



Енергія
твого успіху

Дайджест NRG Review

У цьому випуску:

Колонка редактора. Про що пропонує поговорити Інна Воротнікова	2 стр.	«А они вообще работают?»: что делать с кризисом доверия в 2021 году	9 стр.
З Міжнародним жіночим днем!	3 стр.	«Тидох*я собі дозволяєш»: як реагувати на агресію чи хамство на роботі	12 стр.
А навіщо ви ходите на роботу? Чотири рівні мотивації співробітників	4 стр.	Счастье есть: что есть для счастья	15 стр.
Опыт сотрудника (Employee Experience): он сложнее (и важнее), чем вы думали	6 стр.	Що таке Clubhouse: розповідаємо про платформу, яка може перевернути роботу всіх соцмереж з ніг на голову	16 стр.



Дорогі колеги!

Я рада вас вітати у новому випуску дайджеста NRG. В мене змінилася не тільки фотографія, а також всі свої звернення відтепер я буду писати українською. Для мене досить значний крок перейти на українську, та я мушу вас попередити, що я можу робити помилки й заздалегідь вибачаюсь за них. Як і завжди, дуже вдячна за зворотній зв'язок.



Що ж нового й про що поговоримо?

- Про мотивацію. Навіщо ми ходимо на роботу й наші чотири рівні мотивації.
- Про досвід співробітника. Основна його частина полягає в спрощенні технологій і розробці HR-програм, які відбуваються «в процесі роботи».
- Про кризу довіри. «Ви впевнені, що ті, хто працюють вдома, взагалі працюють?». Таку фразу я чую дуже часто від керівників різних рівнів. Що робити? Повертати довіру. Спойлер: стеження не вирішить проблему.
- Про грубощі на робочому місці. За словами наших пошукачів, ситуації невинуватої агресії чи грубощів на роботі — не рідкість. Як же реагувати на таку поведінку?
- Про щастя й що потрібно їсти, аби були «метелики у животі»
- Той самий ClubHouse. Платформа, яка може перевернути роботу всіх соцмереж з ніг на голову

До весни залишилося два дні. Все буде добре!

З повагою до кожного

Інна





**Всім жінкам бажаємо щастя, любові
і процвітання. Нехай ваші серця наповняться
найдобрішими і ніжними почуттями.
Нехай поруч завжди буде надійне плече.
Нехай життя всіма веселковими барвами
відкриє вам свої горизонти.**

З Міжнародним жіночим днем!





А навіщо ви ходите на роботу?

Чотири рівні мотивації співробітників

По матеріалам nrg.ua



Олександр Висоцький
Засновник компанії Visotsky Consulting

Всі люди різні, і ставлення до своєї праці у всіх різне. Тут особливу роль відіграє мотивація.

Якщо людина ходить на роботу тільки для того, щоб заробити грошей або отримати якісь блага від компанії для самої себе, — це низька мотивація. Але якщо людина захоплена своєю діяльністю і щиро переживає за успіх команди, викладається на роботі на повну — це висока мотивація. Навіщо потрібно розуміти і розрізняти рівні мотивації співробітників?

Для початку розберемося, що таке мотивація. Зараз ми говоримо не про грошову винагороду і бонуси, а маємо на увазі під мотивацією власне спонукання, імпульс, який є у людини щодо свого заняття.

Розрізняють 4 рівні мотивації співробітників. А їх розуміння — ключ до знаходження правильних і потрібних інструментів з управління персоналом.

Почуття обов'язку

Людина, що знаходиться на рівні мотивації «почуття обов'язку», — це справжній командний гравець, який

приймає цілі і правила гри (якщо вони сприяють реалізації цих цілей). Це співробітник, який буде удосконалювати управління компанією, єдине, що йому необхідно, — розуміти мету цього. Для використання певних інструментів такої людині потрібно вивчити інформацію про те, як вони працюють, і вона відразу зможе застосувати їх на практиці.

На цьому рівні мотивації співробітнику важливо принести користь команді і робити свій внесок у загальну справу. Найголовніше для цього — розуміння мети і правил гри. Немає необхідності в жорсткому контролі і жорстких рамках, не потрібна і складна система оплати праці. Це найбільш творчий рівень мотивації, де командні правила тільки допомагають створювати сприятливі умови для розвитку і реалізації потенціалу.

Особиста переконаність

На рівні «особиста переконаність» знаходяться люди, які мають якісь власні принципи і переконання щодо командної діяльності. Для них дуже важливі правила гри, їх стабільність і відповідність цих правил власним уявленням про «правильне» і «неправильне». Щоб вони підтримували правила гри, необхідно вирішувати питання інформування, як ці правила впливають на успіх команди, чому вони важливі.



Якщо впроваджується фінансове планування, необхідно детально розібрати, чому воно саме так побудовано, як діяльність кожного підрозділу впливає на загальний успіх.

Потрібно розуміти, що ці люди не готові просто відмовитися від своїх принципів, для них вони є найвищою цінністю, тому, щоб вони підтримували командну гру, вони повинні дуже добре розуміти причину існування кожного правила. Від лідера тут потрібне терпіння і бажання навчати, роз'яснювати, відповідати на запитання.

Особиста вигода

Люди, які перебувають на наступному рівні мотивації під назвою «особиста вигода», не є командними гравцями, вони зацікавлені у виконанні дорученої їм роботи, щоб отримати щось за неї. Відсутність творчості, спрямованої на успіх команди, — і є причина опору таких співробітників при впровадженні будь-яких організаційних змін. Тобто їх мотив полягає в отриманні певної вигоди для себе, а не в перемозі всієї команди.

У спробах знайти ключ до таких співробітників, лідери «продають» їм правила гри під соусом «якщо правила спрацюють, то ти отримаєш більше вигоди». Але це важкий спосіб. Потрібно розуміти, що для них командний результат — можливість отримати щось для себе, не існує більш високих мотивів. Що робити з такими людьми? Я раджу дві речі:

- просувайте мету і задуми, піднімаючи їх при цьому вгору за шкалою мотивації;
- встановіть жорсткі правила і вимагайте їх дотримання, а при порушенні — карайте.

Гроші

Як ви зрозуміли, на цьому рівні співробітників цікавлять тільки гроші, тому очікувати залученості в роботу або надрезультатів не варто. Тільки за велику плату ви отримаєте більше виробленого продукту.



Необхідно усвідомлювати, що всі люди різні, не варто гребти всіх під одну гребінку і застосовувати один і той же підхід до людей з різними рівнями мотивації. Але не забувайте, що спочатку (при приході на роботу до вас у компанію) люди знаходяться на низькому рівні мотивації, тому що не знають про цілі і задуми. Багато співробітників здатні швидко підніматися по шкалі мотивації, для цього необхідно надихати їх цілями компанії і показувати, який внесок своєю працею і своїми результатами вони вносять у перемогу команди. Зверніть увагу ще на таку річ, як рівень спонукальних мотивів групи. Він безпосередньо залежить від рівня мотивації лідера, адже лідер, який стоїть на чолі компанії або підрозділу і в той же час має рівень мотивації «особиста вигода», не здатний ні сформулювати, ні просунути мету і задуми. З його точки зору, діяльність команди — спосіб заробити гроші, набуті статус або будь-які інші вигоди. Відповідно, у групи з таким лідером немає жодної можливості піднятися вище цього рівня мотивації.

Опыт сотрудника (Employee Experience): он сложнее (и важнее), чем вы думали

По материалам edwvb.blogspot.com

Josh Bersin

Только что я провел неделю встреч, посвященных обсуждению HR технологий и опыту сотрудников (the Employee Experience), и я хочу поделиться некоторыми соображениями. Эта тема чрезвычайно важна и на деле сложнее, чем кажется.

Почему эта тема стала такой важной

Во-первых, словосочетание “опыт сотрудника” стало применяться для всего в HR. Все программы, в которые мы вкладывались на протяжении последних лет (вовлеченность сотрудников, разнообразие и интеграция, развитие лидерства, управление эффективностью), являются частью опыта сотрудника. Так что в некотором смысле опыт сотрудника - это не программа, а тема обсуждения (или даже установка / мировоззрение).

И вокруг этой темы у нас есть сотни новых технологических инструментов, которые помогают оценивать и улучшать опыт сотрудников. Каждая компания, разрабатывающая инструменты для опросов, корпоративных порталов, инструменты управления процессами или мобильные при-

ложения теперь размещает на своем веб-сайте «опыт сотрудников», что говорит нам о том, что «это также улучшит ваш опыт сотрудников».

Сейчас мы находимся на этапе, когда у большинства компаний слишком много технологий, а времени не хватает. (Время сейчас - самый ценный ресурс в работе.) Таким образом, основная часть опыта сотрудников заключается в упрощении технологий и разработке HR-программ, которые происходят «в процессе работы».

Я начинаю исследование, чтобы изучить, как принимаются HR технологии (надеюсь поделиться результатами этой осенью). Вы удивитесь, насколько низко эффективно мы используем приобретенные системы. По результатам одного исследования, 59% покупателей облачного HCM (технологии по управлению человеческим капиталом) не достигли ожидаемых бизнес-результатов.

И третье, несмотря на то что по этой теме написано множество книг и статей, реальные методологии для улучшения опыта сотрудников только появляются. Я работаю с несколькими компаниями по этой теме, поэтому позвольте мне поделиться тем, что я увидел.

The Irresistible Organization: A Complete Employee Experience

 Meaningful Work	 Hands-On Management	 Productive Environment	 Growth Opportunity	 Trust in Leadership	 Health & Wellbeing
Autonomy	Clear goal setting	Flexible work environment	Facilitated talent mobility	Mission and purpose	Safety and Security
Selection to fit	Coaching and feedback	Recognition rich culture	Career growth in many paths	Investment in people, trust	Fitness and Health
Small teams	Leadership development	Open flexible work spaces	Self and formal development	Transparency & communication	Financial wellbeing
Time for slack	Modern performance management	Inclusive, diverse culture	High impact learning culture	Inspiration	Psychological wellness and support



<http://www.nrg-ua.com/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

Наша методологія

Если вы хотите улучшить опыт, продуктивность и благополучие ваших сотрудников, то что же сделать? Откуда начать?

Вот несколько моментов, которые я открыл:

- **Дизайн-мышление:** оно действительно имеет значение. Пришло время “сопереживать” вашим сотрудникам: следовать за ними, опрашивать и интервьюировать их, участвовать с ними в воркшопах. Они расскажут вам, что их беспокоит, вы услышите обо всех небольших моментах, которые усложняют им работу.
- **Начните с основ:** сначала посмотрите на общие «важные моменты» на работе и максимально разгладьте их. Вступление в должность, смена работы, переезд и все подобные мелочи действительно могут утомить людей, если им трудно. Каждая компания может посмотреть на эти моменты и наметить лучшие решения.
- **Станьте партнерами с IT и Финансами:** как я писал в “Обзоре платформ по изучению опыта сотрудников”, ни одна из этих проблем не является только проблемой HR. Сразу же привлечите финансовый отдел и IT в команду, они будут частью решения.
- **Практикуйте совместное создание:** каждое решение, которое вы разрабатываете должно быть создано совместно с людьми из бизнеса и лидерами. Нет никаких шансов в том, чтобы улучшить опыт сотрудников без их участия. Мы должны работать совместно с ними, чтобы исправить старые и неработающие процессы, спроектировать новые системы и сделать работу легче. Наблюдение за работой специалистов - хорошая практика для этого.
- **Посмотрите на новые инструменты:** платформы ERP (планирование ресурсов предприятия) и HCM (управление человеческим капиталом) могут помочь не так сильно, как вы думаете. Каждый клиент, с которым я встречался в Европе, говорил мне, что их большой проект по внедрению HR систем НЕ обязательно улучшил опыт сотрудников. В некоторых случаях это произошло, но только если они рассматривали платформы как «проект опыта сотрудников» (подробнее в “Платформы опыта сотрудников”).
- **Упрощайте процессы:** каждый проект «гармонизации процессов», по моему опыту, сводится к одному. У нас есть тенденция сильно усложнять процессы в бизнесе. По мере того, как ваша компания растет и меняется, люди продолжают стремиться к совершению новых,

дополнительных шагов, согласований и созданию ответвлений.

- **Сегментируйте трудовые ресурсы:** мы не можем улучшить опыт каждого сотрудника по всем возможным направлениям одновременно, поэтому нам необходимо сегментировать трудовые ресурсы. После того, как мы позаботимся об основах (т. е. основных практиках управления персоналом, IT), мы сможем перейти к определенным стратегиям для наиболее важных сотрудников или персон.

Становление бизнес-консультантом

После того, как вы разобрались с основами, большая часть остальной работы сводится к упрощению процессов, а это может включать в себя и редизайн позиций и должностей. Таким образом, вы становитесь бизнес-консультантом, и это лучшее место, где должен быть HR.

Несколько хитростей: некоторые компании разрабатывают дизайн процессов в своей организации, ориентируясь на клиента и сотрудника, а не на иерархию. Southwest Airlines строят опыт

сотрудников вокруг самолета и экипажа. Один из производителей, с которым я разговаривал, проектирует опыт сотрудников вокруг заказчика и команды технического обслуживания. UPS строит большую часть своего бизнеса вокруг водителя и распределительного центра. Розничные банки часто проектируют свой бизнес вокруг розничного отделения. И такие компании, как T-Mobile используют в качестве отправной точки - команды продаж.

Этот подход позволяет вам сосредоточиться на рассмотре-

нии основных проблем, требующих решения.

Применение принципов Мари Кондо

Когда я интервьюировал компании, я понимал, что эти проекты похожи на чтение книги Мари Кондо “Магическая уборка”. Компании должны попрощаться с процессами, которые им не нужны, и просто оставить то, что они любят.

Как советует Мари: если какая-то вещь залежалась на задворках шкафа, достаньте ее, поблагодарите ее за службу и отпустите (отдайте, выбросьте). Это “непрерывное избавление от ненужного” - как раз то, что сейчас необходимо делать в HR.

Примеры того, что можно сделать

Позвольте мне поделиться несколькими идеями, которые я наблюдал, чтобы вам было легче начать.

- **Избегайте системных проектов без фокуса.** Несколько компаний, с которыми я встречался, говорили мне: «Мы



внедряем новую систему, потому что у нас слишком много систем, и они не все интегрированы». И угадайте, что. Новая «система» работает не так, как они надеялись. Почему? Они разрабатывали проект не вокруг опыта сотрудников, а вокруг программного обеспечения. Если консолидация - ваша цель, это хорошо, но сотрудникам все равно. Все, что они хотят, - это простота. Это простота использования и единое место, куда можно обратиться. Для этого вам, возможно, и не нужна новая система. Платформа в основе существующих систем может быть намного проще.

- Создайте персонажей сотрудников. Одна из компаний, с которыми я встречался (большая телевизионная сеть), создала набор персонажей, которых они теперь используют для разработки решений. Они создали этих персонажей с помощью структурных подразделений организации, а затем нанесли на карту все возможные кадровые операции с этими персонажами. У каждого персонажа была своя собственная дизайн-сессия (созданная совместно с бизнесом). Они также создали позицию, которую назвали «консультант по инновациям» в HR, чтобы переосмыслить то, как происходят внутренние процессы. Они реализуют многие из своих новых идей в ServiceNow и других инструментах, но именно персонажи особенно заинтересовали бизнес-лидеров.
- Обращайте внимание на все. Одна из компаний, с которой я встречался (Coca-Cola), обнаружила, что для того, чтобы заказать кредитную карту для нового сотрудника необходимо совершить 52 различных шага. Я уверен, что во время планирования у всех этих шагов были благие намерения, однако они привели к потере множества часов рабочего времени сотрудников. Реорганизация этой простой вещи в сочетании с пересмотром процесса адаптации позволили им сэкономить миллион часов рабочего времени в год. Весь этот проект сразу был оправдан с точки зрения затрат, и теперь они знают, как искать другие бесполезные процессы.
- Работа по адаптации. Все, с кем я общаюсь, говорят мне, что их процесс адаптации сложен и неполон. Одна из компаний сказала мне, что коэффициент текучести их сервисных инженеров в течение первого года работы в компании - 50%. Это происходит потому, что в компании нет стратегического взгляда на адаптацию, из-за чего руководители просто стараются восполнить пробелы. Переходы сотрудников являются аналогичной возможностью. (Была ли у вас когда-нибудь работа, на которой первая неде-

ля была ужасной? Она задает плохой тон на долгое время.)

- Привлекайте команду People Analytics. Все эти проблемы связаны с измерением. Где люди тратят время? Сколько усилий уходит на что-то? Куда люди кликают и кому они пишут? Если у вас есть хороший инструмент ONA (TrustSphere, Microsoft Workplace Analytics и т.д.), хорошая система опросов и хороший набор инструментов о вашем штате сотрудников, вам потребуются данные. Поглощение Qualtrics компанией SAP за 8 млрд. долларов США было оправдано тем, что помогло обеспечить обратную связь сотрудников. Данные и команда аналитиков должны быть частью вашего плана.

Одна из компаний, которую я интервьюировал, использовала ONA (анализ организационной сети), чтобы проанализировать производительность сотрудников в их отделе продаж. Данные показали, что низкоэффективные отделы продаж тратят гораздо больше времени на общение с менеджерами, чем их высокопроизводительные коллеги. По

мере того, как HR-команда углублялась в изучение вопроса, они обнаружили, что эти «низкоэффективные» менеджеры занимались микро-менеджментом своих команд относительно цен, конфигураций и предложений по продажам. Более уполномоченные команды превосходили своих коллег.

Каково решение? Исправить опыт сотрудников отдела продаж.

Как? Команда работала вместе с руководителем отдела продаж в направлении расширения возможностей команд по продажам по вопросам ценообразования,

конфигурации и ведения переговоров.

Это еще не все

Я максимально скрупулезно погружаюсь в эту тему и разрабатываю целый курс, посвященный ей. Позвольте мне сделать вывод, что на сегодняшний день это одна из наиболее важных тем в бизнесе, а методы и инструменты начинают становиться понятными.

Наконец, давайте рассмотрим, что мы сделали для клиентов. Карта путешествия потребителя (Customer journey map / Journey mapping), сегментация и микро-таргетирование - это хорошо зарекомендовавшие себя практики маркетинга и управления продуктами. Теперь они пришли в HR.

Главное, помните, что «клиентский опыт зависит от опыта сотрудника». Каждый раз, когда мы делаем жизнь сотрудников лучше, мы в то же самое время качественнее обслуживаем клиентов.

Это прекрасная мотивация для того, чтобы серьезнее отнестись к этой теме!





«А они вообще работают?»:

что делать с кризисом доверия в 2021 году

По материалам Harvard Business Review

Марк Мортенсен, Хайди Гарднер

Приблизно треть сотрудников одного регионального банка уже вернулись в офис. Банк раз в неделю проводит общие видеоконференции, на которых президент или другие топ-менеджеры отвечают на анонимные вопросы сотрудников. В последние полтора месяца их все чаще спрашивают: «Вы уверены, что те, кто до сих пор работают из дома, вообще работают?» Некоторые даже предлагали использовать специальные технологии мониторинга, чтобы следить за экранным временем и занятиями удаленных сотрудников.

Каждую неделю президент заверяет коллектив, что дела идут хорошо, а метрики продуктивности — например, число выданных кредитов — превосходят ожидания. «Но это бесполезно, — говорит он. — Как бы я ни пытался их убедить, ничего не получается, даже если я использую цифры и другие доказательства. Казалось бы, если я вам доверяю, то уж вы тем более можете доверять друг другу? Но нет».

Все больше компаний сталкиваются с такими кризисами доверия. Напряжение удаленной работы бьет по корпоратив-

ной культуре и по доброжелательности сотрудников. В начале пандемии мы слышали множество историй о корпоративном героизме: например, как компании раздавали сотрудникам ноутбуки, чтобы тем было удобнее работать из дома. Какое-то время все давали друг другу кредиты доверия и шли на компромиссы — например, прощали проваленные дедлайны, если человеку нужно было заниматься обучением ребенка или решать какие-то другие новые вопросы.

За прошедшие восемь месяцев мы консультировали и изучали десятки компаний из самых разных отраслей (профессиональные услуги, нефтегаз, финансы и страхование, здравоохранение, телекоммуникации, автомобили, технологии), которые тоже борются с этой проблемой. Все они уже перешли от оптимистичного «Мы научились работать из дома!» к осознанию проблем с доверием: доверием к людям, отношениям и к самой компании. Кроме того, компании все чаще используют электронный мониторинг, и это означает, что менеджеры тоже не уверены, что понимают ситуацию. Например, компания Hubstaff, поставщик инструментов отслеживания времени при удаленной работе, сообщила о четырехкратном увеличении числа клиентов в Великобритании с февраля 2020 года; в пять раз выросло количество клиентов у Sneek, предлагающей про-



<http://www.nrg-ua.com/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

грамму, которая с регулярными интервалами делает снимки с веб-камер сотрудников и пересылает их коллегам.

Очень важно, чтобы руководители постарались восстановить и поддерживать доверие — как свое доверие к сотрудникам, так и доверие среди них. Те, кому это не удастся, рискуют не только подорвать моральный настрой в компании, но и усугубить отток сотрудников, потерять продуктивность и замедлить инновации.

Откуда взялся кризис доверия?

Компании экспериментируют с удаленной работой уже много лет. Что же изменилось сейчас? Во-первых, теперь удаленно работают все. Раньше компании позволяли работать из дома лишь некоторым сотрудникам — тем, кому особо доверяли, или тем, чья работа позволяла менеджерам измерять их результаты и контролировать их ответственность. А сейчас из дома работает каждый — вне зависимости от задач или прошлых успехов.

Во-вторых, когда весь мир перешел на работу из дома, люди оказались втянуты в нее не по своей воле, хотя у многих нет ни нужной техники, ни навыков, ни желания.

Раньше сотрудники переходили на удаленку добровольно, а теперь многим сложно сконцентрироваться, потому что у них появились новые семейные обязательства или потому, что другие члены их семей тоже работают из дома.

В-третьих, экономическая неопределенность и нестабильность работы вызывает у людей тревожность — и поэтому им хочется делать свою работу в одиночку, а к другим они относятся настороженно.

Наконец, при удаленной работе могут возникать разнообразные проблемы (технические неполадки, изменения рабочих норм, противоречия между рабочими и домашними обязательствами), а значит, люди чаще нарушают свои обязательства, что ведет к дальнейшей утрате доверия. Важно отметить, что факторы, снижающие наше доверие, не сводятся только к последствиям COVID-19, а связаны с общими тенденциями в устройстве нашей работы и организаций. Чтобы создать устойчивую систему, в которой люди будут доверять друг другу, лидерам нужно решить глубинные проблемы.

Потеря информации снижает доверие

Основа доверия — предсказуемость. Мы готовы быть уязвимыми, то есть открыться потенциальному риску, но только когда у нас есть основания верить, что человек не воспользуется этим и не разочарует нас, и только в тех случаях, когда мы можем предсказать чужое поведение. Один из авторов этой статьи, Хайди Гарднер, изучила более 3 тыс. высокопоставленных работников умственного труда и описала две разновидности доверия, необходимые для эффективной совместной работы. Во-первых, мы должны быть уверены, что человек качественно выполнит свои обязательства (доверие компетентности). Во-вторых, мы должны быть уверены, что другие действуют честно и с наилучшими намерениями (межличностное доверие). Чтобы доверять

коллегам по обоим аспектам, нам нужно видеть четкие и ясные сигналы: что они делают (действия), зачем (мотивация) и продолжают ли они это делать (надежность).

В последние десятилетия из-за перехода к удаленной работе и постоянных кадровых изменений получить такую информацию стало сложнее. Мы проводим меньше времени за общением друг с другом, а значит, нам сложнее заметить, что наш коллега приносит на каждую встречу заранее подготовленные заметки и диаграммы, чтобы разговор получился более продуктивным. Кроме того, стало меньше неформального общения, которое создает симпатию и межличностное доверие. Наконец, мы лишились контекста — например, не видим в офисе коробки из-под пиццы и не можем догадаться, что вчера коллеги работали всю ночь. Поэтому нам сложно начать доверять друг другу: у нас нет данных, которые бы помогали нам предсказывать чужое поведение. Поддерживать доверие тоже сложнее, ведь мы лишились постоянного притока новой информации. Есть и еще одна причина, почему на изоляции мы меньше доверяем коллегам: мы подсознательно интерпретируем отсутствие физических контактов как признак ненадежности.

При виртуальной работе возникает множество недоразумений и коммуникационных ошибок. Таким образом, возникает идеальный шторм: у нас меньше новой информации, чтобы установить доверие; меньше поддерживающей информации, чтобы сохранить его, и больше «нарушений», которые разрушают даже то, что есть. А восстановить потерянное доверие очень сложно. Но вот несколько рекомендаций (и одно предостережение), которые стоит иметь в виду руководителям, чтобы вернуть доверие в свои отношения с сотрудниками и в их отношения друг с другом.

Слежка не решит проблему

Менеджеры все чаще борются с отсутствием доверия, вводя более строгий мониторинг. Но каким бы образом ни проводилась слежка — технологически (например, записью нажатий на клавиши) или процессуально (например, с помощью ежедневных проверок), — как правило, она контрпродуктивна.

Во-первых, мониторинг никогда не работает. Если вы думаете, что можете знать все, что делают ваши удаленные сотрудники, вы себя обманываете. В любой системе мониторинга есть свои дыры. Во-вторых, сотрудники работают на метрики, а не на достижение реальных целей. Обычно бывает несложно догадаться, как получить нужные показатели, и часто больше внимания может уделяться попыткам перехитрить систему, а не работе как таковой. В-третьих, мониторинг не просто неэффективен, а даже усугубляет проблему. Один опрос показал, что при высоком уровне мониторинга 49% сотрудников подвержены острой тревожности (а при низком уровне — только 7%). Кроме того, мониторинг усугубляет выгорание и неудовлетворенность сотрудников, а также бьет по моральному настрою в компании.

Если вы следите за человеком, то ясно даете понять, что не доверяете ему.



Доверие: научная точка зрения

Слежка не работает, потому что она подходит к проблеме не с той стороны. При слежке менеджеры пытаются устранить пространство, где люди могут быть уязвимыми. Намного лучше было бы сохранить это пространство, но снизить вероятность, что люди будут злоупотреблять этой возможностью (и вашим доверием). Не нужно слепо верить другим — используйте научные данные и постарайтесь выстроить систему с минимальным уровнем риска.

Доверие взаимно. Осознайте и используйте этот факт. Когда мы говорим о доверии, мы зачастую концентрируемся на попытках его завоевать. Но нельзя забывать, что это двустороннее и взаимное чувство. Согласно исследованиям, чем больше вы кому-то доверяете (и показываете это своими действиями), тем больше и этот человек будет доверять вам в ответ. Важно понимать, что эти факторы зависимы друг от друга: чтобы повысить общий уровень доверия в своем круге, сначала постарайтесь показать, что вы и сами надежный человек. Если вам будут больше доверять, то общая неопределенность в коллективе снизится и обстановка станет более стабильной и уверенной. В более макиавеллиевских терминах можно сказать, что так вы добьетесь большего в ответ: чем больше вам доверяют, тем меньше вероятность, что вас обманут (вспомните доктрину взаимного гарантированного уничтожения времен холодной войны). Речь идет не о том, чтобы создавать ситуации, когда вас смогут использовать, — напротив, это стратегический прием, который поможет вам устранить риски. И помните: одна из немногих вещей, которые вы контролируете, — это сигналы вашего собственного поведения.

Постройте лестницу доверия. Из многочисленных исследований (реформ поведения, изменения культуры и т. д.) можно сделать один четкий вывод: лучший способ создать долгосрочные изменения — маленькие постепенные устойчивые шаги. И если вы хотите выстроить доверие, вам тоже нужны постоянные подтверждения и подкрепления. Еще один способ повысить доверие к себе — вместе поработать над несложным заданием, где вы сможете продемонстрировать свою компетентность и надежность. Например, предложите вместе организовать серию презентаций за обедом, на которых вы (и другие сотрудники!) сможете показать свои навыки. Вам нужны ситуации, которые требуют минимальных инвестиций, ситуации с низкими издержками и низкой стоимостью ошибок. Докажите свою надежность в таком контексте, а затем постепенно переходите к более масштабным и важным демонстрациям, чтобы укрепить создавшееся доверие.

Сообщайте сотрудникам, что ничего не изменилось. Лидеры знают, что очень важно держать сотрудников в курсе изменений. Но сейчас, когда меняется все и всегда, нужно уделять внимание также вещам, которые остаются прежними. Предсказуемость — важнейший аспект доверия, поэтому сотрудники должны понимать, на что они все же могут рассчитывать. Это снизит неопределенность и создаст необходимое чувство стабильности.

Поймите, что люди не одинаковые. С разными людьми

нужно по-разному выстраивать, поддерживать и восстанавливать доверие. Можно выделить две главные категории: те, кто доверяет автоматически, и те, кому нужны подтверждения.

У первой категории сразу возникает некоторое доверие к новому человеку, и они доверяют ему, пока он каким-либо образом не нарушит это доверие. Это не слепая вера, а скорее готовность дать некоторый кредит. На таких людей почти не влияет недостаток информации, на основе которой мы выстраиваем доверие. Зато если их ожидания будут обмануты, это ударит по их самовосприимчивости, так что негативная реакция будет сильнее и дольше.

Люди второй категории по умолчанию не доверяют никому и избегают рисков, пока человек не докажет, что ему можно доверять. На удаленной работе, в отсутствие подтверждений, им намного сложнее выстраивать доверие. Зато когда информация накопится и доверие будет установлено, только серьезные нарушения смогут существенно нарушить или отменить его.

Главное — не думайте, что доверие у всех образуется так же, как у вас. Постарайтесь понять как свой собственный подход, так и подход другого человека и постарайтесь к нему адаптироваться. Если вы доверяете лю-

дям по умолчанию, а вашему коллеге нужны подтверждения, то не торопитесь и постарайтесь дать ему постоянные, устойчивые свидетельства вашей предсказуемости и надежности.

И наоборот: если вы еще не накопили достаточно информации, а коллега сразу дает вам кредит доверия, то будьте осторожны и постарайтесь не делать ничего такого, что может показаться ему нарушением.

Скорее всего, мы еще какое-то время продолжим работать удаленно. Руководители, которые хотят поддерживать моральный настрой в команде и избежать негативных результатов (например, оттока кадров), должны принять меры, чтобы установить (или вернуть) доверие среди своих сотрудников.



Об авторах

Марк Мортенсен (Mark Mortensen)

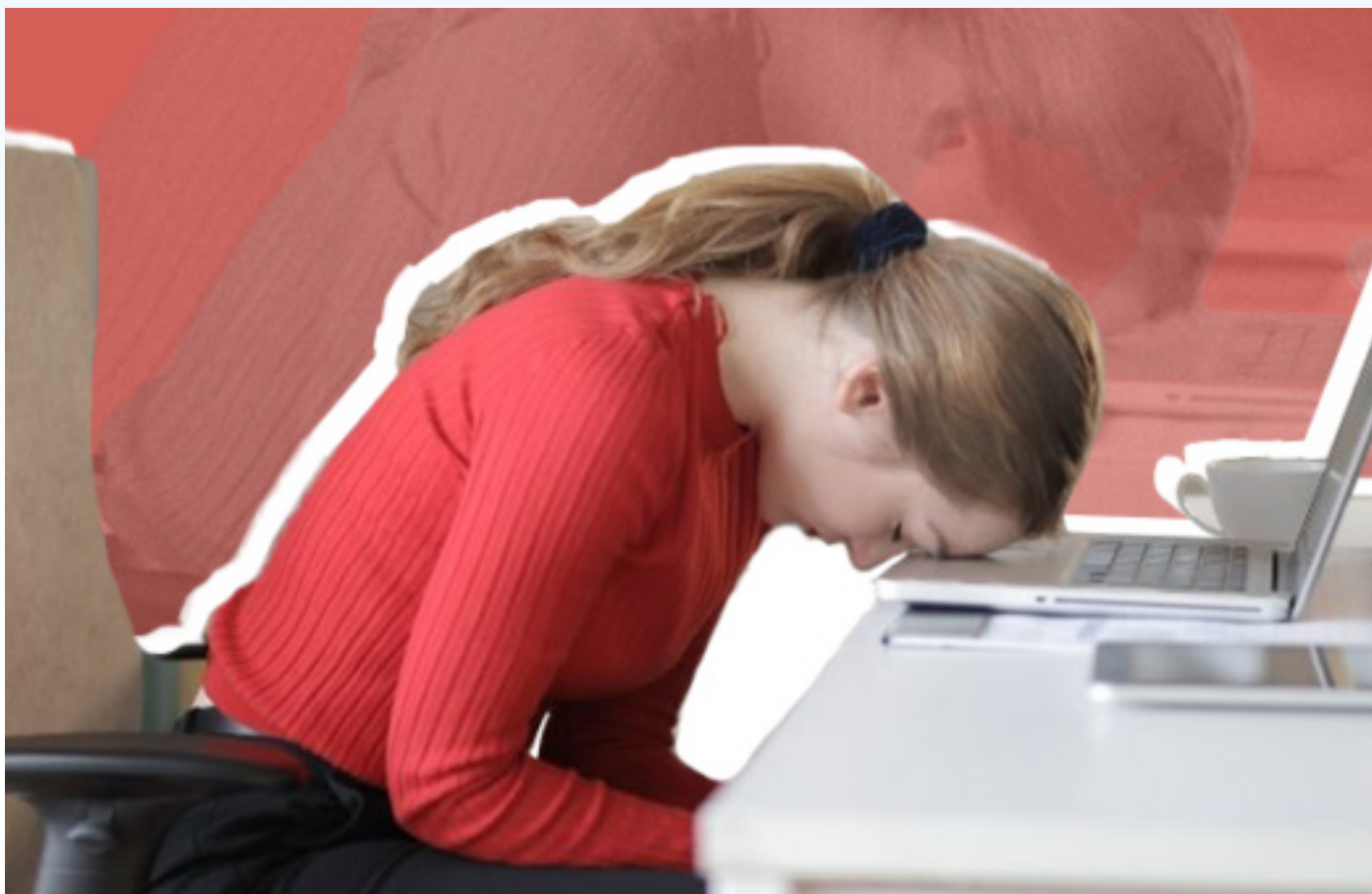
— доцент, преподаватель организационного поведения в бизнес-школе INSEAD. Занимается преподаванием, исследованиями и консультированием по вопросам совместной работы, организационной структуры и новых способов работы и руководства.

Хайди Гарднер (Heidi K. Gardner)

— почетный научный сотрудник Гарвардской школы права, председатель ученого совета по программам менеджера образования. Сооснователь компании Gardner & Co.



«ТИ ДОХ*Я СОБІ ДОЗВОЛЯЄШ»:



ЯК РЕАГУВАТИ НА АГРЕСІЮ ЧИ ХАМСТВО НА РОБОТІ

По матеріалам happymonday.ua

Ми б хотіли ніколи не писати статтю на цю тему і з таким заголовком, але, на жаль, ситуації невиправданої агресії чи грубощів на роботі — не рідкість. Розповідаємо історії наших читачів та радимо, як реагувати на таку поведінку.

Усе почалося з того, що нам написала читачка та змалювала ситуацію з грубощами на робочому місці. А ми вирішили розпитати знайомих, чи траплялися в них подібні проблеми, та попросили експертку дати поради, як реагувати на хамство чи образи, якщо в іншому компанія вас влаштовує і ви не готові звільнитися. На прохання героїв усі історії публікуємо зі збереженням анонімності.

Історія №1

«Загалом досвід роботи у медіа у мене 2 роки (стажування на телеканалах, робота гостьовою редакторкою і відеоредакторкою). Але саме як журналісткою та авторкою

статей я працюю вперше. Коли мене брали на роботу, я відверто про це говорила, а також писала тестову статтю, у яку внесли дійсно багато правок, але зрештою вона вийшла.

Минуло кілька місяців від початку роботи, я написала вже багато текстів. Але щоразу, коли я відстоюю свою думку, одна з менеджерок (у якої немає досвіду роботи редактором) пише: «Я рада, що у тебе є власна думка, але внеси правки». Цього разу вона взагалі написала: «Ти дохуя собі дозволяєш. Нагадати, скільки ми правили твій перший текст? І що він вийшов не до кінця професійним?».

Історія №2

«Я працювала у багатьох редакціях щоденних газет. І мушу сказати, що в кожній з них спілкування на високих тонах та мат у години здачі номера (та й не тільки) були нормою. А номер, нагадаю, здавався кожен день. До подібного швидко звикаєш. І якось у ті роки я навіть не думала, щодесь може бути інакше. Коли горять дедлайни і загрожують штрафи від типографії — не до сантиментів.



Редактори кричать на журналістів, часто нецензурно, щоб ті швидше віддавали матеріал. Потім знову кричать, бо текст виявляється занадто довгим, неструктурованим, тема не розкрита або взагалі журналіст написав не те, про що домовлялися на планірі. А відповідати за результат — редактору, на якого, своєю чергою, кричить головред або його зами-випускові.

Журналісти теж в боргу не залишалися. Вони відповідали редакторам у стилі «сам дурний», і бували моменти, коли ледь не доходило до реальної бійки. На щастя, в жодній редакції навіть у найкритичніші моменти такого не траплялося. Але у висловах себе мало хто стримував. Все це нагадувало якусь велику неаполітанську родину і, ймовірно, кане в Лету разом зі щоденними газетами, яких залишилося дуже мало».

Історія №3

«Ще у студентські роки я проходила практику на телеканалі, де розмови редактора або продюсера з командою на підвищених тонах були буденною справою. Коли я влаштувалася на роботу вже на інший телеканал, мене одразу попередили, що у керівниці іноді буває поганий настрій, і тоді їй на очі краще не потрапляти — можна вислухати багато «компліментів», навіть якщо ти працівник року і жодних промахів за тобою не помічено. Загалом про цю її особливість всі знають і ставляться поблажливо».

Кілька років тому був напружений період, на каналі відбувалося реформатування, і продюсерка часто була, м'яко кажучи, не в дусі. Тоді ми всією командою майже щотижня вислуховували багато крику, невдоволення і погроз з приводу нашої роботи, причому без особливих на те причин. Наприклад, вранці керівниця могла закатати істеричку через неготові сюжети (хоча ми завжди здаємо їх пізніше) або насварити журналіста за погано підібраного експерта (хоча напередодні сама його затвердила). Усі діалоги у нас відбувалися в робочому груповому чаті, тому сприймалися не так болісно, як особисте спілкування. Та й згодом усі до цього настільки звикли, що перестали сприймати серйозно».

Історія №4

Але не тільки в медіа керівники підвищують голос та лаються на підлеглих. Навіть у сучасних компаніях, де багато говорять про корпоративну культуру та цінності, все одно присутній так званий «людський» фактор. А це означає, що керівники — перш за все люди, які не завжди володіють своїми емоціями або ж у принципі вважають, що жорсткий стиль управління стимулює підлеглих до більшої ефективності.

Ось як описує одну ситуацію на роботі наша читачка, яка працює у відомій будівельній компанії: «Так сталося, що коли я влаштувалася економістом у цю компанію три роки тому, на мене “повісили” об'єкт, за який ніхто не хотів братися. Бо в нього була складна історія, багато партнерів, і якісь загальноприйняті схеми в цьому випадку не працювали. Тому інколи траплялися накладки, на які я ніяк не могла вплинути».

Розуміння ситуації не завадило нашому фіндиректору

в один з моментів такої накладки викликати мене до себе в кабінет і протягом півгодини обзивати дурепою, кричати: “Що ти собі дозволяєш?” і “Хто ти взагалі така?”. Якщо чесно, я думала, що після цієї розмови мене звільнять. Але ні. Начальник викричався — та й по всьому. Я ж декілька днів не могла прийти до тями, не спала ночами й плакала, бо це були несправедливі звинувачення і дуже погані слова, яких я не заслуговувала».

Що скаже експертка?

Поки власники бізнесів, керівники, HR та самі працівники переймаються питаннями віддаленої роботи, технологій, діджиталізації робочих процесів та інших викликів, які ставить перед нами найближче майбутнє, в деяких компаніях залишаються невирішеними питання булінгу та культури спілкування.

Що об'єднує історії, якими поділилися читачки Нарру



Діана Рижкова, рекрутерка з пошуку Middle-фахівців і топменеджменту, кар'єрна консультантка

Monday? Насамперед — людський фактор. А з ним буває найважче. Поведінку не запрограмуєш, і після одного зауваження культура грубого зворотного зв'язку не зміниться. Однак, і з цим можна спробувати щось зробити.

Якщо хамство — основа культури в компанії, ймовірно, власник чи керівники й самі сповідають такі «цінності» і вважають подібну поведінку нормою. Через це підвищення голосу, вживання нецензурної лексики стають звичною буденністю.

Якщо ви HR-спеціаліст, це — ваше поле діяльності, хоч і непросте. Втім, ви можете показати членам команди, що може бути інакше. Що зворотний зв'язок може мотивувати, а не пригнічувати. Що ввічливе ставлення та здорова

атмосфера краще впливають на продуктивність команди, ніж погрози, образи та інтриги. Запропонуйте зміни: обговоріть з усіма правила поведінки, які всіх влаштують, запропонуйте кодекс спілкування, організуйте день ввічливості чи змагання на найкращий фідбек. Процес — не швидкий, але зміни можливі, особливо якщо заручитися підтримкою когось із керівництва.

Якщо ви співробітник такої компанії, змінити щось на глобальному рівні навряд чи зможете. Але якщо ви хочете й далі тут працювати, вам стануть у пригоді поради для протистояння окремим тиранічним особам, які я дам нижче.

Якщо хамство — культура спілкування вашого безпосереднього керівника чи колеги, причин такої поведінки може бути безліч і вплинути на них ви, швидше за все, не зможете (та це й не ваша задача, ви ж не психолог). Сподіватися, що таку людину звільнять, я би не радила. Адже знаю випадки, коли токсичних працівників тримають у компанії, тому що вони показують хороші результати в роботі.

Добра новина в тому, що за умови деяких змін у вашій поведінці та ставленні, агресор може припинити свої нападки. Тож давайте вчитися реагувати правильно.



Не сприймайте на власний рахунок

Не сприймайте хамство чи різкий тон як щось особисте. Звісно, може бути й таке, що босу чи колезі не подобається саме ви. Втім, не раджу одразу робити такі висновки і копирсатися в собі. Проаналізуйте, чи тільки з вами поведуться неадекватно, чи від такої поведінки страждають ще й інші? Швидше за все, це стиль спілкування з усіма, який людина навряд чи змінить — хіба якщо, наприклад, працівник старший за віком чи посадою зробить їй зауваження і відверто поговорить. Тому змінювати щось, аби ситуація покращилась, доведеться в собі.

Не піддавайтеся маніпуляціям

Люди, які полюбують агресувати на інших, зазвичай добре зчитують чужі слабкі місця і розуміють, на кого можна «натиснути» та як саме. Наприклад, ваш керівник розуміє, наскільки для вас важлива ця робота і що ви боїтеся її втратити. Тому щиро вірить у те, що ви терпітимете його поведінку до останнього. На жаль, у більшості випадків ми самі підкріплюємо дії маніпуляторів мовчанням і навіть виправданням їхньої поведінки. Тому дуже раджу почитати про маніпуляторів (наприклад, книгу Еверетта Шострома «Людина-маніпулятор»), навчитися не піддаватися їм та не показувати свій страх і слабкість.

Підвищуйте самооцінку

Головна небезпека спілкування з негативно налаштованими людьми — заниження власної самооцінки та зневіра в собі як професіоналі. Вам намагатимуться довести, що ви нічого не варті і ще маєте подякувати, що вас досі тримають в цій компанії. Пам'ятайте: поки ви самі знаєте, заради чого тут працюєте (досвід, гроші тощо), ніхто не зможе переконати вас в іншому.

Структуруйте грубий фідбек

Люди, схильні до грубощів чи хамства, люблять критикувати, бо саме так можуть відірватися на повну.

При цьому аналіз вашої роботи автоматично може перейти на аналіз вашої особистості і навіть приватного життя. Якщо так сталося, важливо одразу нагадати про повагу до себе, певну субординацію і вимагати конкретизувати, що саме ви зробили не так: «Давайте обговорювати мою роботу, а не мене», «Буду вдячна, якщо ви не вживатимете таких слів стосовно мене», «Ваш детальний зворотний зв'язок допоможе мені зробити свою роботу краще» тощо — це основні меседжі, які ви можете доносити в процесі такого спілкування. Здебільшого подібні конкретні питання змушують людину структурувати свій потік зворотного зв'язку.

Тримайте дистанцію, будуйте особисті межі та не дозволяйте їх переходити — лише ви можете просигналізувати, що з вами таким тоном чи в такій формі розмовляти не варто.

Уникайте комплексу новачка

Якщо вам намагаються нав'язати комплекс новачка, постійно нагадуючи про ваші помилки навіть річної давності, є ризик повірити в це й дійсно почати частіше помилятися.

У такому випадку, знову ж таки, структуруйте людину: «Це було вже рік тому, я зробила висновки. Давайте поговоримо про те, що не так зараз», «Не помиляється той, хто нічого не робить» тощо.

Не намагайтеся сподобатися

Не потрібно ходити за своїм керівником чи колегою, мов тінь, і намагатися догодити, аби налагодити стосунки.

Він або вона можуть, навпаки, сприйняти це як визнання їхньої зверхності та вашу залежність від цих стосунків. Це може лише посилити їхній тиск на вас і дати привід для маніпуляцій.

Будьте ініціативними

Навіть якщо ваші ідеї та думки не хочуть чути, я раджу все одно їх висловлювати. В компанії мають знайтися люди, які поділяють вашу думку. Головне — не втрачати ініціативність, інакше потім вас звинуватять в її відсутності. Старшим колегам намагайтеся «продати» свою ідею, аргументуючи, що ви цінуєте їхній досвід і хотіли б у них повчитися, але водночас синергія та обмін знаннями можуть бути корисними для всіх членів команди.

Перемикайте увагу

Якщо керівник зривається на вас щоразу, як у нього поганий настрій, спробуйте переключити його увагу на задачі, які він же вам і дав. Скажіть прямо, що ви поспішаєте виконати його завдання, бо розумієте, як це важливо для нього та компанії загалом. Знаю випадки, коли це допомагало й людині не було що сказати у відповідь, адже інтереси компанії дійсно були вищі за все.

Не поспішайте з висновками...

Якщо на вас вперше накричав бос чи колега, не поспішайте вішати ярлики. Запитайте в колег — можливо, у людини щось сталося. Якщо так — проявіть мудрість і терпіння замість вступати в конфлікт. Якщо ж така поведінка повторюється, то нагадайте: «Я поважаю вас як професіонала та людину і буду вдячна за таке ж ставлення до мене».

...Але й не мовчіть, якщо проблема системна

Якщо неповажне ставлення до вас стає систематичним, ще й проявляється за зачиненими дверима, раджу не мовчати про це. Відкривайте двері, змушуйте людину сказати вам назагал усе, що каже наодинці. У плани людини, яка не звикла грубіянити при всіх, це точно не входить. Якщо у вас адекватний керівник чи ейчар, який можуть вплинути на ситуацію, не варто забувати й про його допомогу.

Таких порад може бути дуже багато, бо кожна ситуація — індивідуальна. Головне — пам'ятати, що жодна робота не вартує ваших нервів та здоров'я. Якщо не можете змінити ситуацію, змініть своє ставлення до неї. Якщо не влаштовують правила гри, створюйте свої. Або грайте в іншу гру. Вибір тільки за вами.





СЧАСТЬЕ ЕСТЬ: ЧТО ЕСТЬ ДЛЯ СЧАСТЬЯ

По материалам Health is Wealth

Счастье – это когда бабочки в животе. Или научная трактовка, – когда в балансе такие гормоны, как дофамин, серотонин и эндорфины. Это три гормона счастья, которые вырабатываются в нашем организме и зависят от образа жизни, от физической и умственной нагрузки, питания и здоровья в целом.

Быть счастливыми нам помогают многие внешние факторы: путешествия, спорт, времяпровождение с родными и любимыми, общение с домашними животными, планирование и достижение целей, отношения, вечеринки, творчество, бизнес ... и, конечно же, ЕДА. Наверное, каждая хоть раз в жизни побывала в роли Бриджит Джонс, устроившись удобненько на диванчике с ведерком любимого мороженого за просмотром грустного фильма про любовь.

Еда на самом деле помогает преодолеть хандру, однако важно знать, что и когда есть, чтобы хандра не вернулась снова, только уже по причине лишнего веса и проблем со здоровьем. Всем известный фаворит настроения, лидер из лидеров – шоколад. Но есть и темная сторона у этой чудесной сладости, которая часто спасает от плохого настроения, голода, упадка сил и энергии. После употребления шоколада приходит чувство бодрости. Мы чувствуем так много энергии, что, казалось бы, все-все задачи в своём to-do-листе переделаем. Но такой эффект проходит очень быстро. Сахар моментально всасывается в кровь. Вот и объяснение всплеска энергии. Но сразу за ним организм бросается вырабатывать инсулин, чтобы снизить резкий скачок сахара. В результате мы чувствуем усталость, и снова хочется подкрепиться. Такие всплески сахара в крови очень неэкономичны для здоровья, так как в долгосрочной перспективе могут привести к развитию диабета II типа.

Есть одно очень важное “но” в отношении шоколада. Ешьте на здоровье черный шоколад, в составе которого 80%+ какао и нет сахара. В таком шоколаде преобладают жиры, которые несут скорее пользу, чем вред, если есть его в умеренных количествах.

А теперь делюсь продуктами, которые поднимают настроение и делают нас чуточку счастливей.

- Жирная морская рыба – омега-3 – это не просто полезный жир для работы печени и всего организма в целом.

Омега-3 оказывает антидепрессантное действие и положительно влияет на угнетенные состояния в малейших их проявлениях.

- Все виды птицы, особенно индейка и утка – птица богата триптофаном – аминокислотой, которая способствует выработке серотонина в мозге.
- Орехи – источник селена. Также содержат витамин B2, витамин E, магний, цинк.
- Зеленые овощи – не только повышают, но и стабилизируют гормоны счастья.
- Сложные углеводы – также повышают уровень серотонина, но помогают дольше сохранить хорошее настроение (это, например, цельнозерновой хлеб, паста из цельнозерновой муки, бурый или красный нешлифованный рис).

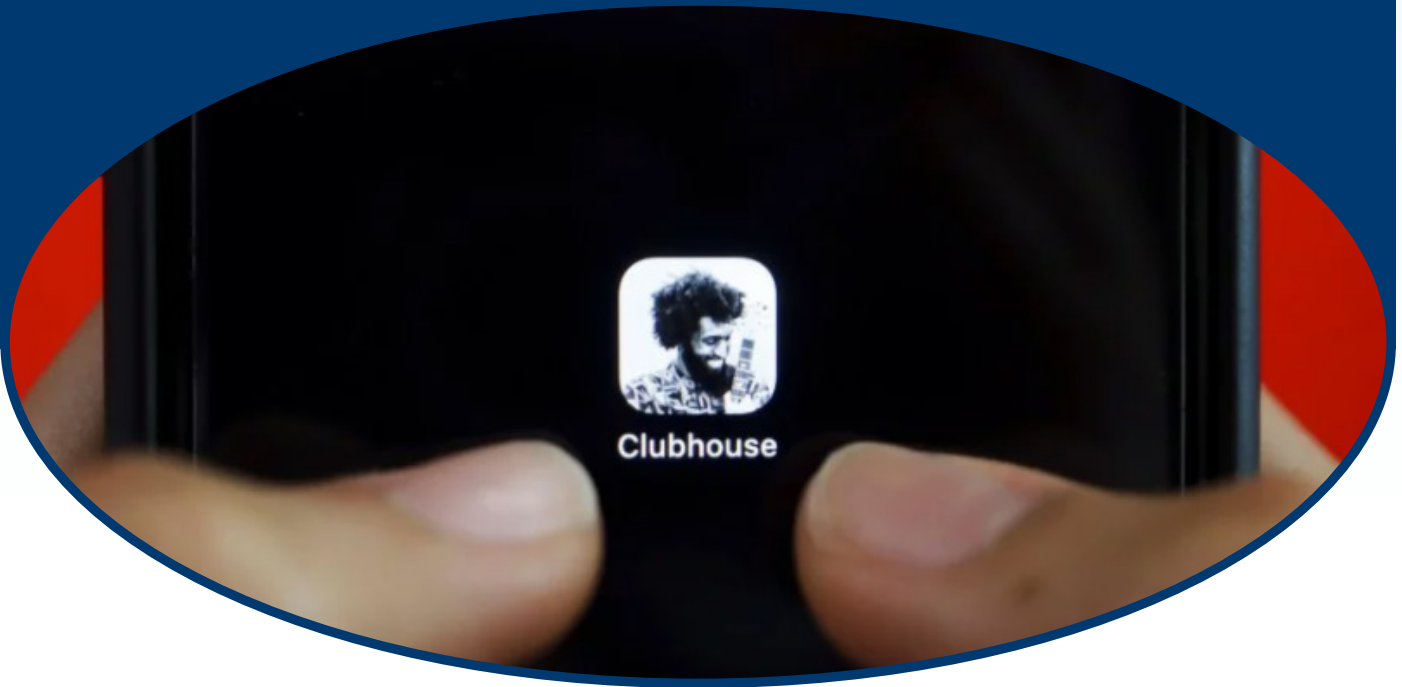
Как и в сказках, где есть хороший и плохой герой, в еде тоже есть хорошие продукты и те, которые вредят организму в долгосрочной перспективе. Ниже продукты, которые я рекомендую минимизировать, а, в идеале, вообще исключить из рациона.

- Кофеин – понижает уровень серотонина в мозге, что приводит к раздражительности и быстрой потере энергии. Также кофеин повышает уровень кортизола, адреналина и норадреналина, что, в свою очередь, представляет опасность для сердечно-сосудистой системы.
- Сахар – шоколад и различные сладости.
- Алкоголь – выпили, расслабились, и настроение улучше. А головная боль и обезвоживание организма – не совсем приятный бонус на утро. Эти процессы напрямую влияют на наше настроение, самочувствие и здоровье в долгосрочной перспективе.
- Фастфуды, жареная пища, сосиски и колбасы – доказано, что потребление этих продуктов в полтора раза повышает возможность развития депрессии. Регулярное наличие фастфудов в рационе человека неизбежно приведет к ожирению и гормональному дисбалансу. Еда для счастья и удовольствия – это реальность. Питайтесь правильно, и бабочки в животе гарантированы!)



ЩО TAKE CLUBHOUSE:

РОЗПОВІДАЄМО ПРО ПЛАТФОРМУ, ЯКА МОЖЕ ПЕРЕВЕРНУТИ РОБОТУ ВСІХ СОЦМЕРЕЖ З НІГ НА ГОЛОВУ



По матеріалам ntv.ua

Кирил Чеботарьов

На початку 2021 року Clubhouse став справжнім проривом. Нова соцмережа пропонує зовсім інший формат спілкування — зокрема й із зірками. Пояснюємо, що собою являє Clubhouse і чому зараз про нього так багато говорять.

Якщо коротко, Clubhouse — це соціальна мережа нового покоління. Тут немає стрічки новин, немає відео та лонгрідів, немає навіть мемів.

Що ж тоді спонукає людей там реєструватися? (Що насправді теж не так просто — але про це нижче).

Clubhouse пропонує своїм користувачам живе спілкування. Він складається з «кімнат», які розділені за інтересами. Взаємодіяти там можна тільки голосом в режимі реального часу.

Чим же воно відрізняється від Zoom?

Тут все-таки є аналог «стрічки». Коли користувач заходить у застосунок, перед ним з'явиться вибір з «кімнат», які повинні його зацікавити — вони будуть присвячені тим темам, які користувач вибирає при реєстрації (пізніше їх можна буде відредагувати).

Також там будуть доступні «кімнати», створені друзями користувача — про появу таких бесід будуть приходити повідомлення. Також оповіщення буде приходити, якщо хтось із тих, на кого підписаний користувач, приєднується

до розмови — таким чином запускається подоба ланцюгової реакції, а «кімнати» отримують приплив учасників.

«Кімнати» можуть бути і закритими, тобто застосунок можна використовувати для робочих зустрічей або спілкування з друзями.

У «кімнатах» є поділ на тих, хто спілкується і на тих, хто слухає. При цьому слухачі також можуть приєднатися до розмови за допомогою інструмента «підняти руку» — так модератор бесіди дізнається, що людина хоче щось додати, і може включити їй мікрофон. Одночасна кількість учасників бесіди обмежена п'ятьма тисячами осіб.

Також кожна «кімната» може створювати свій календар і планувати теми розмов наперед — так користувачі можуть скласти свій розклад відвідування різних «кімнат». Це важливо, тому що правила сервісу забороняють записувати і викладати бесіди — отримати контент можна тільки «тут і зараз».

Також там можна організувати свій «клуб» — його може створити користувач, який три рази зібрав дискусії в «кімнатах» і отримав схвалення модераторів Clubhouse. Правда зараз спеціальна форма-заявка недоступна.

Після того, як користувач тричі організував дискусії в «кімнатах», він може створити свій постійний «клуб» — але для його реєстрації буде потрібно схвалення модераторів Clubhouse. Усі «кімнати» в соцмережі можуть бути публічними, приватними або доступними тільки для членів певного «клубу».



<http://www.nrg-ua.com/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



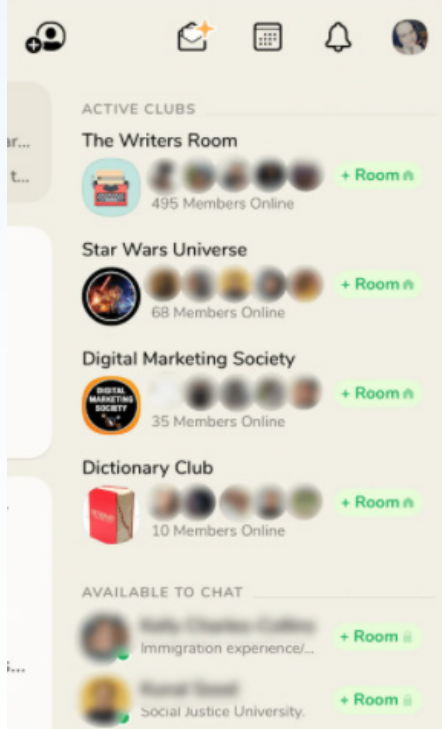
https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

Чому воно раптом стало популярним

Тут творці застосунка повинні подякувати Ілону Маску і Марку Цукербергу.



"Кімнати", до яких можна приєднатися / Фото: SME

Саме вони були першими знаменитостями, які провели тут свої конференції. Наприклад, саме в Clubhouse Маск розповів про експерименти компанії Neuralink, під час якої дослідники навчили мавпу грати у відеоігри силою думки, а також поділився своєю думкою про ситуацію навколо компанії GameStop. Після цього за тиждень там з'явилося 1,1 млн нових користувачів.

Більш того, Маск анонсував свою бесіду в Twitter, що напевно вплинуло на приплив користувачів соцмережі. Зараз запис розмови з Маском — одна з небагатьох доступних бесід у відкритому доступі. У підсумку в Clubhouse почали йти й інші зірки-мільйонники та лідери думок — Опра Вінфрі, Дрейк, Ештон Катчер, Канье Вест і багато інших. Також там почали масово реєструватися різні підприємці, інвестори, дизайнери, художники, журналісти, продюсери, розробники та інші представники креативних професій, які й формують порядок денний.

Добре, мені захотілося спробувати, як зареєструватися?

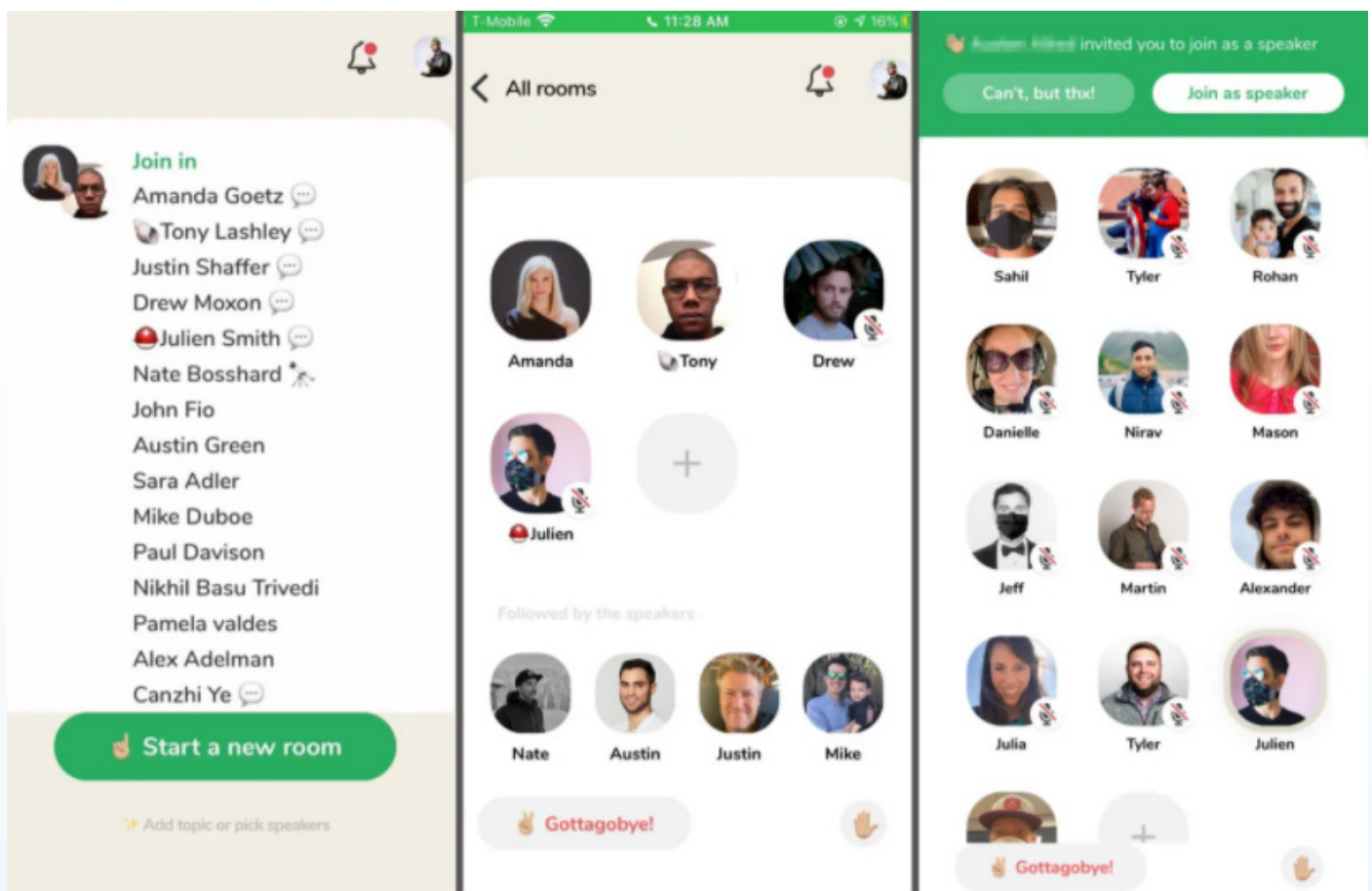
А ось це може створити вам величезні проблеми, адже застосунок все ще знаходиться в бета-тесті, а тому він:

- доступно поки що тільки для iOS (не хвилюйтеся, якщо вірити списку вакансій, скоро воно з'явиться й на Android);
- реєстрація доступна тільки за запрошеннями, які можна отримати двома способами: власне, отримати його від іншого користувача застосунка (можна считерити і купити) або дочекатися «квитка» у віртуальній черзі, що може зайняти чимало часу;

Багато хто називає це позитивним боком, адже таким чином зараз застосунок збирає «базу», тобто людей, які дійсно зацікавлені створювати контент всередині нього, і за якими будуть приходити інші користувачі. А сама система запрошень створює якийсь штучний елемент ексклюзивності.

Якщо говорити мовою цифр, то до кінця січня 2021 Clubhouse вже зібрав два мільйони активних користувачів. І це при тому, що над соцмережею зараз працюють лише дев'ять осіб! Важливо також зазначити, що користувачі проводять дійсно багато часу в застосунку — в середньому від 11 до 22 годин на тиждень.

Зараз стартап вже оцінюється в мільярд доларів, а нещодавно він залучив \$100 млн інвестицій.



Інтерфейс програми. Вибір користувачів, з якими можна почати бесіду; створення кімнати і поділ на слухачів і тих, хто буде говорити / Фото: Business Insider



Перші скандали

Головна претензія, яку зараз пред'являють користувачі — слабка модерація. Користувачі можуть перейти на лайку — і з цим ніхто нічого не може зробити.

Також у застосунку без проблем поширюються конспірологічні теорії — зокрема про коронавірус, 5G і вакцини. Ті ж, хто намагається спростувати конспірологію можуть наразитися на образи і навіть переслідування — і модератори також не встигають реагувати на скарги.

Видання Vanity Fair розповіло про те, що там відкрито обговорювали тероризм у Парижі й можливі подальші акти.

Clubhouse вже заблокували в Китаї. Жителі КНР почали масово реєструватися в застосунку, використовуючи іноземні Apple ID і купуючи запрошення, адже за відсутності цензури вони отримали можливість спокійно обговорювати політику, Гонконг, демократію, права людини — взагалі різні «Західні» цінності й теми, на які в Китаї

накладено табу.

Проте, очевидно, що Clubhouse вже ознаменував необхідність людей у новій формі споживання контенту. Через постійну війну алгоритмів у інших соцмережах користувачі хочуть якомога спокійнішого спілкування один з одним (платформа позиціонує себе як можливість поспілкуватися з друзями «як у пабі»), так і можливості обмінятися думками з провідними представниками креативної індустрії і бізнесменами — як мінімум зараз у кожного є можливість випадково потрапити на умовного Ілона Маска і обговорити з ним як польоти в космос так і уподобання в їжі.

! P. S. Facebook вже почав розроблення власної альтернативи Clubhouse під назвою Fireside. І так, Twitter теж — під робочою назвою Spaces.





Енергія
твого успіху

Випуск №
2
(73)
(від 26.02.2021)

ШАНОВНІ ЧИТАЧІ!
Свої побажання та пропозиції
надсилайте на e-mail:
i.vorotnikova@nrg-ua.com

Контактні телефони:
+38 050 327 98 88
+38 044 594 30 98



<http://www.nrg-ua.com/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group