

УДК 331.1

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ОТБОРЕ ПЕРСОНАЛА: ОБЗОР ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

И.В. Скугарева, А.В. Гневыхева

ФГБОУ ВО «Тверской государственной технической университет», г. Тверь

© Скугарева И.В., Гневыхева А.В., 2021

DOI: 10.46573/2409-1391-2021-4-68-73

В статье приводится обзор научных исследований по использованию социальных сетей для принятия решений о найме работников в США и Европе. Исследуется, насколько хорошо рекрутеры анализируют характеристики соискателей, и раскрываются проблемы, которые, по мнению специалистов по отбору персонала, являются главными при применении социальных сетей для подбора персонала.

Ключевые слова: социальные сети, отбор персонала, зарубежный опыт, обзор литературы.

Социальные сети стали частью жизни организации и изменили многие функциональные области. Сфера управления персоналом не является исключением. Работодатели все чаще используют указанные сети для принятия или подтверждения решений о приеме на работу, но при этом знания работодателей остаются ограниченными. Данная статья посвящена изучению того, насколько хорошо и глубоко специалисты по отбору персонала анализируют характеристики профиля кандидата, чтобы принять решение о найме, и определению круга проблем, которые считаются важными при использовании социальных сетей для подбора персонала. Статья базируется на открытых данных из научных исследований, посвященных рассматриваемой проблеме, и опубликованных в прессе США и Европы результатах опросов работодателей [1–11].

Специалисты по кадрам все чаще анализируют профили соискателей в социальных сетях, чтобы определиться с выбором сотрудника. Например, согласно опросу, проведенному в 2019 г. в США, 70 % работодателей указали, что используют социальные сети при приеме на работу, 47 % сообщили, что у соискателя, интернет-страниц которого не смогут найти, меньше шансов быть приглашенным на собеседование. Академическое сообщество отнеслось к этому явлению с гораздо меньшим энтузиазмом: оно рекомендует на данный момент отказаться от этой практики, так как отсутствуют убедительные доказательства ее действенности, т. е. доказательства, позволяющие делать правильные выводы о профессиональных навыках, а также о рисках возникновения негативных последствий для процесса отбора, таких как дискриминация, нарушение конфиденциальности и законов. Поэтому неудивительно, что значительный объем исследований в этой области был посвящен решению перечисленных проблем [1, 9, 11]. Хотя исследование вопросов обоснованности, дискриминации и вторжения в частную жизнь

является ключевым направлением, важно также изучить текущую практику использования социальных сетей при подборе персонала, поскольку то, как практикующие специалисты проводят оценку социальных сетей, имеет значение для решения этих вопросов. Б.Р. Беркелаар [2], Р. Каерс и В. Кастелинс [4], К. Хендерсон [5, 6] и Дж. Хок и другие [6] внесли значительный вклад в изучение влияния социальных сетей на подбор персонала. Однако в имеющейся литературе мало внимания уделяется характеристикам профилей, которые оценивают рекрутеры, и тому, как информация используется для поддержки решений о найме. Кроме того, мало что известно о проблемах применения социальных сетей при подборе персонала, которые возникают у специалистов.

В последнее время многие организации США включают использование таких социальных сетей, как LinkedIn и Facebook, в свою практику найма сотрудников. Согласно Б.Р. Беркелаару и М.А. Харрисону [3], это явление вызвано несколькими факторами: а) информацию в социальных сетях легко найти; б) информация из традиционных источников недоступна, ненадежна или недостаточна; в) работодатели хотят уменьшить риски найма; г) работодатели намереваются оптимизировать кадровые процессы. Д. Клюемпер и соавторы [7] изучают данную проблему с позиций информационных технологий, управления человеческими ресурсами и психологии и пытаются ответить на вопрос «можно ли использовать оценки социальных сетей для обоснованных выводов о профессиональных навыках соискателей?». Ранее С. Баерт и другие [1] провели исследование, на основании которого пришли к заключению, что профили в Facebook позволяют при определенных условиях делать обоснованные выводы о личности заявителя. Совсем недавно Н. Рулен и Д. Левашина [10] обнаружили, что профили в LinkedIn могут содержать достоверные и надежные заключения об экстраверсии, планировании и коммуникативных навыках, а также когнитивных способностях. Хотя это направление исследований является ключом к развитию рассматриваемой области, оно плохо отражает реальную практику специалистов по персоналу.

Многие исследователи также изучают эффективность применения социальных сетей с точки зрения соискателей. Например, при сообщении о результатах полевого эксперимента С. Баерт [1] показал, что соискатели с «выгодной» фотографией в профиле Facebook получили значительно больше приглашений на собеседование, чем соискатели с менее удачной фотографией. Это подтверждает мнение о том, что социальные сети могут вносить предвзятость в процесс выбора. Сосредоточившись на реакции соискателей, Х. Суен [11] обнаружил, что пассивные соискатели с большей вероятностью отказываются от процедуры отбора, если работодатели используют социальные сети для проверки: в основном это происходит, когда соискатели не могут контролировать свои настройки конфиденциальности в указанных сетях. Однако он отмечает, что это негативное восприятие исчезает, когда работодатели четко и ясно применяют социальные сети при проверке информации. Д. Пайк и другие [9] провели эксперимент на основе опроса и

обнаружили, что информация из социальных сетей с высоким уровнем контекста (например, Facebook) может увеличить неоднозначность при оценке кандидатов. Очевидно, что это направление исследований важно для понимания воздействия социальных сетей на людей и организации, но оно мало говорит о том, как профессионалы в организациях проводят оценку социальных сетей при принятии решений о найме.

Еще одно направление, которое находится в центре нашего внимания, касается практики использования социальных сетей при подборе персонала. Соответствующее исследование представляет собой опрос бельгийских специалистов по персоналу. Ученые, которые его провели, – Р. Каерс и В. Кастелинс [4]. Это исследование выявило, что многие бельгийские специалисты используют социальные сети перед проведением собеседования с целью сбора подробной информации о кандидатах. Меньшее число из них просматривают социальные сети, чтобы решить, кого следует пригласить на собеседование. Они подтверждают, что проверка социальных сетей может вызвать предубеждение в отношении соискателя на ранних этапах отбора.

К. Хендерсон [5] опросил 195 рекрутеров в США, чтобы выяснить, во-первых, какие типы конструктов используют при оценке активности в социальных сетях, и, во-вторых, какие пункты («красные флажки») в социальных сетях вызывают у рекрутеров желание исключить претендентов из процесса отбора. Большинство претендентов заявили о своем профессионализме, гораздо меньший процент – об опыте работы, коммуникативных навыках, несоответствии между резюме и информацией в социальных сетях, а также об интересах. Наиболее часто упоминаемым «красным флажком», который заставлял рекрутеров исключать кандидатов, было ненадлежащее поведение (например, непрофессиональные фотографии и несоответствующие посты), в гораздо меньшей степени – информация, указывающая на то, что кандидат не соответствует требованиям должности (например, отсутствовал опыт, были очевидны плохие навыки коммуникации). Хок и другие [6] сообщают об опросе 15 бельгийских специалистов по управлению персоналом (УП-специалистов). Важный вывод: если практикующие специалисты анализируют профиль перед собеседованием, то они упоминают о применении информации социальных сетей для определения аспектов, заслуживающих дальнейшего изучения во время интервью; если профиль изучают после интервью, то сообщают, что используют информацию из социальных сетей с целью проверки.

Можно выделить три проблемы, которые озвучивают специалисты по отбору персонала. Участники опроса сообщили, что соискатели часто занимаются эмоциональным манипулированием, т. е. управляют впечатлением (создают выгодную самопрезентацию), поэтому рекрутерам приходится быть осторожными при интерпретации профилей. Вторая проблема заключается в том, что иногда трудно установить, какой должна быть степень доступа к информации заявителя (важно не нарушить ее конфиденциальность). Участники подчеркнули законность доступа к профилям заявителей. Последний вопрос касается потенциальной дискриминации, которая может

возникнуть из-за того, что кандидаты исключаются на начальных этапах процесса отбора: получается, что этим кандидатам не дали возможности выступить.

Аналогичным образом Б.Л. Беркелаар [2] провел опрос 45 УП-специалистов по персоналу в США, но сосредоточился на том, как социальные сети и поисковые системы изменили традиционные методы отбора персонала. Участники опроса отметили, что эти инструменты играли три разные роли при выборе персонала: а) позволяли отсеивать кандидатов с поведенческими проблемами и таким образом снизить риск (в частности, участники считали, что информация из социальных сетей ценна для оценки реляционных способностей); б) улучшали отбор, так как давали возможность собирать дополнительную информацию о заявителях и оптимизировать процессы; в) ускоряли и налаживали взаимопонимание с соискателями. Однако большинство респондентов рассматривали социальные сети и поисковые системы как дополнение к проверке сертификационных и биографических данных.

Таким образом, можно выделить ряд проблем, с которыми сталкиваются рекрутеры при использовании социальных сетей:

1) определение степени защищенности личной жизни (например, существует обширная несанкционированная передача через LinkedIn личных данных (номеров телефонов, адресов электронной почты) между кандидатами и рекрутерами и наоборот);

2) управление потоком информации в социальной сети;

3) правдивость информации, предоставленной кандидатами. Не всегда ясно, насколько информация соискателя отражает его действительный опыт. Соискатели порой очень изобретательны в плане демонстрации своих профессиональных навыков: описывают собственные роли и компетенции, используя помпезные обозначения своих функций, которые могут ввести в заблуждение, создать у работодателя крайне высокое мнение о качествах соискателя, его умении выполнять работу; иногда кандидаты описывают чужой опыт или идеальные характеристики, не соответствующие их личности. Специалистам по отбору персонала необходимо проводить длительные собеседования, чтобы полностью проверить знания и опыт, которые кандидат описывает в своем профиле;

4) сравнение профилей (например, может возникнуть, когда кандидаты предоставляют неполные или устаревшие данные).

Помимо перечисленных выше проблем, есть еще два момента, которые создают трудности. Так, на решение специалистов по отбору персонала может непреднамеренно повлиять информация, размещенная в социальных сетях и не отражающая того, насколько эффективно работает соискатель. Другой момент: рекрутерам приходится выполнять процессы отбора в сети Интернет за короткий срок, иначе они рискуют потерять перспективных кандидатов, которых примут на работу конкуренты.

Вышеприведенные исследования расширили знания об отборе персонала с помощью интернет-страниц соискателей, однако все еще существует много

неясностей в практике использования социальных сетей при наборе персонала, нет полного понимания этого явления. Это обусловлено, во-первых, скудостью исследований характеристик профиля кандидата, которые изучают практики (также нет научных данных о том, как эти практики распоряжаются информацией, собранной с помощью социальных сетей, при принятии решений о приеме на работу); во-вторых, сосредоточенностью ученых на юридических и этических вопросах, т. е. не раскрыты другие вопросы, влияющие на работу УП-специалистов; в-третьих, отсутствием дополнительных исследований, посвященных отбору персонала в иных географических условиях, чем те, о которых сообщалось (все упомянутые выше авторы подчеркивают необходимость таких исследований). Устранение этих недостатков важно. В результате их снятия станет возможно получить представление о том, как управленцы проводят оценку профиля, появится точная информация о последствиях использования социальных сетей в жизни людей, деятельности организаций и обществ.

Библиографический список

1. Baert S. Facebook profile picture appearance affects recruiters' first hiring decisions // *New Media & Society*. 2018. Vol. 20. № 3. P. 1220–1239.
2. Berkelaar B. Different ways new information technologies influence conventional organizational practices and employment relationships: The case of cybervetting for personnel selection // *Human Relations*. 2017. Vol. 70. № 9. P. 1115–1140.
3. Berkelaar B.L., Harrison A.M. Cybervetting // *The International Encyclopedia of Organizational Communication* / ed. Craig R. Scott, L. Lewis, 1–7. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, 2017. URL: <https://doi.org/10.1002/9781118955567wbieoc054> (accessed: 29.07.2021).
4. Caers R., Castelyns V. LinkedIn and Facebook in Belgium: The influences and biases of social network sites in recruitment and selection procedures // *Social Science Computer Review*. 2011. Vol. 29. № 4. P. 437–448.
5. Henderson K. They posted what? Recruiter use of social media for selection // *Organizational Dynamics*. 2019. Vol. 48. № 4. P. 1–6.
6. Hoek J., O'Kane P., McCracken M. Publishing personal information online: How employers' access, observe and utilise social networking sites within selection procedures // *Personnel Review*. 2016. Vol. 45. № 1. P. 67–83.
7. Kluemper D., Mitra A., Wang S. Social Media use in HRM // *Research in Personnel and Human Resources Management*, Bingley, Emerald Group Publishing Limited / ed. M. Buckley, J. Halbesleben, A. Wheeler. 2016. P. 153–207. URL: https://www.researchgate.net/publication/304825950_Social_media_use_in_HRM (accessed: 29.07.2021).
8. Nuno Melão, João Reisb. Social networks in personnel selection: profile features analyzed and issues faced by hiring professionals // *Procedia Computer Science*. 2021. Vol. 181. P. 42–50.
9. Pike J., Bateman P., Butler B. Information from social networking sites: Context collapse and ambiguity in the hiring process // *Information Systems Journal*. 2018. Vol. 28. № 4. P. 729–758.

10. Roulin N., Levashina J. LinkedIn as a new selection method: Psychometric properties and assessment approach // *Personnel Psychology*. 2019. Vol. 72. № 2. P. 187–211.
11. Suen H. How passive job candidates respond to social networking site screening // *Computers in Human Behavior*. 2018. Vol. 85. P. 396–404.

SOCIAL NETWORKING SITES (SNSS) IN PERSONAL SCREENING: FOREIGN PRACTICES REVIEW

I.V. Skugareva, A.V. Gnevysheva

Tver State Technical University, Tver

The article discusses the studies on using social networking sites (SNSs) in deciding upon hiring employees in the USA and Europe. It looks into the extent the candidates' profiles are analyzed by recruitment consultants. Some critical issues, according to recruiters, in personnel screening through SNSs are also explored.

Keywords: *social networking sites, personnel screening, foreign practices, review.*

Об авторах:

Скугарева Ирина Валерьевна – старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь, Россия. SPIN-код: 7767-8215; e-mail: sirene75@mail.ru

Гневышева Анна Вячеславовна – старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь, Россия. SPIN-код: 5885-5880; e-mail: dormire@mail.ru

Authors information:

Skugareva Irina Valeryevna – Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages of Tver State Technical University, Tver, Russia. SPIN-code: 7767-8215; e-mail: sirene75@mail.ru

Gnevysheva Anna Vyacheslavovna – Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages of Tver State Technical University, Tver, Russia. SPIN-code: 5885-5880; e-mail: dormire@mail.ru