УДК 316.776.3

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В РЕКРУТИНГЕ ВОЛОНТЕРОВ

© Л. В. Вандышева

Самарский Национальный исследовательский университет им. акад. С. П. Королева
Россия, 443086 г. Самара, Московское шоссе, 34.

Тел.: +7 (927) 753 37 31.

Email: vandyshvalyudmila@mail.ru

В статье анализируется недостаточно изученный в социолингвистике аспект – коммуникативные стратегии и тактики в рекрутинге спортивных волонтеров. Рекрутинг является поэтапным процессом, включающим приглашение кандидата на интервью, собеседование; прощание. Этап «собеседование» обладает самостоятельной структурой. Конкретизировано представление о сущности понятий «коммуникативная стратегия» и «коммуникативные тактики». На основе анализа документов, регламентирующих рекрутинг крупномасштабных спортивных мероприятий, и анализа результатов экспертного опроса, проведенного на базе волонтерского центра одного из российских вузов, автор выделяет основные коммуникативные стратегии («оценивание», «информирование») и различные коммуникативные тактики в рекрутинге волонтеров. Результаты анализа могут стать отправной точкой при разработке программ специальной подготовки рекрутеров.

Ключевые слова: рекрутинг, коммуникация в организации волонтерства, коммуникативная компетентность волонтера, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики.

В настоящее время наблюдается развитие молодежного волонтерского движения, которое сводится к объединению молодежи для решения определенных социально значимых задач, поддержке крупномасштабных мероприятий, пропагандирующих здоровый образ жизни, социальную солидарность граждан, гуманистические ценности и т.д. Однако привлечь и отобрать из желающих кандидатов в волонтеры тех, кто обеспечит качественную работу, представляется трудоемкой задачей. В связи с этим в организации волонтерства выделяют специальный этап – рекрутинг.

Рекрутинг является предметом исследований в рамках деловой коммуникации (Ю. В. Агеева). Филологи отмечают в этом процессе доминирующую роль рекрутера, наличие диалога, позитивного настроя, обоюдное целеполагание как у рекрутера, так и у человека, проходящего собеседование и др. Цель рекрутера сводится к отбору кандидата, лучшего из возможных, на основе его оценки к замещению определенной должности. Для этого рекрутер должен четко представлять коммуникативную стратегию, которую он преследует, а также выделять, комбинировать коммуникативные тактики, вербализуя их с помощью актуальных языковых средств [1, с. 14.]. Во время рекрутинга используются методы: собеседование, анкетирование, тестирование, наблюдение. Они могут использоваться как самостоятельные, так и в комплексе.

Итак, сущность рекрутинга позволяет определить его как коммуникативную технологию. В свою очередь ее эффективность во многом зависит от того, какие коммуникативные стратегии и тактики использует рекрутер. В связи с этим необходимо конкретизировать трактовки данных терминов.

Широкое понимание коммуникативной стратегии предложено в работе Е. П. Черногрудовой, – «концептуально положенное в технологии мировоззренческое

намерение и его действенное осуществление касательно содержания коммуникационного процесса» [5, с. 41]. В узком смысле этим ученым коммуникативная стратегия трактуется как общая рамка, канва поведения [5, с. 42].

Коммуникативная стратегия понимается Е. В. Ключевым как результат, на который направлен коммуникативный акт [2]. Это понимание в контексте коммуникативной технологии рекрутинга представляется нам более удачным.

Теоретический анализ научных и методических работ по культуре речи, риторике, деловой коммуникации не позволил выявить однозначной трактовки понятия «коммуникативная тактика». Так, Г. А. Копнина предлагает следующее определение: «Речевая тактика – такое речевое действие, которое соответствует определенному этапу в реализации той или иной стратегии...» [3, с. 49]. Данного определения будем придерживаться в дальнейшем.

Фокус нашего научного интереса поставлен на коммуникативных стратегиях и тактиках, используемых в рекрутинге спортивных волонтеров. Исследования проводилось на базе Национального исследовательского университета им. академика С. П. Королева, волонтерского центра, специализирующегося на отборе и подготовке спортивных волонтеров.

Цель исследования: выявить коммуникативные стратегии и тактики рекрутеров волонтеров Чемпионата мира по футболу 2018 г.

Методы исследования: анализ документов, экспертный опрос.

Отметим, что результаты анализа документа («Книга рекрутера», объем 60 стр.) представлены в реферативно-методическом ключе. Указанный документ был составлен накануне Универсиады (2013 г.) и предназначался для подготовки, инструктажа волонтеров-рекрутеров. На современном этапе рекру-

тинга спортивных волонтеров, в частности, к Чемпионату мира по футболу (2018 г.) рекрутеры пользуются материалами этого документа и «Памяткой волонтера», «Инструктажем рекрутера».

В первом из заявленных документов выделены коммуникативные стратегии «оценивание» и «информирование»: «Волонтеры-рекрутеры будут оценивать тех, кто стремится стать волонтером Универсиады 2013, чтобы максимально точно понять, насколько кандидат хочет стать волонтером, может справиться с задачами».

В целях и принципах работы указано: «1. Понять, насколько кандидат подходит для работы на Универсиаде 2013. 2. Дать более полную информацию кандидату об Универсиаде 2013 для принятия им правильного решения. Важно, чтобы кандидат реалистично представлял особенности волонтерской деятельности и «не сошел с дистанции» во время Универсиады 2013».

Среди принципов рекрутинга выделены: корректность, ответственность, объективность в оценке, позитивность. В анализируемом документе суть каждого принципа кратко поясняется, а потом предлагается развернутый комментарий, в котором:

- корректность отмечается тем фактом, что «для большинства волонтеров это будет первое собеседование в жизни»;
- ответственность выражена посредством использования: «важно создать», «должен быть», «имеет дело с «трудным» кандидатом», «важно отметить»;
- объективность в оценке подчеркивается с помощью следующих выражений: «рекрутеру следует показать, что он очень доволен кандидатом, но при этом важно отметить, что у нас много великолепных кандидатов на эту позицию»;
- принцип позитивности – «рекрутер должен быть дружелюбным и улыбаться, даже если...», «следует показать, что он очень доволен кандидатом».

После того, как рекрутер проверяет анкету кандидата, он приглашает его на интервью. В анализируемом документе раздел «Приглашение кандидата на интервью» начинается с пометки «Важно! Перед тем, как звонить кандидату, важно тщательно проверить его анкету». Далее приводится текст, который рекрутер произносит во время приглашения на интервью. Текст позволяет решить задачи приветствия, представления и определения продолжения или прекращения общения.

Затем предлагается два варианта сценария: в первом варианте сценария кандидат в волонтеры на вопрос рекрутера: «Вам удобно разговаривать?», дает отрицательный ответ. В свою очередь рекрутер отвечает: «Извините, я перезвоню вам позже! (Когда вам будет удобно со мной поговорить?)». Заметим, что вариант, обозначенный в скобках, представляется нам предпочтительным, потому что допускает учет возможностей кандидата и ориен-

тирует участников коммуникации на диалог: нужно договориться о встрече.

Во втором случае кандидат в волонтеры отвечает утвердительно. Рекрутер в этом случае использует тактики:

- «представление» («Меня зовут ...»);
- «благодарность» («Спасибо Вам большое!» и т.п.);
- «информирование» («... Вы прошли первый уровень проверки вашей анкеты, и следующим этапом является интервью»);
- «договоренность» («Давайте определим удобное для вас время...»);
- «предупреждение» («...возьмите с собой ИНН, страховое свидетельство и т.д.»);
- «обратная связь» («Есть ли у вас какие-либо вопросы ко мне?»);
- «повтор» («Пожалуйста, повторите, на какое время мы договорились об интервью и где оно будет проходить»);
- «прощание» («До встречи на интервью!»).

Итак, представленный в анализируемом документе шаблон текста с возможными тактиками коммуникации позволяет рекрутеру выдержать правила этикета, сообщить всю необходимую информацию и предупредить возможные неудачи.

На следующем этапе – в интервью – коммуникативная стратегия «оценивание» сводится к оценке мотивации и компетенции кандидата в волонтеры. Так, мотивация понимается как причина, по которой кандидат хочет стать волонтером. Ведущими мотивациями волонтеров выступают: оказание помощи, общение, новые друзья, опыт, драйв, путешествия и т.д.

Компетенция – это модель поведения, необходимая для волонтера, т.е. каким нужно быть, чтобы быть успешным в волонтерском движении. Основными компетенциями выступают: коммуникабельность, стрессоустойчивость, проактивность, организованность, командность.

Оценивание осуществляется с помощью таких методов, как: проективные вопросы, кейсы, сравнительный анализ, STAR, модель успеха/неудачи, выявление дезинформации.

В подразделе «Принятие решения» изложена общая информация и примеры, которые касаются вопроса принятия решения по каждому кандидату в волонтеры. Заявлено: «Лучшей тактикой является взвешивание всей информации, баланс между относительными достоинствами с желанием дать кандидату шанс принять участие в Универсиаде в качестве волонтера и доказать его потенциал. В некоторых случаях относительное соответствие требованиям к определенным позициям можно компенсировать старательностью и прилежностью. Хотя здоровый скептицизм приветствуется, когда дело касается отбора, уверенность и доверие к человеку и доброта человеческого сердца, несомненно, очень важны при работе с людьми», а также «В

процессе консультаций прими все необходимые меры предосторожности для того, чтобы сохранить конфиденциальную всю информацию, которой ты располагаешь. Если ты сомневаешься в своем решении, ты можешь выбрать и другие варианты. К примеру, ты можешь назначить дополнительное интервью и попросить кого-то из рекрутеров присоединиться к вам. Проверь информацию еще раз. Увеличь период принятия решения». В приведенных выдержках из текста акцент делается, прежде всего, на ответственности, конфиденциальности, корректности. Иными словами, коммуникативная стратегия «оценивание» направлена на получение объективных данных и не исключает адресного подхода к кандидатам.

Во время процедуры оценки ответов кандидатов рекрутер следует инструкции. С тем, чтобы при подсчетах не было ошибок, в документе приводятся примеры подсчета оценок.

Итак, анализ «Книги рекрутера» позволяет сделать вывод о том, что коммуникативными стратегиями рекрутера Универсиады 2013 выступают «оценивание» и «информирование». Эти стратегии реализуются с момента приглашения кандидата на интервью и завершаются подсчетом оценок.

Рекрутинг к Чемпионату мира по футболу еще не завершён и поэтому документы, позволяющие сделать выводы о коммуникации в рекрутинге, а также используемых на современном этапе стратегиях и тактиках, представляют определенную секретность. Именно по этой причине полученные в ходе анализа памятки «Проведение интервью» и «Формы для проведения интервью», представим в обобщенном виде.

В первую очередь отметим, что интервью с кандидатами в волонтеры на Чемпионат мира по футболу так же, как и на Универсиаду, проводятся строго по инструкции. Однако в предоставлении специальных материалов нам было отказано, поскольку подобных публикаций для рекрутинга кандидатов на Чемпионат мира не было предусмотрено.

Памятка «Проведение интервью» ориентирует рекрутеров на коммуникативные стратегии «оценивание» и «информирование». Первый пункт памятки – «Проведение интервью согласно инструкции». Второй пункт «Ответьте на возможные вопросы кандидата». Третий пункт направлен на реализацию стратегии «информирование» (тактики «передать сообщение» и «совет»). Четвертый пункт предполагает проставление баллов и написание комментария.

Для начала интервью предлагается шаблон текста со следующими тактиками: «представление», «разговор (о погоде)», «информирование», «инструктаж», «предупреждение», «обратная связь», «начало интервью» [4].

При завершении интервью рекрутеру предлагается шаблон речи, в котором используется тактика «благодарность», «сообщение перспек-

тив» («Если вы успешно пройдёте...»), «предупреждение» («Обращаем ваше внимание, что...»). Однако этикетные клише, завершающие разговор («до свидания», «всего доброго»), в тексте не указаны.

Представим результаты экспертного интервью. Цель рекрутинга, по мнению эксперта, заключается в «*проведении корректной первичной оценки кандидатов по семи компетенциям в анкете/... И в соответствии с уровнем/ знания английского языка и компетенций, которыми обладает кандидат/ подобрать функцию*». Иными словами, коммуникативная стратегия рекрутера сводится к оценке кандидатов и подбору для них функций.

В процессе интервью эксперт упомянул, что возможность получить более полную и достоверную информацию о кандидате осуществляется с помощью последовательности вопросов. Рекрутеры задают открытые и уточняющие вопросы, направляют ход интервью. В случаях, если кандидаты в волонтеры сталкиваются с эмоциональными трудностями (закаты или, напротив, сверх разговорчивы), рекрутеры используют приемы нереплексивного слушания.

Эксперт характеризует рекрутера следующим образом: «*рекрутер не позволяет лишнего/ Если вдруг кандидат близок по духу/ взглядам/ мы похожи/ что бы там ни было/... Максимальное одобрение/ чтобы похвалить за опыт/ спасибо за информацию/ которую предоставили/ Действуем в определенных рамках/ чтобы не было представления/ что его возьмут/ он будет волонтером*». Во время общения рекрутер обращает внимание на невербальную сторону коммуникации: «*Внимательно следят/ чешется/ царапают/ лицо краснеет/ внешность неподходящая/ например/ для протокола («функция: протокол» отмечается – пометка автора) сканируем это полностью*».

Сложным был признан этап, связанный с подбором функции для кандидата. Причина заключается в том, что «*некоторым сложно донести/ что они претендуют не на те функции/ объясняем/ что шансы не велики из-за недостаточного уровня английского языка / или слабо развитых компетенций для какой-либо из функций/ Некоторые понимают/ другие/ я готов/ я хочу/ попытаю счастья/ Шансы же не велики/ в рамках функций идет конкурсный отбор/ человек будет внизу/ Заявок больше/ чем кандидатов/ Конкурс будет однозначно*». Эксперт пояснил, что сложности этого этапа во многом преодолеваются благодаря коммуникативным способностям рекрутера: «*Не ругаемся/ Оставляем функции, на которые претендует кандидат/ Силком/ по своему мнению/ функции не перераспределяем/ Хочет/ твое право... Если у кого-то свое мнение/ действуем мягко/ не выводим на конфликтные ситуации*». Из этого ответа следует, что для рекрутера приоритетным и достойным уважения остается решение кандидата в волонтеры.

При «прощании с кандидатом» итоговое решение не сообщается. Рекрутер лишь называет дату, когда будут готовы списки. Прогнозируя возможность ситуации, когда кандидату могут долго не звонить и не сообщать итоговое решение, рекрутер говорит, что подобные ситуации связаны с длительностью процесса отбора (тактика «предупреждение»). Тем самым рекрутер снижает психологическое напряжение кандидата.

Характеризуя коммуникацию в процессе рекрутинга, эксперт отметил, что она начинается с делового стиля. *«Если кандидат ведет себя активно/возможна дружеская беседа/ Ты нам нужен/ Нам не все равно/ будешь ты с нами/ или нет/ Становимся друзьями на время беседы»*. Этот эффект перехода от делового общения к неформальному, дружескому распространяется на рекрутеров и кандидатов одного возраста.

Итак, методическое сопровождение подготовки Универсиады стало основанием для подготовки рекрутеров Чемпионата мира. В качестве коммуникативных стратегий рекрутинга выделены «оценивание» и «информирование». Рекрутинг представляет собой поэтапный процесс: приглашение кандидата на интервью, собеседование; прощание. При этом в собеседовании выделены самостоятельные этапы.

В стратегии коммуникации, которую предлагали рекрутерам на Универсиаде, выделены два сценария собеседования. В случае готовности кандидата общаться, используются тактики: «представление», «благодарность», «информирование», «договоренность», «предупреждение», «обратная

связь», «повтор», «прощание». Стратегия «информирование» во время рекрутинга на Чемпионат мира по футболу реализуется с помощью тактик «передать сообщение» и «совет». На этапе начала собеседования используются тактики: «представление», «разговор «о погоде», «информирование», «инструктаж», «предупреждение», «обратная связь», «начало интервью». При завершении рекрутинга выделена тактика «предупреждение».

Таким образом, наличие методических материалов, инструктирующих рекрутеров спортивных волонтеров, позволяет решать несколько задач: во-первых, достигнуть непосредственной цели рекрутинга, т.е. отобрать среди кандидатов в волонтеры, достойных замещения тех или иных волонтерских позиций. Во-вторых, сориентировать рекрутеров-студентов в проблемном поле коммуникации в рекрутинге, продемонстрировать им основы коммуникативной компетентности в условиях определенного хронотопа и получить уникальный коммуникативный опыт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева Ю. В. Коммуникативные стратегии и тактики в русскоязычном рекрутинговом дискурсе: автореф. дис. ... д-р филол. н. Казань, 2016. 44 с.
2. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. М.: Рипол Классик, 2002. 320 с.
3. Копнина Г. А. Речевое манипулирование. М.: Флинта, 2008. 176 с.
4. Форма для проведения интервью. Разработано Detech для АНО ОК «Россия – 2018». 2016. 12 с.
5. Черногрудова Е. П. Основы речевой коммуникации. М.: изд-во «Экзамен», 2008. 126 с.

Поступила в редакцию 06.11.2017 г.

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN RECRUITING OF VOLUNTEERS

© L. V. Vandysheva

*Samara University
34 Moskovskoe Highway, 443086 Samara, Russia.*

*Phone: +7 (927) 753 37 31.
Email: vandyshevalyudmila@mail.ru*

The author of the article analyzes such insufficiently studied in sociolinguistics aspect as communicative strategies and tactics in recruiting of sport volunteers. Recruiting is a step-by-step process including invitation of a candidate for an interview, an interview, and a parting. The “interview” stage has its own specific structure. The author concretized the content of the concepts “communicative strategy” and “communicative tactics”. On the basis of analysis of documents that regulate the recruitment of volunteers for large-scale sports events and the results of an expert survey conducted at the volunteer center of one of the Russian universities, the author identifies the main communication strategies (“to assess”, “to inform”) and various communication tactics in recruiting of volunteers. The results of the analysis can serve as a starting point in the development of programs for the special training of recruiters.

Keywords: recruiting, volunteer, volunteer organization, communication, communicative competence, communicative strategies, communicative tactics.

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

REFERENCES

1. Ageeva Yu. V. Kommunikativnye strategii i taktiki v russkoyazychnom rektutirovannom diskurse: avtoref. dis. ... d-r filol. n. Kazan', 2016.
2. Klyuev E. V. Rechevaya kommunikatsiya [Speech communication]. Moscow: Ripol Klassik, 2002.
3. Kopnina G. A. Rechevoe manipulirovanie [Speech manipulation]. Moscow: Flinta, 2008.
4. Forma dlya provedeniya interv'yu. Razrabotano Detech dlya ANO OK «Rossiya – 2018». 2016.
5. Chernogradova E. P. Osnovy rechevoi kommunikatsii [Basics of speech communication]. Moscow: izd-vo «Ekzamen», 2008.

Received 06.11.2017.