

SCIENTIFIC JOURNAL

**HIGHER ECONOMIC - SOCIAL SCHOOL IN
OSTROLEKA**

2/2019(33)

<http://www.sj-economics.com/>

Łomża, 2019

PROGRAMME BOARD

Prof. zw. dr hab. dr H.C. Antoni Mickiewicz - Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, **Prof. David Gerard Alber** - Pennsylvania State University USA, **Prof. Jonathan Tuthill** - Pennsylvania State University USA, **dr hab. Andrzej Borowicz prof. UŁ** - Uniwersytet Łódzki, **prof. James W. Dunn** - Pennsylvania State University USA, **dr hab. Bogusław Kaczmarek prof. UŁ** - Uniwersytet Łódzki, **dr hab. Paweł Mickiewicz, prof. ZUT** – Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, **dr hab. Wojciech Popławski prof. WSB** – Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu, **prof. Enrique Viaña Remis** - University of Castilla-La Mancha Hiszpania, **dr hab. Wojciech Wiszniewski prof. PW** - Politechnika Warszawska, **dr hab. Piotr Bórawski prof. UWM** - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, **dr hab. Agnieszka Brelik prof. ZUT** – Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, **dr hab. Mariola Grzybowska-Brzezińska prof. UWM** - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, **dr Manfred Müller** - SiegmundsbürgerHaus Werraquelle GmbH Niemcy, **dr Radosław Szulc** - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, **associate professor Volodymyr Ternovsky**, – Tavriya State Agrotechnological University, Ukraina, **dr hab. Elżbieta Jadwiga Szymańska prof. SGGW** - Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, **dr hab. Agnieszka Sapa, prof. UEP** – Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, **dr Kazimierz K. Parszewski** – Ostrołęckie Towarzystwo Naukowe im. A. Chętnika, **dr Marta Bloch** – Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Społeczna w Ostrołęce, **dr inż. Iwona Pomianek** – Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie.

DRAFTING COMMITTEE

dr inż. Ireneusz Żuchowski (editor-in-chief), **mgr Kazimierz Krzysztof Bloch** (secretary), **dr Agnieszka Sompolska-Rzechula** (statistical editor), **mgr Alina Brulińska** (language editor), **Jeffrey Taylor** (language editor – English language), **dr hab. Bogusław Kaczmarek prof. UŁ** (theme editor), **dr hab. Andrzej Borowicz prof. UŁ** (theme editor), **dr hab. Piotr Bórawski prof. UWM** (theme editor), **dr hab. Mariola Grzybowska-Brzezińska prof. UWM** (theme editor)

PUBLISHER
HIGHER SCHOOL OF AGRIBUSINESS IN LOMZA
18-402 Łomża, ul. Studencka 19, tel./fax. +48 86 216 94 97
www.wsa.edu.pl



Punkty Informacji Europejskiej w Ostrołęce
Europe Direct



Publikacja wydana ze wsparciem
finansowym
Komisji Europejskiej w ramach projektu
Europe Direct

© Copyright by
HIGHER SCHOOL OF AGRIBUSINESS IN LOMZA
Łomża, 2019
ISSN 2391 - 9167

SCIENTIFIC JOURNAL – nr 2/2019(33)

dr Magdalena Geraga

PBN ID: 1428186

ResearcherID: I-2735-2018

ORCID ID: 0000-0003-0851-7912

Spółeczna Akademia Nauk z siedzibą w Łodzi PBN ID: 2768

„ZATRUDNIĘ JAŚNIE WIELMOŻNEGO KIEROWCĘ”. OPOWIEŚĆ O POSZUKIWANIU PRACOWNIKA, CZYLI NARRATOLOGIA W PRAKTYCE

Wstęp

Według badań Eurostatu (stan na maj 2019) bez pracy pozostaje 3,8 proc. Polaków¹. GUS podaje, że 5,6 proc. (kwiecień 2019)² – skąd ta różnica? Tyle osób jest zarejestrowanych w PUP jako bezrobotnych, część z nich pracuje jednak „na czarno”³. Tak czy owak – wydaje się, że bezrobocie maleje, potencjalni pracownicy są wymagający, trzeba o nich coraz bardziej zabiegać, tworzyć konkurencyjne warunki pracy, a pokolenie najmłodsze, czyli Y i Z, zaskakiwać nietuzinkowymi pomysłami. Może zatem to z winy (potencjalnych) mało przedsiębiorczych i kreatywnych pracodawców aż 28% osób w wieku 25-34 lat nie ma zatrudnienia, a wśród pokolenia Z (18+), nie pracuje 13%? (stan: I kwartał 2017)⁴

Z pewnością z millenialsami (urodzeni po roku 1980) należy rozmawiać w sposób wystudiowany, na co zwracają uwagę specjaliści od HR: najmłodsze pokolenie ceni sobie konkrety, elastyczność, wolność, work-life balance (Fazlagić 2008), ale i kreatywność.

Pokolenie Y zaakceptowało pracę jako część swojego życia. W związku z tym, jego przedstawiciele poszukują sposobu, by włączyć ją w codzienność tak, jak każdą inną czynność, która ma znaczenie priorytetowe. To jednak oznacza, że praca w życiu millenialsa musi sobie na miano priorytetu „zasłużyć”. Czyli – być sensownym i wartościowym zajęciem, które tak jak inne, będzie można sensownie zaplanować i pogodzić z pozostałymi, równie ważnymi aspektami

¹ <https://businessinsider.com.pl/finanse/makroekonomia/bezrobocie-w-polsce-i-ue-w-maju-2019-dane-eurostatu/2x0spt0> (dostęp 21.07.2019)

² <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/bezrobotni-zarejestrowani-i-stop-a-bezrobocia-stand-w-koncu-kwietnia-2019-r-,2,81.html> (dostęp 21.07.2019)

³ <http://forsal.pl/artykuly/1113125,ambitni-wykształceni-i-upokorzeni-rynek-pracownika-w-polsce-to-mit.html> (dostęp 21.07.2019)

⁴ Jw.

życia – przyjaciółmi, wizytą w ulubionej kawiarni czy najciekawszymi zajęciami⁵.

Aby ich zainteresować, należy z nimi rozmawiać krótko i konkretnie – przekaz powinien przypominać komunikat SMS; długie maile i ogłoszenia są czytane pobieżnie, a zatem niezbyt dokładnie. Millenialsi chętnie sięgają do ikonografiki, czyli w ogłoszeniu należy umieścić zdjęcie bądź uczynić z tekstu swoisty przekaz wizualny, np. poprzez nietypową formę. Pracodawcy powinni też pamiętać, aby nie ignorować odpowiedzi na maile. Łatwo bowiem zrazić millenialsa brakiem regularnej komunikacji zwrotnej. Ponad połowa osób poniżej 24 roku życia, według serwisu rekrutacyjnego GoldenLine, uważa, że w ogłoszeniu o pracę nie powinno zabraknąć informacji o dniach i godzinach pracy, lokalizacji firmy oraz wysokości wynagrodzenia. Dla 54 % badanych millenialsów istotne są dni i godziny pracy, ważna jest zatem informacja o możliwości pracy zdalnej czy elastycznych godzinach pracy. Wysokość wynagrodzenia jest zdecydowanie istotna dla 52 % badanych, a lokalizacja firmy dla 50 %. Tylko 21 % wskazało wartości i standardy, którymi kieruje się firma, za istotne w samej ofercie pracy. 19 % młodych pracowników zwraca uwagę na benefitu pozapłacowe (w przypadku pokolenia X odsetek ten wynosi 26 %) ⁶.

Ale i starsze pokolenia, obecne na rynku pracy – czyli baby boomers (1946-1964) oraz X (1965-1979) – są coraz bardziej wymagające. Co prawda jawią się jako mniej niecierpliwe od millenialsów, ale i ich trzeba zaskakiwać różnorodnością. Również w zakresie ogłoszeń o pracę. Istotne są też dla nich informacje dotyczące stabilizacji (umowa o pracę w siedzibie firmy), wynagrodzenia, benefitów (karnety sportowe, telefon służbowy, komputer), prestiżu – tu należałoby wspomnieć o pozycji firmy, jej strategii, licznych oddziałach...

Narratologia w praktyce, czyli opowieść o rekrutacji

Celem artykułu jest przedstawienie i przeanalizowanie kilku nietypowych, charakterystycznych ogłoszeń o pracę, które święcą triumfy na niwie internetowej jako tzw. newsy wirusowe (Tkaczyk 2017, s. 26). Wszystkie noszą rys narratologii, czyli wpisują się w dział nauki poświęcony badaniom nad opowiadaniem fabuły, snuciem historii (Tkaczyk 2017); rys nie zawsze nb. uświadomiony. Nie zawsze też skuteczny. W jednym przypadku dowiemy się, co kierowało pracodawcą, decydującym się na niekonwencjonalne metody rekrutacyjne, w innych – będziemy skazani na domysły, wzbogacone jednak interpretacją opartą na metodologii pisania ogłoszeń. Stan wiedzy na temat

⁵ <https://hrstandard.pl/2014/08/13/millenials-instrukcja-obslugi/> (dostęp 21.07.2019)

⁶ <http://media.goldenline.pl/pr/351185/jak-stworzyc-ogloszenie-o-prace-ktore-przykuje-uwage-pokolenia-y> (dostęp 21.07.2019)

ogłoszeń o pracę jest bowiem bogaty, choć – z uwagi na coraz bardziej wirtualną materię – najczęściej przybiera formę poradników zamieszczanych w sieci.

„Zatrudnię jaśnie wielmożnego kierowcę”

25 grudnia 2017 roku na popularnej stronie olx.pl⁷ pojawiło się ogłoszenie, które w ciągu dwóch tygodni zanotowało 22 tys. odsłon. Poszukiwany był Jaśnie Wielmożny Pan Kierowca z kat. B na busa-plandekę. Przydługie ogłoszenie zawierało sporo wytycznych, ale i obietnicę work-life balance... Zrekrutowany pracownik będzie miał zatem dużo wolnego: począwszy od św. Szczepana – Pierwszego Męczennika, poprzez Zesłanie Ducha Świętego, a na uroczystości Niepokalanego Poczęcia Najświętszej Maryi Panny skończywszy. Pracodawca pozwala palić, ale tak, żeby „nie zasmrodzić wnętrza pięknego i pachnącego auta”. Wiek preferowany: 21-54. Ani millenials, który skończył gimnazjum (i nic, według nadawcy ogłoszenia, nie umie), ani osoby 55+, nie mieli tu czego szukać. Ci ostatni byli odsyłani do domu, ciepłych kapci i wieczornego słuchania pewnej toruńskiej stacji o konotacjach religijnych. Ewentualnie bawienia wnuków. Wyjątkiem są osoby poczęte w ciężarówce.

Nie zatrudnia się też: „cwaniaczków, łobuzów, pajaców, kombinatorów, leniuchów, niedołęgów i nieudaczników” oraz „schizmatyków, ewangelików, heretyków i ciapatych”. Za to na początek kierowca (Jaśnie Wielmożny Pan Kierowca) nie otrzyma żadnej umowy, ale „czystą kasę do ręki”, czyli będzie zatrudniony nielegalnie. Pracodawca chętnie pomoże ukryć zarobki (ogłasza to w sieci!), zatem preferowani są ci, którzy to doceniają, np. małorolni na KRUS bądź kawalerowie z komornikiem „na karku”. Oraz Ukraińcy. Po okresie próbnym pracodawca rozważy umowę, po warunkiem jednak, że pracownik okaże się uczciwy, solidny, pracowity (jak Bóg, który pracował przez 6 dni, a siódmego po południu, wedle interpretacji nadawcy ogłoszenia, pracował) i czysty. „Jaśnie Wielmożny Panie kandydacie: proszę dobrze PRZECZYTAĆ ogłoszenie i dobrze zastanowić się, zanim zadzwonisz. I nie stawiać wygórowanych żądań i pamiętać, że MIESZKAMY i ŻYJEMY w POLSCE, a nie jeszcze w Europie” – czytamy (pisownia oryginalna). Preferowany kontakt: telefoniczny (pn-sb, g. 9-16). Na maile nie będzie odpowiedzi.

Tak jak już wspomniałam, ogłoszenie to zaczęło żyć własnym życiem tuż po jego opublikowaniu. Stało się „opowieścią wirusową, przekazywaną za darmo” (Tkaczyk 2017, s. 26).

⁷ www.olx.pl (dostęp 26.07.2018)

Dam pracę: Kierowca busa

Włocławek, Kujawsko-pomorskie | Dodane o 17:15, 25 grudnia 2017, ID ogłoszenia: 398492793

Pełny etat • Typ umowy: Inny • Wymagane: prawo jazdy kat. B

Это вакансия открыта и для украинских граждан. Пожалуйста, подавайте ваше резюме.

Zatrudnię: Jaśnie Wielmożnego Pana KIEROWCĘ z kat. B na busa-plandekę o DMC 3,5 t. WYŁĄCZNIE z: WŁOCŁAWKA i okolic (BRZEŚĆ KUJ., LUBRANIEC, KOWAL, LUBANIE, KRUSZYN, OSIECINY, RADZIEJÓW, IZBICA KU.)

Praca Tylko i Wyłącznie po Polsce. Wszystkie soboty i niedziele wolne. Dodatkowo wszystkie święta państwowe i święta kościelne nakazane jak i te nie nakazane także wolne. Począwszy od: „Św. Szczepana- Pierwszego Męczennika”, poprzez: „Zesłanie Ducha Świętego”, a na: „Uroczystości Niepokalanego Poczęcia Najświętszej Maryi Panny” skończywszy. Palisz papierosy - to nie grzech, i może też nie wstyd, ale niezdrowo dla Ciebie i mojego auta. Pal tak, aby nie zasmrodzić wnętrza MOJEGO PIĘKNEGO i PACHNĄCEGO AUTA.

Żadnych "brzuchatych dziadków" powyżej 55 lat i „małolatów” poniżej 20 lat. Masz skończone 55 lat - NIE DZWOŃ, tylko bujaj się w ciepłych kapciach na fotelu, i wieczorami słuchaj Apelu Jasnogórskiego w Radio Maryja i ewentualnie baw wnuki.

Bo zwyczajnie, choć to smutna i przykra prawda jest - jesteś za stary i nie dasz rady. Będziesz tylko się „sapał” i nie zarobisz na swoją pensję i ratę kredytu za mojego busa. Nie masz ukończone 20 lat - NIE DZWOŃ - bo ledwo co ukończyłeś gimnazjum (gdzie niczego dobrego nie uczą) i nie masz doświadczenia, a ja, moje zdrowie i finanse nie mogą sobie pozwolić abyś tłukł i łamał moje auto.

No chyba, że jesteś WYJĄTKIEM i zostałeś poczęty w ciężarówce, to na pewno znasz się na szoferce i masz to we krwi - To zapraszam, a na pewno się dogadamy. Nie bałeś się i woziłeś busami: lokomotywy wąskotorowe, silniki rakietowe, wózki widłowe, czy inne pojazdy gasienicowe o wadze ponad 3,0 tony - ZAPRASZAM, a na pewno zostaniesz przeze mnie ciepło przyjęty. "Robisz w buty" na widok ITD - NIE DZWOŃ i nie zabieraj mi czasu. Żadnych: cwaniaczków, łobuzów, pajaców, kombinatorów, leniuchów, niedołęgów i nieudaczników. A także żadnych: schizmatyków, ewangelików, heretyków i ciapatych. A wszystkich takich potrafię wyczuć już na etapie rozmowy telefonicznej.

Żadnych na początek: UMÓW, Diet, Nadgodzin czy Ryczałtów za noclegi itp. - tylko: CZYSTA KASA DO RĘKI.

Mile widziane osoby "po przejściach" lub na tzw. "zakręcie życiowym", z załatwionymi rentami, małorolni rolnicy na KRUSIE, starzy kawalerowie czy rozwodnicy na utrzymaniu matki, bezrobotni chcący zachować zasiłek, oraz osoby chcące ukryć swoje dochody, mający np. komorników na karku.

Szanowni: Jaśnie Wielmożny Panie kandydacie: proszę dobrze PRZECZYTAĆ ogłoszenie i dobrze zastanowić się, zanim zadzwonisz. I nie stawiać wygórowanych żądań i pamiętać, że MIESZKAMY i ŻYJEMY w POLSCE, a nie jeszcze w Europie.

Jestem w stanie naprawdę godnie i uczciwie zapłacić, ale tylko dla tych co udowodnią i pokażą po okresie próbnym, że są: Uczciwi, Pracowici, Solidni i Czysti.

Pracowitość, uczciwość i solidność to cechy które kształtują i stanowią o wartości człowieka.

Pan Bóg stwarzając Świat - jak mówi Pismo: 6 dni w tygodniu ciężko pracował, a dopiero 7 dnia odpoczął sobie, a i to zapewne dopiero po południu. Proszę JŚW Panowie kandydaci wziąć tę prawdę sobie do serca.

Zainteresowanych i SPEŁNIAJĄCYCH w/w wymagania Serdecznie Zapraszam. Mile widziane osoby narodowości ukraińskiej. Nie czytam i nie odpowiadam na e-maile - BO ZWYCZAJNIE NIE MAM NA TO CZASU. Kontakt jedynie telefoniczny. Proszę dzwonić jedynie w dni robocze tzn. od poniedziałku do soboty, od godz. 9.00 do godz. 16.00.

<https://trans.info/pl/nietypowa-oferta-pracy-dla-kierowcy-czyli-o-braku-kierowcow-polsce-78928> (dostęp 21.07.2019)

Nadawca – czy świadomie? – wykorzystał mechanizmy „narratologii”, opisanej przez Pawła Tkaczyka (Tkaczyk 2017). Ukonstytuował zatem cel. A nawet cele. Ambicją pracodawcy – mędrca (istotny element narratologii) – jest zatrudnienie idealnego kandydata, celem tegoż jest natomiast otrzymanie (wymarzonej) posady, czyli metaforycznego skarbu (Tkaczyk 2017, s. 76). Przed bohaterem piętrzą się trudności (Tkaczyk 2017, s. 36), a sam proces, pełen niezwykłych prób, jest poddany dramatyzacji (Tkaczyk 2017, s. 40, 75) – to, czy ktoś jest „za młody” bądź „za stary”, jest dość dokładnie określone, ale jak zweryfikować, czy

„szoferkę ma się we krwi” (choć pojawia się podpowiedź: poczęcie w ciężarówce) bądź czy okres próbny, podczas którego oferowane jest li i jedynie zatrudnienie nieoskładkowane, nie będzie docelowym? W dobrze skonstruowanej i przemyślanej narratologii storyteller (gawędziarz) buduje więź z człowiekiem, sprawiając, że odbiorca opowieści jest w niej zanurzony i zaangażowany weń emocjonalnie (Tkaczyk 2017, s. 47, 132); w tym przypadku ogłoszenie niektórym przypadło do gustu:

A poczucie humoru? Na całkiem dobrym poziomie pod warunkiem, że bez napinki – pisze Lech⁸

Potrzebny dobry fachowiec kierowca. Z naciskiem na „dobry”.

Kazdy, kro kiedykolwiek zatrudniał pracowników, rozumie tego pana i łączy się z nim w bólu⁹ – dodaje czytelnik o nicku „Tez pracodawca”.

Gratuluje autorowi ogłoszenia: „Prawdziwy majstersztyk” w ironiczny sposób pokazujący tok myślenia przeciętnego przedsiębiorcy-prywaciarza i sytuację na polskim rynku pracy. Dziwię się ludziom, że uznali to ogłoszenie jako autentyczne. *%#)!& i naiwny naród wszystko „kupi” – komentuje „Czytaj między wiersz” - Autor uzyskał swój cel. Zrobił zamieszanie wokół swojego „dziela”, ogłoszenie ma wiele odsłon w internecie i wzbudza silne emocje wśród czytających. BRAWO AUTOR!!! LUDZIE POMYŚLCIE TROCHĘ!!!¹⁰.

Komentator dostrzega w ogłoszeniu tak ironię, bunt (Tkaczyk 2017, s. 91) jak i kontrolowane błazeństwo (Tkaczyk 2017, s. 104) – kolejne elementy narratologii. Większość jednak łączy się we wspólnocie oburzenia:

Gościu niech swojego syna posadzi do szoferki jak tak mądrego jak on posiada” – dziadek 55lat.

Brak słów na pana cwaniaka. Zero poszanowania dla pracy, osoby, człowieka. Burak zza biurka bujający się fura myśli że cały czas będzie traktował kierowcę jak pionka czy część wymienna w swojej firmie. Brak mu i kultury i poszanowania. Widocznie cienko płacił bo przecież wakacje czy fura ważniejsza. „Pan” super pracodawca których wielu takich my” – 77¹¹.

Najbardziej irytuje odbiorców protekcyjny ton, który jest odbierany jako dosłowny, kolejny minus to propozycja pracy „na czarno”, niektórych razi dyskryminacja ze względu na wiek, tylko nielicznych – niepoprawność polityczna. Ci ostatni przewidują, że mają do czynienia z zagorzałym katolikiem

⁸ Wszystkie cytaty z zachowaną pisownią oryginalną.

⁹ <https://trans.info/pl/nietykowa-oferta-pracy-dla-kierowcy-czyli-o-braku-kierowcow-polsce-78928> (dostęp 21.07.2019)

¹⁰ <https://trans.info/pl/nietykowa-oferta-pracy-dla-kierowcy-czyli-o-braku-kierowcow-polsce-78928> (dostęp 21.07.2019)

¹¹ <https://wiadomosci.wp.pl/takiego-ogloszenia-o-prace-jeszcze-nie-bylo-zatrudnie-jasnie-wielmoznego-kierowce-6210794261022337a> (dostęp 6.07.2018)

(nazywając tę religię dość dosadnie). Są i tacy w końcu, którzy postanawiają przejść od słów do czynów:

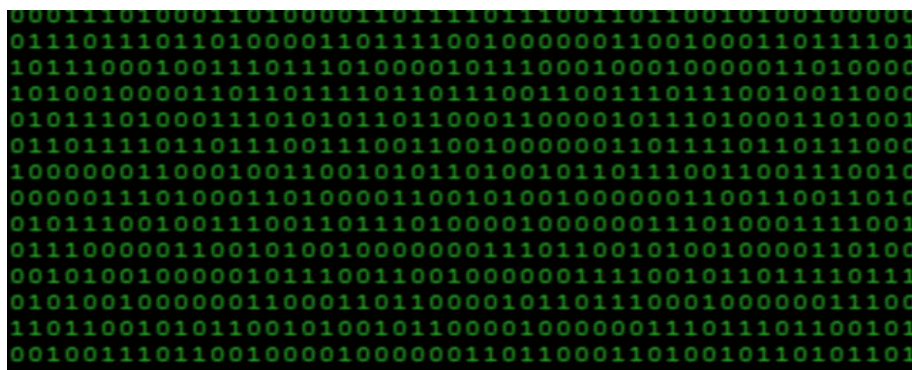
Miło mi poinformować Wielmożnego Pracodawcę, że po niedzieli OSOBIŚCIE zajmę się Panem z ramienia Urzędu Skarbowego. Zapomniało się, że US ma wgląd do wszelkich inf. nawet w portalach społecznościowych, ogłoszeniach itp.? Dobiorę się do Ciebie dupku! – Jakub¹².

Co na to sam zainteresowany? Podczas rozmowy z dziennikarzem DD Włocławek tłumaczy, że ogłoszenie jest pokłosiem desperacji.

– Mogę dobrze zapłacić, ale chcę żeby pracownik nie robił mi szkód, żebym nie miał przez niego strat finansowych. Każę człowiekowi jechać do Chełmna, a on mi jedzie do Chełma. Ja mogę napisać referat na ten temat! - Ktoś w ciągu roku narobi z pięć szkód, potem pójdzie w piz... u, a ja zamiast płacić tysiąc złotych za ubezpieczenie OC, płacę cztery¹³.

Kilka dni po opublikowaniu ogłoszenia zgłosił się kandydat do pracy.

00111100



Źródło: <https://finanse.wp.pl/w-rekrutacji-wszystkie-chwyty-dozwolone-6114320531326593a> (dostęp 21.07.2019)

To, co widzimy, to nic innego jak fragment ogłoszenia o pracę dedykowany programistom. Po złamaniu kodu ukazywał się tekst: „There are only 10 types of people - those who understand binary and those who don't. Congratulations on

¹² <http://www.wykop.pl/ramka/4115365/zatrudnie-jasnie-wielmoznego-nietypowe-ogloszenie-o-prace/> (dostęp 26.07.2018)

¹³ <http://www.wykop.pl/ramka/4115365/zatrudnie-jasnie-wielmoznego-nietypowe-ogloszenie-o-prace/> (dostęp 26.07.2018)

being the first type ;) As you can see, we'd like our candidate to have some general knowledge about computers, speak English and know PHP, so..”

Ogłoszenie, nieczytelne dla nieprogramisty, wzbudziło zainteresowanie internautów, odwołując się do dwóch z sześciu podstawowych emocji, wykorzystywanych w narratologii – 1. zaskoczenie i finalnie – 2. przyjemność (Tkaczyk 2017, s. 20)¹⁴. Ponadto kreowany jest wyruszający w intelektualną podróż bohater-odbiorca, przed którym piętrzą się trudności – i w kontekście odczytania anonsu, i na późniejszym etapie – selekcji kandydatów (Tkaczyk 2017, 36, 81).

Edyta Krzyżanowska, z firmy Partner Biznesowy HR, tak komentuje zjawisko nietypowych ogłoszeń o pracę (także tych opartych na narratologii):

Procesy rekrutacyjne, w tym ogłoszenia o pracę, budują wizerunek danej firmy w oczach kandydatów. Nietypowe, wyróżniające się ogłoszenia o pracę mają z reguły trzy cele. Po pierwsze: zainteresowanie, przykucie uwagi, wyróżnienie spośród setek innych ofert pracy i tym samym zachętę do aplikowania właśnie do danej firmy. Po drugie: zbudowanie wizerunku organizacji nowoczesnej, łamiącej standardy, w której pracują osoby kreatywne, niemyślące schematycznie i szukającej osób o podobnym potencjale i po trzecie, przede wszystkim, trafienie do odpowiedniej grupy targetowej, czyli tych kandydatów, którzy dzięki swoim umiejętnościom i wiedzy rozumieją o jaki wakat chodzi. Przykład to często spotykane ogłoszenia o pracę w języku obcym w przypadku stanowisk wymagających płynnej jego znajomości. Również oferty napisane hasłowo, bez postawionych jasno wymagań co do kandydatów np.: „szukamy najlepszych”, „dołącz do zespołu napędzanego wynikami” – w przypadku stanowisk sprzedażowych. Ogłoszenia zbudowane w niestandardowy sposób wspomagają rekrutujących w selekcji aplikacji, bo zmniejszają odsetek cv wysłanych automatycznie, tzw. spamu rekrutacyjnego.¹⁵

Konstrukcja tego typu ogłoszeń o pracę wpisuje się w narratologiczny model

AIDA, czyli:

Attention – skierowanie uwagi odbiorcy na ogłoszenie, np. poprzez użycie odpowiedniej grafiki, która swoim stylem i oryginalnością przyciąga kandydata.

Interest – wzbudzenie zainteresowania odbiorcy oferowanym stanowiskiem. W tym przypadku deszyfracja ogłoszenia jest swoistą nagrodą, kierującą kandydatów do uczestnictwa w procesie rekrutacji.

Desire – przekonanie kandydata, że firma oraz stanowisko zapewni satysfakcję i spełni oczekiwania. Po przejściu przez etap „zagadki” kandydaci czują się z pewnością docenionymi wybranymi.

¹⁴ Pozostałe cztery to: gniew, strach, obrzydzenie i smutek, Tkaczyk 2017, s. 20.

¹⁵ <https://finanse.wp.pl/w-rekrutacji-wszystkie-chwyty-dozwolone-6114320531326593a> (dostęp 21.07.2019)

Action – informacje o sposobie aplikowania np. za pośrednictwem poczty e-mail, czy adresu i czasu składania aplikacji¹⁶.

Praca dla miłośników psów

Nietypowe ogłoszenie o pracę pojawiło się na stronie internetowej Rybnika¹⁷. Otóż zapracowani opiekunowie dobermana poszukują (godnego) zastępstwa za swojego drugiego psa, Maksa, także dobermana, który odszedł był, wcześniej wpadając pod samochód, pozostawiając swego towarzysza zabaw „w psychicznym dołku”. Dołek ów, a może i depresja, jawi się pod postacią niejedzenia kości, niechęcią do zabawy oraz brakiem agresji wobec kota sąsiadów. Praca, do której zachęcają opiekunowie Spajka, polegać będzie na wcielaniu się w rolę dobermana – w tym celu zapobiegliwi opiekunowie zakupili odpowiedni strój ze skóry ekologicznej – na początek przez 5h dziennie, proponują 30 zł za godzinę, umowa zlecenie. Poszukiwane osoby z pasją i talentami aktorskimi, które potrafią szczekać, biegać (na czworakach) i obwąchiwać krzaki. Pracodawcy proszą o CV ze zdjęciem, a w celu zachęcenia potencjalnych aktorów, sami zamieszczają fotografię dobermana (nie wiadomo, czy Spajka, czy też jego towarzysza, przebywającego w „krajnie wiecznych łowów”.

Praca dla miłośnika psów, od zaraz

Poszukujemy wspólnie z miłym osobą, która pomoże naszemu kochanemu czworonogowi uciec z psychicznego dołka. Właściwie Spajka i jest nieposłusznym dobermanem. Śladami przeszł ogromną traumę, ponieważ jego adorowany towarzysza zabawił. Miał, nasz drugi doberman- wpadł pod samochód i zginął. Spajka strasznie to przeżywa. Kiedy przestaliśmy mu smaczki, jego ulubiony pumny kurczak leży w kąpieli, nie chce mu się też gonić kota sąsiadów. W normalnej sytuacji kupilibyśmy Spajkowi nowego kompana, ale obawiamy się, że miłym osobą jest bardzo zapracowany, a co za tym idzie - nie mamy wystarczająco dużo czasu, aby odpowiednio wychować, szczeniaka. Jedynak nie straconego - mógłby być wspólnie z miłym osobą na poranne, żeby trochę oszukać naszego kochanego pupila i zatrudnić do Spajka "osobę do towarzyszenia". Praca ta będzie polegać na przebraniu się za dobermana (zamiastem u kupiemy specjalny kombinezon dobermana ze skóry ekologicznej) i udawaniu Maksa, który odszedł do krainy wiecznych łowów. Na początek praca w wymiarze pięciu godzin dziennie, na umowę zlecenie. Stawka godzinowa: 30 zł. Szczegółnie poszukiwane osoby, które mają predyspozycje aktorskie, tzn. potrafią szczekać, biegać na czworakach, obwąchiwać krzaki, gromadzić emocjonalne zachowanie psa. CV wraz ze zdjęciem proszę przesyłać na adres mailowy: [adres e-mail]

Zdjęcia



<http://www.rybnik.com.pl/ogloszenia,praca-dla-milosnika-psow-od-zaraz,ogl7-16-1-116687.html> (dostęp 26.07.2018)

Reakcje? Gniew, zaskoczenie, może nawet obrzydzenie, a zatem kolejne trzy, charakterystyczne dla narratologii...

¹⁶ <https://zielonalinia.gov.pl/-/zasady-konstrukcji-ogloszenia-o-prace-poradnik-dla-pracodawcy-40958> (dostęp 21.07.2019)

¹⁷ <http://www.rybnik.com.pl/ogloszenia,praca-dla-milosnika-psow-od-zaraz,ogl7-16-1-116687.html> (dostęp 26.07.2018)

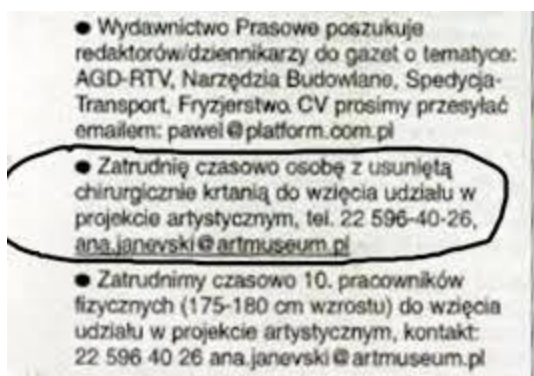
A i tak dostanie pracę, ktoś kto ma 10letnie doświadczenie, biegle włada angielskim i niemieckim oraz zna się na obsłudze office – pisze Bojowniczką;

nie dopisali że musi mieć ważne szczepienia przeciw wścieklźnie, parwowirowie i umiejętności machania ogonem” – dodaje zajebioza¹⁸.

Autorzy ogłoszenia (czy świadomie?) wykorzystują kolejny narratologiczny koncept wykorzystania stereotypu i jego trzech komponentów: poznawczego (klasyfikowanie zdarzeń), emocjonalnego (podjęcie decyzji, jak odnieść się do ogłoszenia) i behawioralnego (przewidywanie zachowań – w tym przypadku zdumienia i żywej reakcji) (Tkaczyk 2017, s. 22). Oraz archetypu narratora-błazna, którego rolą jest „odśmiecianie widowni” (Tkaczyk 2017, s. 104). Ten sam schemat został wykorzystany, niekoniecznie świadomie, w kolejnym anonsie.

Poszukiwane osoby bez krtani oraz rzeźnicy na gwałt

Dobrze skonstruowane ogłoszenie powinno zawierać informacje o firmie – krótki opis zakresu działalności firmy oraz branży, w której się specjalizuje. Następny element to dane dotyczące stanowiska – mile widziany jest opis zwięzły, niezawierający wielu skomplikowanych zwrotów – oraz zakres obowiązków. Określić należy także wymagania, czyli wskazać niezbędne umiejętności i kwalifikacje, a następnie informacje dotyczące wynagrodzenia oraz dodatkowe, często niematerialne korzyści płynące ze współpracy (inwestycja w pracownika). Finalnie należy poprosić o przesłanie dokumentów, oprócz CV np. portfolio bądź referencji, i koniecznie podać dane kontaktowe – adres e-mail, stronę www, numer telefonu. Ogłoszenie powinno być nie tylko interesujące, ale i – a może i przede wszystkim – poprawne językowo (Kuziak, Rzepczyński 2008, ss. 96-98).



kariera.dlastudenta.pl (dostęp 26.07.2018)

¹⁸ <http://www.rybnik.com.pl/ogloszenia,praca-dla-milosnika-psow-od-zaraz,ogl7-16-1-116687.html> (dostęp 26.07.2018)

Ogłoszenie „Zatrudnię osobę z usuniętą chirurgicznie krtanią do wzięcia udziału w projekcie artystycznym” już zawładnęło siecią, pomimo iż jest ogłoszeniem prasowym. I oczywiście nie chodzi tu o to, że nie został nakreślony szczegółowy zakres obowiązków, a o narratologiczne łamanie tabu i stereotypów. Poza oczywistymi brakami (np. informacji o firmie, przedsięwzięciu, a także zarobkach) jest to anons przybierający formę niechcianego żartu. Podobnie jak ten:



youtube.pl (dostęp 26.07.2018)

„Zatrudnię rzeźnika na gwałt” to kolejny przykład lapsusu językowego, który stał się szeroko komentowanym w Internecie hasłem, tuż obok łaknącego żywych ludzi „Big Star”. W kontekście narratologicznym jest to opowieść o miejscu, gdyż sama wskazówka, iż aplikujemy do „Big Star”, jest zaproszeniem do nowego, lepszego świata (Tkaczyk 2017, s. 31). Nb. poza oczywistą niechlujnością semantyczną, nie dostrzeżemy w ogłoszeniach żadnej informacji o zarobkach, benefitach etc. Jedyne umiejętności i kwalifikacje, to predyspozycje (w obu przypadkach), gotowość do podjęcia natychmiastowej pracy (rzeźnik) oraz witalność (sprzedawca). Mimo to – czy tego chcemy, czy nie – jesteśmy złowieni w sieć obrazów, czyli kolejny aspekt narratologii (Tkaczyk 2017, 53).



wroclaw.wyborcza.pl
(dostęp 26.07.2018)

Opis pracy nietuzinkowej i takiegoż ogłoszenia znajdziemy na stronie: andriskos.pl¹⁹. Poszukiwany jest „smakosz”, najlepiej płci męskiej (?), do lokalu gastronomicznego „typu fastfood”. Praca polegać ma na „wydawaniu smakowitych dźwięków podczas konsumpcji jedzenia, za które nb. płaci pracodawca. Płatne za sztukę (stawka nie jest podana). Są natomiast ujawnione niektóre dane kontaktowe pracodawcy (nr telefonu oraz adres mailowy). Referencje zbędne. Podobnie doświadczenie i szczególne umiejętności. Tak jak w przypadku:



paczaizm.pl (dostęp 26.07.2018)

Wedle badań „Candidate Experience” przeprowadzonego przez eRecruiter i Koalicję na Rzecz Przyjaznej Rekrutacji, wynika, że aż 47 % badanych ignoruje ogłoszenia, które lakonicznie przedstawiają to, co firma proponuje kandydatom²⁰. Może zatem nie warto unikać szczegółowych typu opisów?

Poprzez www.goumtree.pl pilnie poszukiwany jest pracownik – w wymiarze połowy etatu – do pracy w zakładzie pogrzebowym (narratologiczne burzenie schematów). Po okresie próbnym – proponowany jest cały etat. Praca polegać ma na leżeniu w trumnie i reklamowaniu w ten sposób usług firmy. Pracodawca życzy sobie „SV” (czyli CV) ze zdjęciem. Wiek nieistotny²¹. Komentarz zbędny.

Oryginalne, ale nie groteskowe

Ogłoszenie o pracę to niezwykle istotny element procesu rekrutacji. Dobrze przemyślany, przyciągnie uwagę i zachęci potencjalnych kandydatów. To, jak firma skonstruuje jego treść, wpłynie na reakcję odbiorców. Dzięki odpowiedniemu doborowi słów można zbudować wizerunek firmy przyjaznej i otwartej, nastawionej na klientów tak zewnętrznych, jak i wewnętrznych.

¹⁹ andriskos.pl (dostęp 26.07.2018)

²⁰ <https://www.kariera.pl/artykuly/jakie-ogloszenie-o-prace-takie-zgloszenie-kandydatow/> (dostęp 21.07.2019)

²¹ finanse.wp.pl (dostęp 21.07.2019)

Pokolenie millenialsów, najbardziej aktywne na rynku pracy, w naturalny sposób koegzystuje ze światem wirtualnym (Gadomska-Lila 2015, s. 29), wpadając niekiedy w stan immersji.

Zjawisko immersji można zdefiniować jako silnie wyobrażoną identyfikację lub więź emocjonalną z fikcyjnym środowiskiem, często opisywaną w kategoriach „eskapizmu” lub poczucia „bycia tam” (Jenkins 2007, s. 255).

O uwikłaniu w immersję świadczą trzy czynniki: brak świadomości czasu, utracony kontakt ze światem realnym oraz zaangażowanie w środowiskową (wirtualną) działalność. Immersja oddziałuje na głębsze warstwy człowieka, można powiedzieć, że zawęża myślenie o rzeczywistości – wejście w proces immersji jest raczej oddaleniem się od rzeczywistości, początkiem zapomnienia, czym jest rzeczywistość, immersja dzieli światy, ale i zamyka przed rzeczywistością. W pewnym sensie immersja to również zapadanie podmiotu, zanikanie w rzeczywistości i powstawanie jej w środowisku elektronicznym (Ostrowicki 2006, s. 28)²². Wiedzę tę należy wykorzystać:

Fan Page Praca.pl na Facebooku ma już ponad 55.000 fanów. Niektóre ogłoszenia naszych klientów publikujemy również w tym serwisie. Dzięki temu docieramy także do tych osób, które nie odwiedzają naszego portalu regularnie i nie są zapisane na subskrypcję ofert pracy.”- opisuje Marek Karczewski, senior key account manager w Praca.pl. Media społecznościowe to nie tylko ogłoszenia na Facebooku. To również aplikacje rekrutacyjne, gamevertising – czyli wykorzystanie gier do rekrutacji czy mikrobłogi (Twitter lub Blip). Każde z tych narzędzi jest sposobem na wyróżnienie oferty pracy firmy i dotarcia z kampanią rekrutacyjną do kandydatów. A możliwości mediów społecznościowych stale rosną.²³

Niektóre firmy decydują się na kampanie wykraczające poza tradycyjne (oraz wirtualne) nośniki ogłoszeń rekrutacyjnych.

Najwięcej przykładów takich kampanii mamy jak na razie z zagranicy, choć i w Polsce pojawia się już wykorzystanie kodów QR w rekrutacji, ogłoszenia w formie telewizyjnych spotów czy virale na Youtube – jak chociażby ostatnia rekrutacja na stanowisko dyrektora marketingu CD Projekt Red. Uważam, że z czasem i u nas takich kampanii pojawi się więcej, gdyż poza możliwością szerszego dotarcia do kandydatów niż w przypadku zwykłego ogłoszenia, kampania pozwala też budować znajomość marki oraz pozycjonuje pracodawcę jako firmę innowacyjną.” – podkreśla Michał Filipkiewicz. Szeroki zasięg ambientowych kampanii rekrutacyjnych ma też znaczenie w kontekście pozyskiwania pracowników pasywnie szukających pracy. Kod

²² Etnografia postuluje nieoddzielanie świata wirtualnego od „offline”, przyjmując, że wspólnie stanowią one – życie., zob. A. C. Garcia (et.al.), *Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication*, „Journal of Contemporary Ethnography” 38 (1), Arkansas 2009, ss. 53-54.

²³ https://www.praca.pl/centrum-prasowe/komunikaty-prasowe/5-sposobow-na-wyroznienie-oferty-pracy_cp-675.html (dostęp 21.07.2019)

QR nadrukowany sosem pomidorowym na pizzy – tak jak zrobiła to ostatnio agencja Scholz & Friends z Hamburga – przekierowuje ruch na ogłoszenie o pracę w serwisie rekrutacyjnym. Kandydat nie znalazłby tego ogłoszenia, gdyby nie zainteresował się tym, co kryje się pod kodem QR umieszczonym w tak nietypowym miejscu²⁴.

Zakończenie

Interesujące i dowcipne przedstawienie firmy, nietuzinkowy filmik rekrutacyjny, treść ogłoszenia, wywołująca uśmiech, a także – bohaterka mojego artykułu – narratologia – jawi się niekiedy jako klucz do sukcesu. Bawić i frapować może zarówno tytuł ogłoszenia, jego treść, opracowanie graficzne i – co za tym idzie – przyciągać potencjalnych kandydatów do pracy. Każdego pokolenia. Ważny jest jednak nie tylko concept, ale i spójność wykreowanego wizerunku stanowiska z tym, czego firma oczekuje od kandydatów. O ile programista, łamiący kod, będzie prawdopodobnie zainteresowany współpracą, o tyle „żywy pracownik” czy „męszczyna z prawojazdem” zastanowią się pewnie, czy żart ma prowadzić do kolejnego etapu rekrutacji bądź selekcji, czy też ktoś dworuje sobie z potencjalnego pracownika. Słowem – czy jest to jego narratologiczna bajka (sic!).

A zatem „kreatywne i przemyślane ogłoszenie o pracę na gwałt potrzebne”.

Bibliografia:

1. Fazlagić J., *Charakterystyka pokolenia Y [Characteristics of the Y generation]*, „E-mentor” 3(25), Warszawa 2008.
2. Gadomska-Lila K., *Pokolenie Y wyzwaniem dla zarządzania zasobami ludzkimi [Generation Y a challenge for human resource management]*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 1, Warszawa 2015.
3. Garcia A. C. (et.al.), *Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication*, „Journal of Contemporary Ethnography” 38 (1), Arkansas 2009, ss. 53-54.
4. Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów [Convergence culture. The clash of old and new media]*, Warszawa 2007.
5. Kuziak M., Rzepczyński S., *Sztuka pisanie po polsku. Poradnik praktyczny [The art of writing in Polish. Practical guide]*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa-Bielsko-Biała 2008.
6. Ostrowicki M., *Wirtualne „realis”: estetyka w epoce elektroniki [Virtual "realis": aesthetics in the era of electronic]*, Universitas, Kraków 2006.
7. Stefaniak I. M., *Wirtualne światy a rynek pracy [Virtual worlds and the labor market]*, „Przegląd Nauk Stosowanych” 4, Opole 2012.
8. Tkaczyk P., *Narratologia [Narratology]*, PWN, Warszawa, Gliwice 2017.
9. andriskos.pl (dostęp 26.07.2018)
10. <https://businessinsider.com.pl/finanse/makroekonomia/bezrobocie-w-polsce-i-ue-w-maju-2019-dane-eurostatu/2x0spt0> (dostęp 21.07.2019)
11. <https://finanse.wp.pl/w-rekrutacji-wszystkie-chwyty-dozwolone-6114320531326593a> (dostęp 21.07.2019)

²⁴ https://www.praca.pl/centrum-prasowe/komunikaty-prasowe/5-sposobow-na-wyroznienie-oferty-pracy_cp-675.html (stan na 21.07.2019)

12. <http://forsal.pl/artykuly/1113125,ambitni-wyksztalceni-i-upokorzeni-rynek-pracownika-w-polsce-to-mit.html> (dostęp 21.07.2019)
13. <https://hrstandard.pl/2014/08/13/millennials-instrukcja-obslugi/> (dostęp 21.07.2019)
14. <https://www.kariera.pl/artykuly/jakie-ogloszenie-o-prace-takie-zgloszenie-kandydatow/> (dostęp 21.07.2019)
15. kariera.dlastudenta.pl (dostęp 26.07.2018)
16. <http://media.goldenline.pl/pr/351185/jak-stworzyc-ogloszenie-o-prace-ktore-przykuje-uwage-pokolenia-y> (dostęp 21.07.2019)
17. www.olx.pl (dostęp 26.07.2018)
18. paczaizm.pl (dostęp 26.07.2018)
19. https://www.praca.pl/centrum-prasowe/komunikaty-prasowe/5-sposobow-na-wyroznienie-oferty-pracy_cp-675.html (dostęp 21.07.2019)
20. <http://www.rybnik.com.pl/ogloszenia,praca-dla-milosnika-psow-od-zaraz,ogl7-16-1-116687.html> (dostęp 26.07.2018)
21. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/bezrobotni-zarejestrowani-i-stopa-bezrobocia-stan-w-koncu-kwietnia-2019-r-,2,81.html> (dostęp 21.07.2019)
22. <https://wiadomosci.wp.pl/takiego-ogloszenia-o-prace-jeszcze-nie-bylo-zatrudnie-jasnie-wielmoznego-kierowce-6210794261022337a> (dostęp 26.07.2018)
23. wroclaw.wyborcza.pl (dostęp 26.07.2018)
24. <http://www.wykop.pl/ramka/4115365/zatrudnie-jasnie-wielmoznego-nietypowe-ogloszenie-o-prace/> (dostęp 26.07.2018)
25. youtube.pl (dostęp 26.07.2018)
26. <https://zielonalinia.gov.pl/-/zasady-konstrukcji-ogloszenia-o-prace-poradnik-dla-pracodawcy-40958> (dostęp 21.07.2019)

"I WILL HIRE HIS MAJESTY'S DRIVER". A STORY ABOUT THE SEARCH FOR AN EMPLOYEE, I.E. NARRATOLOGY IN PRACTICE

Abstract:

Job advertisements are a very important element of the recruitment process. Among other things, it depends on them whether the company will appear as an attractive place for specialists. Atypical job advertisements, based on narratology, i.e. the art of telling stories, have three goals: interest, building a brand and finding suitable candidates. The article is an attempt to analyze several job advertisements in the context of narratology and to answer the question about their value.

Key-words: job advertisements, generation, storyteller, narratology, job

Streszczenie:

Ogłoszenia o pracę są bardzo ważnym elementem rekrutacji. To między innymi od nich zależy, czy firma będzie jawić się jako atrakcyjne miejsce dla specjalistów. Nietypowe ogłoszenia o pracę, oparte na narratologii, czyli sztuce opowiadania historii, mają trzy cele: zainteresowanie, budowanie marki i znalezienie odpowiednich kandydatów. Artykuł jest próbą analizy kilku ogłoszeń o pracę w kontekście narratologii i odpowiedzi na pytanie o ich wartość.

Słowa kluczowe: ogłoszenia o pracę, pokolenia, storyteller, narratologia, praca

JEL: M1, M3

Adres do korespondencji-Correspondence address
mgeraga@spoleczna.pl