

VERBALNA PRODUKCIJA U SELEKCIONOM INTERVJUJU

Sofija Čerović^{1,3}, Jovana Bjekić² i Marko Živanović¹

¹*Odeljenje za psihologiju, Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu*

²*Institut za medicinska istraživanja, Univerzitet u Beogradu*

Istraživanje se bavi mogućnošću primene i korisnosti analize verbalne produkcije u selekcionom intervjuu. Dobrovoljci koji traže posao učestvovali su u simulaciji polu-strukturiranog intervjua za posao, pri čemu su birali da li će učestvovati u intervjuu za poziciju programera ili prodavca u IT kompaniji. Svaki intervju je sniman, transkribovan i obrađen programom za automatsku analizu teksta LIWCser, a intervjuer je procenjivao podobnost kandidata za posao. Rezultati su pokazali da se osobe koje su izabrale poziciju programera razlikuju od osoba koje su izabrale poziciju prodavca spram karakteristika govora u intervjuu. Dodatno karakteristike govora kandidata bile su povezane sa intervjuerovom procenom podobnosti za posao – tako je intervjuer pozitivnije procenio kandidate koji više govore, učestalije koriste lične zamenice, obraćaju se intervjueru, pokazuju tople međuljudske emocije, a manje govore sa sigurnošću i o konkretnim poslovima. Dobijeni rezultati u skladu su sa dosadašnjim nalazima o povezanosti karakteristika verbalne produkcije i procene ličnosti te ukazuju na potencijal automatske analize teksta kao dopunske selekcionne tehnike.

Ključne reči: selekcionni intervju, verbalna produkcija, LIWCser, podobnost kandidata

Uvod

Ideja da individualne razlike u sadržaju i stilu verbalne produkcije oslikavaju mentalna, socijalna i fizička stanja osobe, kao i njene stabilne karakteristike prisutna je od početka razvoja psihologije, pa su tako prvi psiholozi tvrdili da se ličnost i nesvesno mogu razumeti kroz proučavanje jezika (Frojd, 1969; Tausczik & Pennebaker, 2010). Savremena istraživanja su pokazala da automatska analiza verbalne produkcije bogat izvor informacija o osobi (Ireland & Mehl, 2014; Mehl & Gill, 2010). Tako je pokazano da je verbalna produkcija povezana sa dimenzijama ličnosti (Ireland & Mehl, 2014), trenutnim emotivnim stanjem osobe (Bjekić, Živanović & Čerović, 2014), socijalnim stavovima (Day, Fiske, Downing, & Trail, 2014), kvalitetom socijalnih odnosa (Slatcher, Vazire, & Pennebaker, 2008) itd. Ipak, većina ranijih studija bile su bazičnog karaktera i fokusirale se na nespecifične situacije, odnosno analizu govora u svakodnevnim uslovima (Ireland & Mehl, 2014), te pitanje koje ostaje otvoreno odnosi se na mogućnost praktične primene ovih nalaza.

³ *sofija.cerovic@yahoo.com*

Jedno od mogućih polja primene automatske analize verbalne produkcije je situacija intervjua. Intervju je selekciona procedura dizajnirana tako da proceni budući učinak kandidata na poslu na osnovu njegovog usmenog odgovora na usmena pitanja (McDaniel, Whetzel, Schmidt, & Maurer, 1994) i predstavlja jednu od najčešće korišćenih tehnika selekcije (Wilk & Cappelli, 2003).

Međutim, dosadašnja istraživanja nisu sistematski ispitivala koje dodatne informacije o kandidatu može da pruži analiza verbalne produkcije u selekcionom intervjuu. Prema znanju autora, samo jedno istraživanje se bavilo ispitivanjem povezanosti verbalne produkcije i procene podobnosti kandidata u selekcionom intervjuu (Naim, Tanveer, Gildea, & Hoque, 2015). U ovom istraživanju pokazano je da su bolje procenjeni oni kandidati koji češće upotrebljavaju zamenice prvog i trećeg lica množine, a ređe prvog lica jednine, češće upotrebljavaju reči koje se odnose na pozitivne, a ređe reči koje se odnose na negativne emocije, češće koriste kvantifikatore, kao i oni koji češće koriste reči koje se odnose na perceptivne procese.

Predmet ovog istraživanja je ispitivanje mogućnosti primene i korisnosti analize verbalne produkcije u procesu selekcije. Tako je cilj bio ispitati razlike u verbalnoj produkciji kandidata koji se prijavljuju za različite pozicije (programer i prodavac), kao i da li su neke karakteristike verbalne produkcije kandidata povezane sa procenom podobnosti kandidata za posao.

Metod

Uzorak

Uzorak je činilo 36 dobrovoljaca koji traže posao, uzrasta 24 – 59 godina ($M = 34,58$, $SD = 8,67$) od čega 78% muškog pola.

Instrumenti i mere

Mere verbalne produkcije. Za prikupljanje podataka o verbalnoj produkciji korišćen je polu-strukturisan intervju. Intervjui su trajali od 15 do 30 minuta, a sastojali su se od uobičajnih pitanja vezanih za prethodno radno iskustvo, ciljeve u karijeri, lična iskustva u različitim situacijama, kao i za očekivanja od kompanije i pozicije (npr. „Opišite jedan od komplikovanijih problema sa kojim ste se susreli u karijeri. Kako ste ga rešili?“; „Šta je ono

što Vam je važno da kompanija obezbedi/nudi da biste bili zadovoljni?“). Intervjui sa svim kandidatima vođeni su od strane istog intervjuera. Intervjuer je bio ženskog pola, uzrasta 27 godina i imao je 3 godine iskustva u vođenju selekcionih intervjuua. Intervjui su snimani diktafonom, transkribovani i obrađeni programom za automatsku analizu teksta LIWCser (Bjekić, Lazarević, Erić, Stojimirović & Đokić, 2012), koji daje informaciju o preko 60 karakteristika verbalne produkcije, kroz analizu učestalosti upotrebe određenih grupa reči.

Procena podobnosti kandidata za posao. Intervjuer je procenjivao svakog kandidata, na osnovu svog utiska (kao što je to ustaljena praksa), na dimenzijama komunikacija, saradljivost, snalažljivost, marljivost, odgovornost, integritet, lojalnost i konfliktnost na petostepenoj Likertovoj skali (primeri stavki: „Smatram da bi kandidat odgovorno obavljao posao“; „Smatram da će kandidat biti lojalan kompaniji“), na osnovu čega je izračunat skor koji oslikava podobnost kandidata za posao.

Procedura

Ispitanicima su prikazana dva oglasa za posao, jedan za poziciju programera, a drugi za poziciju prodavca u IT kompaniji, a oni su imali mogućnost da odaberu da li će učestovati u simulaciji polu-strukturisanog intervjuua za jednu ili drugu poziciju (17 ispitanika je odabralo poziciju prodavca, dok se njih 19 odlučilo za poziciju programera). Intervjui su obavljani u poslovnom prostoru koji podseća na kancelarije u kojima se obično obavljaju selekcionni intervjui. Ispitanici su bili motivisani da učestvuju u simulaciji intervjuua, zato što im je ona služila kao vežba za intervjuue u realnom setingu.

Neposredno nakon intervjuua, intervjuer je ocenjivao kandidata na dimenzijama za procenu podobnosti kandidata za posao.

Rezultati

Rezultati pokazuju da kandidati za poziciju programera za razliku od kandidata za poziciju prodavca više koriste zamenice prvog lica množine i veznike, kao i da češće upotrebljavaju reči koje se odnose na kognitivne procese, sigurnost, posao i zabavu (Tabela 1). Sa druge strane, kandidati koji su se opredelili za posao prodavca više govore, češće upotrebljavaju nelične zamenice i zamenice drugog lica množine i više pričaju o novcu.

Tabela 1
Razlike u verbalnoj produkciji između kandidata za različite pozicije

Kategorija (LIWCser)	Pozicija		Mann-Whitney U
	Programer	Prodavac	
Ukupan broj reči	1476	2767	44.0, $p < .01$
Mi	1.35	0.88	88.5, $p < .02$
Vi / ti	0.32	0.67	63.5, $p < .01$
Nelične	5.16	5.77	93.0, $p < .03$
Veznici	13.97	12.97	80.0, $p = .01$
Kognitiv	19.40	16.99	66.0, $p < .01$
Sigurnost	2.77	2.38	76.5, $p < .01$
Posao	5.24	3.91	61.5, $p < .01$
Zabava	0.30	0.14	93.5, $p < .01$
Novac	0.55	1.36	16.5, $p < .01$

Rezultati pokazuju da intervjuer kao podobnije za obavljanje posla ocenjuje one kandidate koji više govore, koji češće upotrebljavaju lične zamenice i one koji se češće obraćaju intervjueru. Takođe, pozitivnije su procenjeni oni kandidati koji češće upotrebljavaju reči koje se odnose na tople međuljudske emocije, kao i oni koji ređe govore sa sigurnošću i o konkretnim poslovima (Tabela 2).

Tabela 2
Povezanost verbalne produkcije i procene podobnosti kandidata

Kategorija	Procena podobnosti kandidata
Ukupan broj reči	.448*
Lične	.434*
Vi, ti	.501*
Seks i ljubav	.405**
Sigurnost	-.356**
Posao	-.384**

ρ – Spearman's rank correlation; * $p < .05$; ** $p < .01$

Diskusija

Predmet ovog istraživanja je bila provera mogućnosti upotrebe analize verbalne produkcije u procesu selekcije kandidata za posao. Rezultati su pokazali da se kandidati za poziciju programera i prodavca razlikuju u pogledu korišćenja zamenica, veznika, reči koje pripadaju psihološkim kategorijama poput kognitivnih procesa i sigurnosti, ali i tematskih kategorija poput posla, zabave i novca. Ove razlike u verbalnoj produkciji podsećaju na razlike koje se dobijaju između inovertnih i ekstrovertnih osoba, s obzirom na to da je pokazano da ekstravertne osobe više govore (Mehl, Gosling & Pennebaker, 2006) i češće koriste zamenice drugog lica množine (Ireland & Mehl, 2014), dok introvertne osobe češće upotrebljavaju reči koje se odnose na kognitivne procese (Gill, Nowson & Oberlander, 2009).

U pogledu povezanosti verbalne produkcije i procene podobnosti kandidata za posao, pokazano je da intervjuer pozitivnije ocenjuje kandidate koji češće upotrebljavaju reči koje se odnose na tople međuljudske emocije, što je kongruentno sa prethodnim nalazima (Naim et al., 2015). Dodatno, u ovom istraživanju je demonstrirano da su kao podobniji za obavljanje posla ocenjeni oni kandidati koji više govore, koji se obraćaju sagovorniku, kao i oni koji manje govore sa sigurnošću i o konkretnim prethodnim poslovima. Konačno, u ovom istraživanju intenzitet povezanosti između varijabli verbalne produkcije i eksternog kriterijuma je nešto viši nego što je to slučaj u većini istraživanja koja se bave analizom verbalne produkcije u nespecifičnim situacijama (~ .20-.30), što ukazuje na potencijal verbalne produkcije kao izvora relevantnih informacija o kandidatu. Ipak, ovaj nalaz neophodno je replicirati na znatno većem uzorku.

Dobijeni nalazi su u skladu sa dosadašnjim nalazima o povezanosti karakteristika verbalne produkcije i procene ličnosti i ukazuju na to da analiza verbalne produkcije ima potencijal da posluži kao dopunska selekciona tehnika, s obzirom na to da pruža informacije koje nisu direktno dostupne tradicionalnim tehnikama.

Literatura

- Bjekić, J., Lazarević, Lj. B., Erić, M., Stojimirović, E., & Đokić, T. (2012). Razvoj srpske verzije rečnika za automatsku analizu teksta (LIWCser). *Psihološka Istraživanja*, 15(1), 85–110.
- Bjekić, J., Živanović, M., & Čerović, S. (2014). How does the language reflect our emotions? In A. Slišković (Ed.), *19th Psychology Days in Zadar* (p. 187). Zadar, Croatia: Department of psychology, University of Zadar.
- Day, M. V., Fiske, S. T., Downing, E. L., & Trail, T. E. (2014). Shifting liberal and conservative attitudes using moral foundations theory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(12), 1559-1573.
- Frojd, S. (1969). *Uvod u psihoanalizu*. Novi Sad: Matica Srpska.
- Gill, A. J., Nowson, S., & Oberlander, J. (2009). What are they blogging about? Personality, topic and motivation in blogs. In *Proceedings of the third international ICWSM conference*.
- Ireland, M. E., & Mehl, M. R. (2014). Natural language use as a marker of personality. In T. Holtgraves (Ed.), *Oxford handbook of language and social psychology* (pp. 22–35). Oxford university press.

- McDaniel, M. A., Whetzel, D. L., Schmidt, F. L., & Maurer, S. D. (1994). The Validity of Employment Interviews: A Comprehensive Review and Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology, 79*(4), 599–616.
- Mehl, M. R., & Gill, A. J. (2010). Automatic text analysis. In S. D. Gosling & J. A. Johnson (Eds.), *Advanced methods in conducting online behavioural research* (pp. 109–127). Washington, DC: American Psychological Association.
- Mehl, M. R., Gosling, S. D., & Pennebaker, J. W. (2006). Personality in its natural habitat: manifestations and implicit folk theories of personality in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology, 90*(5), 862–77.
- Naim, I., Tanveer, M. I., Gildea, D., & Hoque, E. M. (2015). Automated prediction and analysis of job interview performance: The role of what you say and how you say it. Paper presented at the *11th IEEE International Conference on Automatic Face and Gesture Recognition*. Ljubljana, Slovenia.
- Slatcher, R. B., Vazire, S., & Pennebaker, J. W. (2008). Am *I* more important than *we*? Couples' word use in instant messages. *Personal Relationships, 15*, 407–424.
- Tausczik, Y. R., & Pennebaker, J. W. (2010). The Psychological Meaning of Words: LIWC and Computerized Text Analysis Methods. *Journal of Language and Social Psychology, 29*(1), 24–54.
- Wilk, S. L., & Cappelli, P. (2003). Understanding the determinants of employer use of selection methods. *Personnel Psychology, 56*, 103–124.