչափով հարցազրույցը և ներկայումս առկա և առցանց հարցազրույցները զուգահեռաբար կիրառվում են: Եվ հարցազրույցի անցկացման միջավայրային պայմանների փոփոխությունը կարող է ազդել թեկնածուին արդյունավետ և օբյեկտիվ գնահատման գործընթացում սոցիալական ընկալման մեխանիզմների դրսևորման վրա: Թեկնածուի վերաբերյալ գնահատականների ձևավորման վրա, մասնավորապես, նշանակալի ազդեցություն կարող են ունենալ սոցիալական ընկալման էֆեկտները և կարծրատիպային գործոնները:

Աշխատանքի ընդունման և ընտրության գործընթացի առանձնահատկություններին վերաբերող խնդիրները ուսումնասիրվել են ժամանակակից գիտության շրջանակներում, ինչը վկայում է տվյալ հիմնախնդրի արդիականության մասին: Նշված հիմնախնդրին անդրադարձել են մի շարք հետազոտողներ, այդ թվում՝ Մակլակով, Իվանովա, Սպիվակ, Կուպեր, Կոզլով,

Բողալև և այլ հեղինակներ:

Հետազոտության նպատակին հասնելու համար իրականացվել է աշխատանքի որոնման և կողմնորոշման առանձնահատկությունների վերաբերյալ տեսական մոտեցումների վերլուծություն, առկա և առցանց հարցազրույցների տարբերությունները և յուրահատկությունները, վերլուծվել հարցազրույցին հոգեբանական պատրաստության նշանակությունը և ընթացքը, ինչպես նաև սոցիալական ընկալման առանձնահատկությունները, ուսումնասիրվել են մասնագիտական ընտրության գործընթացում՝ առկա և առցանց հարցազրույցների արդյունավետությունը պայմանավորող կարծրատիպային գործոնների ազդեցությունը, ինչպես նաև առկա և առցանց ձևաչափով հարցազրույցների ժամանակ՝ հարցազրույցավարների սոցիալական ընկալման էֆեկտների դրսևորման և վերջիններիս դիտողականության մակարդակի կապը:

Տեսամեթոդական հիմքեր

Վերջին տասնամյակում սոցիալ-հասարակական և տեխնոլոգիական փոփոխությունների ազդեցությամբ լայն տարածում են ստացել առցանց հարցազրույցները, ինչի արդյունքում փոխվել են հարցազրույցի անցկացման միջավայրային պայմանները և հաղորդակցման բնույթը և ձևաչափը:

X դարի 20-ական թվականներին գերմանացի հետազոտող Ֆ. Բաուսգարտենը եզրակացրեց, որ մասնագիտական ընտրության ժամանակ հատկապես կարևոր նշանակություն ունեն անձի անհատական առանձնահատկությունները, որոնց հիման վրա պետք է մշակվեն համապատասխան տեխնիկաներ [3]:

Հարցազրույցները թեկնածուի մասին տեղեկատվության ստացման առավել դինամիկ աղբյուր են: Սոցիալական գործոնները և մարմնի լեզուն կարող են մեծ ազդեցություն ունենալ հարցազրույցի արդյունքների վրա [9]: Հարցազրույցի ընթացքում սոցիալական ընկալումն ունի էական նշանակություն: Հաշվի առնելով անձնակազմի ընտրության նպատակով գործատուի զգալի ծախսերը և սխալ ընտրության հետևանքները՝ ղեկավարների և մարդկային ռեսուրսների կառավարման մասնագետների համար կարևոր է ընտրությունը կատարելիս հիմնվել թեկնածուի կոմպետենտության մասին տեղեկատվության վրա, այլ ոչ թե կարծրատիպերի, անձնական փորձի և այլոց կարծիքի վրա:

Առցանց միջավայրում հարցազրույցավարի և թեկնածուի փոխազդեցությունը սահմանափակվում է տեխնիկական միջոցներով, որի պայմաններում հաճախ դիտարկվում է թեկնածուի արտաքինի միայն մասնակի պատկերը, ինչը կարող է ազդել սոցիալական ընկալման գործընթացների վրա:

Սոցիալական ընկալումն անձի հոգեբանական զարգացումը և հասարակական էությունը պայմանավորող կարևոր գործոններից է: Որպես հասարակության մասնիկ՝ անձն իր գործունեությունը կարգավորում է սոցիալական ընկալման երևույթի ազդեցության ներքո: Սոցիալական ընկալումը համեմատաբար քիչ ուսումնասիրված է և համարվում է բարդ, քանի որ, ինչպես նշվում է գիտական աղբյուրներում, գոյություն չունի մարդու հստակ ու անփոփոխ այնպիսի պատկեր, որը մշտապես նույն կերպ ընկալվի [1, էջ 119]: «Պատճառական ատրիբուցիա» հասկացությունն առաջին անգամ կիրառել է ավստրիացի հոգեբան Ֆ. Հայդերը: Նա ենթադրում էր, որ անձը կենսական անհրաժեշտություն ունի հավատալու շրջակա միջավայրի

կանխատեսելիությանը և վերահսկելիությանը **[5]**: Առավել նեղ իմաստով՝ սոցիալական ընկալումը դիտվում է որպես միջանձնային ընկալում. մարդու արտաքին հատկանիշների ընկալման, նրա անձնական հատկանիշների հետ դրանք փոխկապակցելու, դրանց հիման վրա անձի գործողությունները մեկնաբանելու և կանխատեսելու գործընթաց **[11]**: Անձի կողմից մյուս անձի ընկալումը կամ սոցիալական ընկալումը դասական, հանրագիտական բնութագրմամբ, առաջին հերթին, հոգեկան իմացական գործընթաց է: Այս գործընթացն իր մեջ ներառում է հոգեկան արտացոլման գրեթե բոլոր մակարդակները: Այսինքն՝ զգայությունների, ընկալման, պատկերացումների, մտածողության միջնորդությամբ մարդիկ ընդունում և վերամշակում են արտաքին աշխարհից ստացված տեղեկատվությունը: Ըստ սոցիալական ընկալման հոգեբանական տեսության հիմնադիր Ա. Ա. Բոդայովի՝ մարդու կողմից մարդու ընկալումը բնութագրվում է իմաստավորվածությամբ, որի հիմքում ընկած են հոգեկան գործընթացները, դրդապատճառային ոլորտը և դիրքորոշումները **[2]**:

Ինչպես հայտնի է, առցանց հարցազրույցների ձևաչափն ունի մի շարք առավելություններ, որոնք հիմնականում թույլ են տալիս խնայել ժամանակ և գումար: Բայց, միևնույն ժամանակ, հարցազրույցի որակի վրա ազդում են համացանցային կապի ընդհատումները, զրույցի կարևոր հատվածներում հանկարծակի անջատումները, աղոտ պատկերը, ընդհատվող ձայնը և այլն: Այս ամենը ազդում է զրուցակիցների հաղորդակցության և հոգեբանական վիճակի վրա **[10]**: Իհարկե այս գործոնները բացակայում են առկա հարցազրույցի ժամանակ: Այսինքն՝ առցանց հարցազրույցի անցկացման բացասական կողմերից մեկը հանկարծակի առաջացող տեխնիկական խափանումներն են, որոնց վերահսկողությունը կարող է և հարցազրուցավարի և թեկնածուի ձեռքում չլինել: Թեկնածուի տեսողական ընկալումը (ինչպես է հագնված, ինչ պարագաներ է կրում, ինչ ապրանքանիշի ակնոց, ժամացույց և այլն), օժանելիքի հոտը, ոչ խոսքային դրսևորումները, ժեստերը, աչքերի շարժումները, դեմքի արտահայտությունները շատ ավելի մեծ տեղեկատվություն կարող են տալ, քան բառերը **[10]**: Առկա հարցազրույցի ժամանակ վերը նշված դրսևորումներին հետևելը առավել դյուրին է, քանզի կա իրական շփում, շփման մասնակիցները գտնվում են նույն էրգոնոմիկական պայմաններում:

Անկախ այն բանից, թե ինչ փորձառություն և հմտություններ ունի թեկնածուն՝ ամեն ինչ, ի վերջո, կախված է նրանից, թե նա որքանով կարող է շահել հարցազրուցավարի վստահությունը, որ ինչպես յուրաքանչյուր մարդ, իր զրուցակցին գնահատելիս ապավինում է ընկալման կարծրատիպերին **[4]**: Լեոնհարդը և Նատալի Զունինը նշում են, որ երբեմն թեկնածուն, միայն գործատուին բարևելուց հետո, հասկանում է արդեն՝ նա ընդունվում է աշխատանքի, թե՛ ոչ **[8]**: Մարդու ընդհանուր տպավորությունը տարածվում է նրա անհատական որակների գնահատման վրա, հուզական վերաբերմունքը ճշգրտումներ է մտցնում անձի պատկերի հետագա ձևավորման վրա՝ մթնոլորտով նրա որոշ առանձնահատկությունները և ի լույս բերելով մյուսները: Սա այսպես կոչված «Գալո էֆեկտն» է **[6]**: Մարդիկ նույն երևույթին տարբեր կերպ են վերաբերվում, նրանց մեջ կարող են լինել սոցիալական, քաղաքական, բարոյական, մասնագիտական և այլ տարբերություններ **[7, էջ 52]**:

Հետազոտության համար ընտրվել է համակարգված մոտեցում, որը

ենթադրում է ուսումնասիրության օբյեկտը դիտարկել որպես ամբողջական կառուցակարգ՝ որպես որոշակի կառուցվածք և գործառույթներ ունեցող համակարգ: Տեսական վերլուծություններ կատարելիս օգտվել ենք Մակլակովի, Իվանովայի, Սպիվակի, Լիտվինցևայի, Կուպերի, Կոզլովի, Պաշեպուտի՝ աշխատակազմի ընտրության հոգեբանական առանձնահատկությունների և սոցիալական ընկալման վերաբերյալ աշխատություններից:

Ուսումնասիրության մեթոդներ

Հետազոտությանը մասնակցել են տարբեր կազմակերպությունների՝ 22-ից 35 տարեկան, ազգությամբ հայ, իգական և արական սեռի 50 աշխատակիցներ, ովքեր ունեն բարձրագույն կրթություն: Վաղ հասունության շրջանում գտնվող ընտրանքի ընտրությունը պայմանավորված է նրանով, որ, տարիքային առանձնահատկություններից ելնելով, առաջատար է դառնում մասնագիտական, աշխատանքային գործունեությունը: Հետազոտությանը մասնակցել են ՄՌԿ ոլորտի 20 մասնագետ, որ զբաղվում են աշխատակազմի հավաքագրմամբ: Ըստ հետազոտության տեսական վերլուծության և առաջադրված նպատակի՝ ընտրանքը կարող է համարվել ռեպրեզենտատիվ, առաջին խումբը՝ քանակական ($n > 35$), իսկ երկրորդ խումբը՝ համարվել փորձագիտական կամ «էքսպերտային»՝ որակական (մասնակցություն հարցազրույցի) և քանակական ըստ ՄՌԿ-ում աշխատանքային փորձի և զբաղեցրած պաշտոնի:

Հետազոտության համար իրականացվել է հարցազրույց՝ առկա և առցանց հարցազրույցների առանձնահատկությունների վերաբերյալ և օգտագործվել են երկու հարցարաններ.

1. Աշխատակիցների ընտրության հարցազրույցի վերաբերյալ հարցարան:
2. Պաշեպուտի «Անձի դիտողականության մակարդակի բացահայտման» վերաբերյալ հարցարան:

Հարցազրույցն իրականացվել է տարբեր կազմակերպություններում աշխատող ՄՌԿ ոլորտի 20 մասնագետի հետ, որ զբաղվում են աշխատակազմի հավաքագրմամբ: Տրված հարցերը վերաբերում են աշխատակազմի ընտրության նպատակով իրականացվող առկա և առցանց հարցազրույցների առանձնահատկություններին: Հետազոտական փաթեթում ներառված առաջին մեթոդը՝ հատուկ ընթացակարգով մշակված հարցարանն է: Այստեղ զետեղված են աշխատակիցների ընտրության հարցազրույցի վերաբերյալ հարցեր և հետազոտության մասնակիցները պետք է ընտրեն իրենց դիրքորոշմանը բնորոշ տարբերակը:

Հետազոտության մեջ կիրառված մյուս մեթոդը՝ Լ. Պաշեպուտի՝ «Անձի դիտողականության մակարդակի բացահայտման» վերաբերյալ հարցարանն է: Հաշվարկի ժամանակ հաշվի է առնվել յուրաքանչյուր հարցի համար դուրս բերված միավորը, այնուհետև դուրս է բերվել միջինացված արժեք, որի ցուցանիշն էլ ցույց է տալիս անձի դիտողականության մակարդակը:

Ստացված արդյունքները համեմատվել են՝ աշխատակիցների ընտրության հարցազրույցի վերաբերյալ ՄՌԿ ոլորտի 20 մասնագետների հետ անցկացրած հարցազրույցի, վերջիններիս դիտողականության մակարդակի, ինչպես նաև 50 աշխատակիցների հետ անցկացրած աշխատակիցների ընտրության հարցազրույցի վերաբերյալ հարցարանի արդյունքների հետ և դուրս բերվել ընդհանրություններ:

Մաթվիճակագրական ապարատի կիրառմամբ (SPSS)՝ բանաձևերի միջոցով գնահատվել են՝ գումարը, միջին արժեքը և տոկոսային տվյալների դուրսբերումը:

Ստացված արդյունքներ

Կիրառելով հարցազրույցի մեթոդը՝ դուրս են բերվել՝ տարբեր կազմակերպություններում աշխատող ՄՌԿ ոլորտի 20 մասնագետների՝ առկա և առցանց ձևաչափով հարցազրույցների ժամանակ սոցիալական ընկալման էֆեկտների դրսևորման առանձնահատկությունները և կիրառելով նաև անձի դիտողականության մակարդակի բացահայտման հարցարանը՝ իրականացվել է համեմատական վերլուծություն (աղյուսակ 1):

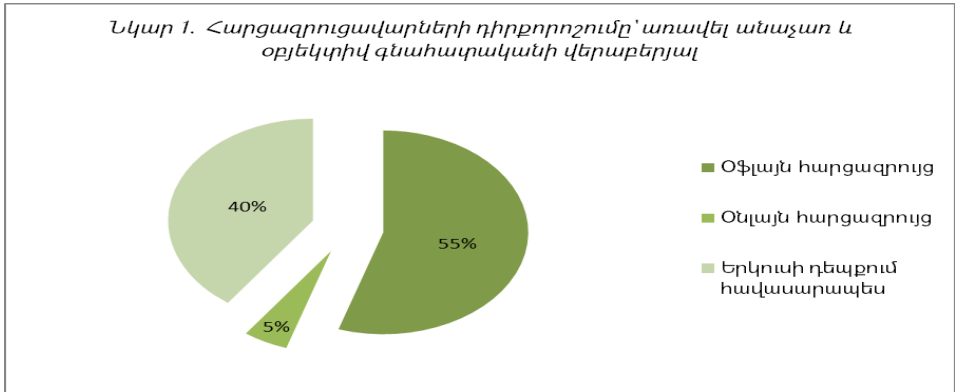
Աղյուսակ 1.

Առկա և առցանց ձևաչափով հարցազրույցների ժամանակ հարցազրուցավարների սոցիալական ընկալման էֆեկտների դրսևորման և նրանց դիտողականության մակարդակի համեմատական վերլուծություն

Առանձնահատկություն	Դրսևորումը առկա և առցանց հարցազրույցների ժամանակ (%)	Դիտողականության մակարդակ	
		1-ին խումբ	2-րդ խումբ
Առաջին տպավորության էֆեկտ Թեկնածուի CV-ի նկարին ուշադրություն են դարձնում	Երկուսի դեպքում հավասարապես (55%)	99.5	97
Թեկնածուի մասին առաջին տպավորությունն ազդում է	Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (35%)	88.1	85
Արտաքին տեսքի առանձնահատկությունների հիման վրա եզրակացություններ առավելապես կազմվում են	Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (55%)	94.3	102
Գալո էֆեկտ Թեկնածուի մի գրավիչ, վառ գիծն ընդհանրացվում է նրա մասին ամբողջական կարծիքի մեջ	Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (35%)	95	93.4
Շփման բացասական փորձի էֆեկտ Թեկնածուի դրսևորած բացասական վարքը, որին հանդիպել են նաև նախկին թեկնածուների դեպքում, տեսանելի է	Երկուսի դեպքում հավասարապես (70%)	96	102

<p>Ճանաչողական դիտմանսի էֆեկտ Երբ պետք է ընտրել երկու թեկնածուների միջև, որ հավասարապես համապատասխանում են, ավելի հեշտ է լինում նվազեցնել արդյունքում առաջացող դիտմանսը և գտնել շատ պատճառներ սեփական անձին համոզելու, որ տվյալ ընտրությունը լավագույնն է</p>	<p>Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (45%)</p>	<p>90.5</p>	<p>98.2</p>
<p>Առաջին տպավորության էֆեկտ Եթե թեկնածուի վերաբերյալ առկա է նախնական ձևավորած համոզմունք, ապա այն հնարավոր է, որ կփոփոխվի</p>	<p>Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (35%)</p>	<p>101.6</p>	<p>98.5</p>

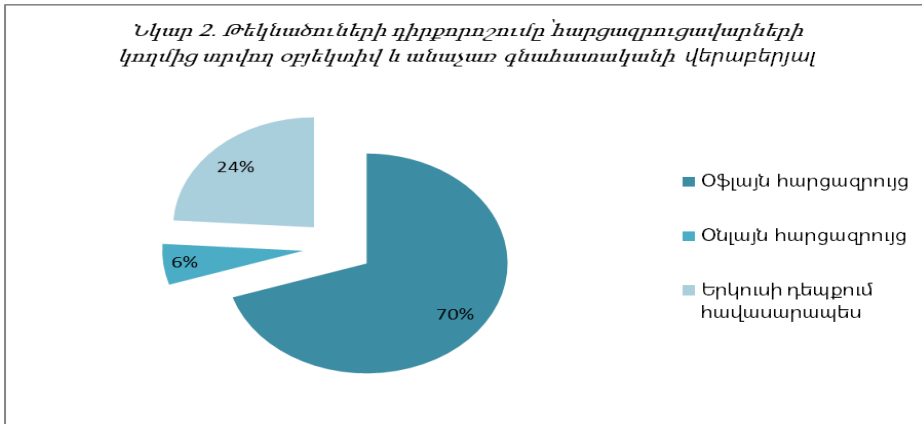
Հարցազրուցավարների և թեկնածուների հետ անցկացրած հարցազրույցի և հարցարանի միջոցով փորձ է արվել դուրս բերել, թե հարցազրուցավարների կողմից որ ձևաչափով հարցազրույցի ժամանակ է տրվում առավել անաչառ և օբյեկտիվ գնահատական:



Գծապատկեր 1. Հարցազրուցավարների դիրքորոշումը՝ առավել անաչառ և օբյեկտիվ գնահատականի վերաբերյալ

Ինչպես ցույց է տրված գծապատկեր 1-ում, ՄՌԿ ոլորտի մասնագետների 55%-ը նշել է, որ առավել անաչառ և օբյեկտիվ գնահատական տրվում է առկա հարցազրույցի ժամանակ, 40%-ը նշել է, որ և առկա և առցանց հարցազրույցների ժամանակ հավասարապես, և միայն 5%-ն է նշել, որ օբյեկտիվ և անաչառ գնահատական կարող է տրվել առցանց հարցազրույցի ժամանակ:

Նկար 2. Թեկնածուների դիրքորոշումը՝ հարցազրուցավարների կողմից տրվող օրյեկտիվ և անաչառ գնահատականի վերաբերյալ



Գծապատկեր 2. Թեկնածուների դիրքորոշումը՝ հարցազրուցավարների կողմից տրվող օրյեկտիվ և անաչառ գնահատականի վերաբերյալ

Ստացված արդյունքները կարող են պայմանավորված լինել նրանով, որ առկա հարցազրույցի ժամանակ առկա է անմիջական, չմիջնորդավորված շփում, հարցազրուցավարն ամբողջովին կենտրոնացած է թեկնածուին առավել ամբողջական և բոլոր կողմերից ուսումնասիրելուն, չկան խանգարող տեխնիկական գործոններ, որոնք կարող են շեղել հարցազրուցավարի ուշադրությունը:

Հետազոտության շրջանակներում՝ 50 թեկնածուների հետ, որ իրենց աշխատանքային գործունեության շրջանակներում մասնակցել են և առկա և առցանց հարցազրույցների, հարցարանային մեթոդի կիրառմամբ փորձ է արվել դուրս բերվել վերջիններիս վերաբերմունքը՝ առկա և առցանց ձևաչափով հարցազրույցների ժամանակ՝ հարցազրուցավարների սոցիալական ընկալման էֆեկտների դրսևորման (աղյուսակ 2):

Աղյուսակ 2.

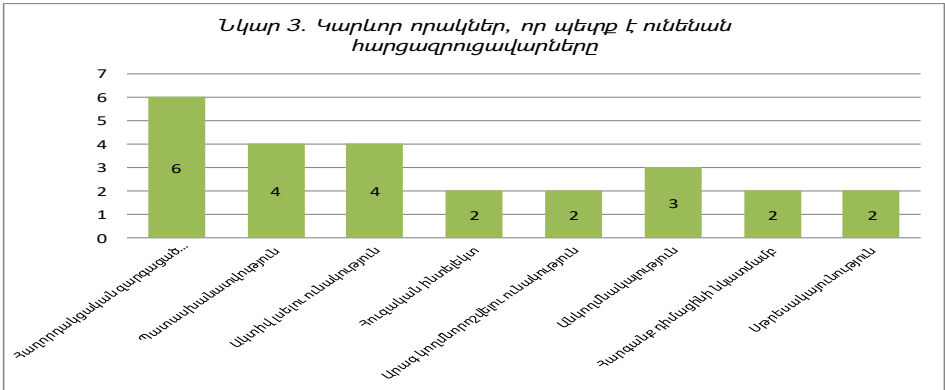
Առկա և առցանց ձևաչափով հարցազրույցների ժամանակ հարցազրուցավարների սոցիալական ընկալման էֆեկտների դրսևորումը՝ ըստ թեկնածուների

Առանձնահատկություն	Հարցազրույցի ձևաչափ
Առաջին տպավորության էֆեկտ <i>Հարցազրուցավարները թեկնածուի CV-ի նկարին ուշադրություն են դարձնում</i>	Առկա և առցանց ձևաչափով հարցազրույցի դեպքում հավասարապես (56%)
<i>Թեկնածուի մասին առաջին տպավորությունը հարցազրուցավարի մեջ ձևավորվում և ամրապնդվում է</i>	Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (60%)
<i>Թեկնածուի արտաքին տեսքի առանձնահատկությունների հիման վրա եզրակացություններ կազմվում են</i>	Երկուսի դեպքում հավասարապես (52%)
Գալու էֆեկտ <i>Հարցազրուցավարների մեջ թեկնածուի մի գրավիչ, վառ գիծն ընդհանրացվում է նրա մասին ամբողջական կարծիքի մեջ</i>	Երկուսի դեպքում հավասարապես (36%)

<p>Բացասական փորձի էֆեկտ Թեկնածուի դրսևորած բացասական վարքը, որին հարցազրուցավարը հանդիպել է նաև նախկին թեկնածուների մեջ, փեսաների է</p>	<p>Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (42%)</p>
<p>Կոգնիտիվ դիսոնանսի էֆեկտ Երբ պետք է ընտրել երկու թեկնածուների միջև, ովքեր հավասարապես համապարասխանում են, ավելի հեշտ է լինում հարցազրուցավարների համար նվազեցնել արդյունքում առաջացող դիսոնանսը և գրնել շարք պարձառներ սեփական անձին համոզելու, որ փոխյալ ընտրությունը լավագույնն է</p>	<p>Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (46%)</p>
<p>Առաջին տպավորության էֆեկտ Եթե հարցազրուցավարը թեկնածուի վերաբերյալ ունի նախնական ձևավորված համոզմունք, ապա այն հնարավոր է, որ այն կփոփոխվի</p>	<p>Ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ (60%)</p>

Ինչպես երևում է թեկնածուների հետ անցկացրած հարցման արդյունքներից, սոցիալական ընկալման էֆեկտների դրսևորումը հարցազրուցավարների կողմից կրկին առկա հարցազրույցի ժամանակ է առավել հաճախ հանդիպել: Հետաքրքիր է, որ արտաքին տեսքի հետ կապված պնդմանը երկու դեպքում էլ նշել, որ Ա՛ առկա, Ա՛ առցանց հարցազրույցների ժամանակ նկատվել է:

Հարցազրույցի շրջանակներում հարցազրուցավարները նշել են նաև կարևոր որակներ, որ պետք է ունենա հարցազրուցավարը՝ արդյունավետ հարցազրույց անցկացնելու համար:

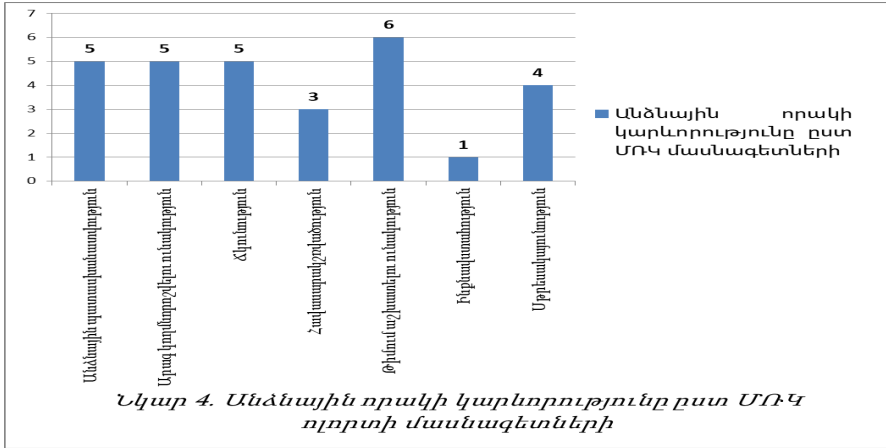


Գծապատկեր 3. Կարևոր որակներ, որ պետք է ունենան հարցազրուցավարները

Ինչպես երևում է գծապատկեր 3-ից, ՄՌԿ ոլորտի մասնագետներն առանձնացրել են՝ ըստ իրենց կարևոր որակներ, որ պետք է ունենան հարցազրուցավարները՝ արդյունավետ և լիարժեք հարցազրույց անցկացնելու համար: Մեծ մասը նշել է, որ հատկապես կարևորում են հաղորդակցական զարգացած հմտությունները, հարցազրուցավարի պատասխանատվության զգացումը, ակտիվ լսելու ունակությունը, զարգացած հուզական ինտելեկտը, արագ կողմնորոշվելու ունակությունը, անկողմնակալությունը, դիմացինի նկատմամբ հարգանքը, սթրեսակայունությունը: Հարցազրուցավարները նաև նշել են, որ շատ կարևոր է՝ թափուր հաստիքի մասով լիարժեք

տեղեկատվությանը տիրապետելը և դրական տրամադրվածությունը:

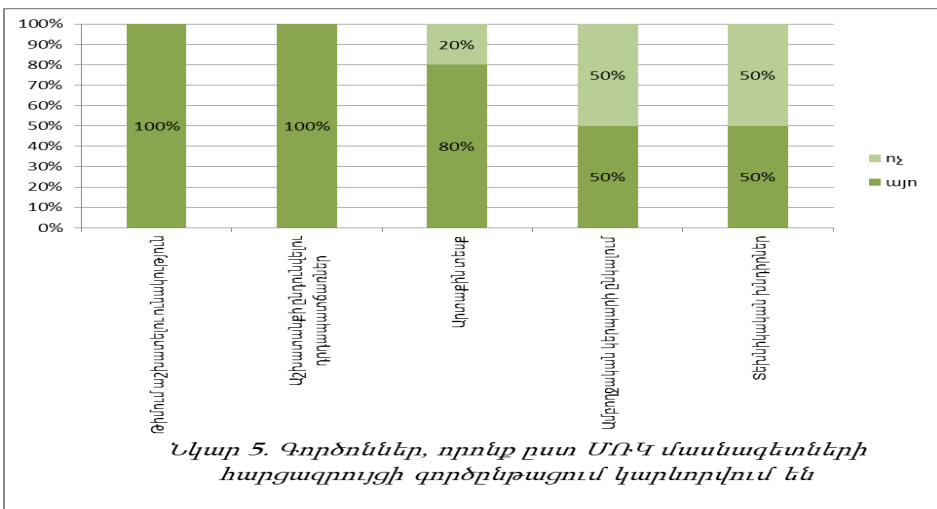
Հարցագրույցից ստացված տվյալների միջոցով դուրս են բերվել որոշ անձնային որակներ, որոնք, ըստ հարցագրուցավարների, կարևորվում են թեկնածուներին գնահատելիս:



Գծապատկեր 4. Անձնային որակի կարևորությունը՝ ըստ ՄՌԿ ոլորտի մասնագետների

Եթե փորձենք համեմատել, թե ինչպիսի որակներ են ՄՌԿ ոլորտի մասնագետներն առանձնացրել, որ պետք է ունենան հարցագրուցավարները, և ինչպիսի որակներ են կարևորվում թեկնածուներին գնահատելիս, կարելի է նկատել, որ կան որակներ, որոնք համընդհանուր են և երկուստեք կարևորվում են, օրինակ՝ պատասխանատվության զգացումը, արագ կողմնորոշվելու ունակությունը, սթրեսակայունությունը:

Ստորև ներկայացված են այն տվյալները, որոնք դուրս են բերվել հարցագրույցի ընդհանրացված արդյունքների հիման վրա:



Գծապատկեր 5. Գործոններ, որոնք ըստ ՄՌԿ մասնագետների

հարցազրույցի գործընթացում կարևորվում են

Ինչպես երևում է գծապատկեր 5-ից, ՄՌԿ ոլորտի մասնագետները նշել են, որ աշխատակազմի ընտրության նպատակով իրականացվող հարցազրույցի ժամանակ շատ կարևորում են թեկնածուների՝ թիմում աշխատելու ունակությունը և աշխատանքի ընդունվելու դրդապատճառները: ՄՌԿ ոլորտի մասնագետների մեծ մասի կարծիքով՝ արտաքին տեսքը կարևորվում է և համարվում ազդեցիկ գործոն ընտրություն կատարելիս: Ինչպես նշել են մասնագետները, տեխնիկական խնդիրները խոչընդոտներ են ստեղծում հարցազրույցի գործընթացում, բայց միևնույն ժամանակ, շատերը նշել են, որ դրանք հաղթահարելի և լուծելի են:

Ինչպես նաև ՄՌԿ ոլորտի մասնագետների հետ անցկացրած հարցազրույցի ժամանակ, նշվել են այն հիմնական դժվարությունները, որոնք, ըստ մասնագետների, բարդություններ են առաջացնում հարցազրույցի արդյունավետ անցկացման համար:



Գծապատկեր 6. Առկա և առցանց հարցազրույցի անցկացման դժվարությունները

Այսպիսով՝ հիմնվելով տարբեր կազմակերպություններում աշխատող ՄՌԿ ոլորտի 20 մասնագետի դիտողականության մակարդակի ցուցանիշների և վերջիններիս՝ թափուր հաստիքի համալրման նպատակով անցկացվող հարցազրույցի գործընթացում սոցիալական ընկալման առանձնահատկությունները բացահայտող հարցարանի հետազոտական տվյալների, ինչպես նաև առկա և առցանց հարցազրույցների մասնակցած 50 թեկնածուների հետ անցկացրած հարցարանից ստացված արդյունքների ընդհանրացման և վերլուծության վրա՝ կարելի է եզրակացնել, որ սոցիալական ընկալման էֆեկտների մեծ մասն ավելի շատ դրսևորվում է առկա հարցազրույցի ժամանակ: Երբ առկա է անմիջական հաղորդակցում, դեմ առ դեմ շփում: Այն հարցազրույցավարները, որոնք նշել են, որ առկա և առցանց հարցազրույցների ժամանակ հավասարապես են նկատել վերը նշյալ երևույթները, ունեն դիտողականության առավել բարձր մակարդակ, քան նրանք, ովքեր նշել են միայն առկա հարցազրույցի ժամանակ: Իսկ այն հարցազրույցավարները, որոնք նշել են, որ առկա հարցազրույցի ժամանակ են ավելի շատ հանդիպել նշված

երևույթներին՝ ունեն դիտողականության ավելի բարձր մակարդակ, քան նրանք, ովքեր նշել են առցանց հարցազրույցի ժամանակ:

Ստացված արդյունքը կարելի է բացատրել նրանով, որ սոցիալական ընկալումը, լինելով միջանձնային ընկալում, մարդու արտաքին հատկանիշների ընկալման, նրա անձնային հատկանիշների հետ դրանք փոխկապակցելու, դրա հիման վրա վերջինիս գործողությունները մեկնաբանելու և կանխատեսելու գործընթաց, առավել հաճախ կարող է ձևավորվել առկա հարցազրույցի ժամանակ, երբ առկա է անմիջական և չմիջնորդավորված հաղորդակցում, երբ առավել հասանելի, տեսանելի և համեմատելի է դառնում թեկնածուի կերպարը տարածության և ժամանակի մեջ: Առավել հեշտ է դառնում համեմատություններ կատարելը՝ նախկին փորձի վրա հիմնվելով: Իրական և անմիջական հաղորդակցման պայմաններում առավել հեշտ են գուգորդումներ ձևավորվում՝ լրացնելով անհրաժեշտ տեղեկատվության բացը: Այսինքն՝ առցանց ձևաչափը սահմանափակում է սոցիալական կարծրատիպերի ազդեցությունը և հնարավորություն տալիս առավել օբյեկտիվ և անաչառ գնահատել թեկնածուի հնարավորություններն ու կարողությունները: Դիտողականությունը լինելով հարցազրուցավարի անձնային բնութագրի մաս, հնարավորություն է տալիս վերջինիս առավել ամբողջական, ընդգրկուն և բազմակողմանի դիտարկելու թեկնածուին և տվյալ դեպքում այն հարցազրուցավարները, ում մոտ սոցիալական ընկալման էֆեկտները երկու ձևաչափով հարցազրույցների ժամանակ էլ հավասարապես դրսևորվել, ունեցել են դիտողականության առավել բարձր մակարդակ՝ համեմատած նրանց, ովքեր նշել են ավելի շատ առկա հարցազրույցի ժամանակ:

Եզրակացություն

Հիմնվելով տարբեր կազմակերպություններում աշխատող մարդկային ռեսուրսների կառավարման ոլորտի 20 մասնագետների դիտողականության մակարդակի գնահատման և սոցիալական ընկալման առանձնահատկությունները բացահայտող հարցարանի հետազոտական տվյալների, ինչպես նաև առկա և առցանց հարցազրույցների մասնակցած 50 թեկնածուների շրջանում իրականացված հարցման արդյունքների վերլուծության վրա, կարելի է եզրակացնել, որ սոցիալական ընկալման էֆեկտների մեծ մասը ավելի հաճախ դրսևորվում է առկա հարցազրույցների ընթացքում: Սա կարելի է բացատրել նրանով, որ անմիջական հաղորդակցման պայմաններում հարցազրուցավարը հնարավորություն ունի առավել ամբողջական և համակարգային դիտարկելու թեկնածուի արտաքին և վարքային առանձնահատկությունները, դրանք հիմնավորելու անձնային հատկանիշների հետ և, դրանց վրա հիմնվելով, կազմելու պատկերացում և ձևավորելու գնահատականներ: Միևնույն ժամանակ առցանց ձևաչափը որոշակիորեն սահմանափակում է սոցիալական կարծրատիպերի և սխալների ազդեցությունը՝ նպաստելով թեկնածուի անձնային և մասնագիտական որակների առավել օբյեկտիվ գնահատմանը:

Ստացված արդյունքները կարող են կիրառվել աշխատակազմի ընտրության գործընթացում հարցազրույցների կազմակերպման և գնահատման մեթոդների կատարելագործման համար:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Պետրոսյան Լ., Անձի մասնագիտական զարգացման հոգեբանական օրինաչափությունները, Երևան, 2016, 284 էջ:

2. Бодалев А. А., Личность и общение: Международная педагогическая академия. Москва: 1995, 328 стр.
3. Джанерьян С. Т. Психологические основы отбора персонала. Ростов-на-Дону, 2016, 140 стр.
4. Иванцевич Дж. М., Лобанов А.М. Человеческие ресурсы управления. М.: Дело, 1993, 300 стр.
5. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погорьша В.М. Межличностное общение. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001 – 544 с.
6. Скворцов В.В. Адекватность восприятия руководителями профессионально-деловых качеств подчиненных // Психология управления: Сб. научн. тр. М., 1982, 171 стр.
7. Скибицкий Э.Г., Скибицкая И.Ю. Основы делового общения: Учебное пособие. Новосибирск: НГАСУ, 2008. – 388 с.
8. Zunin L., Zunin N. Contact: The first four minutes. LosAngeles: Nash P., 1972, 288p.
9. Selecting Employees /<https://courses.lumenlearning.com/wmopen-psychology/chapter/industrial-psychology-selecting-and-evaluating-employees/> (21.12.2025)
10. Онлайн-интервью с кандидатом /<https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=22188> (10.01.2026)
11. Социальное восприятие и взаимопонимание/ https://studme.org/92119/psihologiya/sotsialnoe_vospriyatie_vzaimoponimanie (03.02.2026)