

4. Макарова И. В. Неформальная коммуникация: социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2003. 21 с.
5. Сидорская И. В. Неформальная коммуникация в организации // Кадровая служба. Минск, 2008. № 9. С. 107–110.
6. Караяни А. Г. Слухи как средство информационно-психологического противодействия // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 6. С. 52.
7. Ольшанский Д. В. Классификация слухов // Пси-фактор. 2002. URL: <http://psyfactor.org/lib/rumours5.htm> (дата обращения: 23.05.2016).
8. Котолупова Ю. П. Неформальные коммуникации // Психологический портал. 2012. URL: <http://notlike.psycom.info/neformalnye-kommunikacii/> (дата обращения: 21.05.2016).
9. Ольшанский Д. В. Сплетни и слухи // Пси-фактор. 2002. URL: <http://psyfactor.org/lib/rumours8.htm> (дата обращения: 23.05.2016).

© Н. М. Бровчук

Ссылка для цитирования:

Бровчук Н. М. Роль и значение неформальной коммуникации как элемента внутренней среды организации // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия : научный журнал / Астраханский государственный архитектурно-строительный университет. Астрахань : ГАОУ АО ВО «АГАСУ», 2016. № 1 (4). С. 35–41.

УДК 316.334.2(476)

**ТРУДОВАЯ МОТИВАЦИЯ КАК КОМПОНЕНТА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ БЕЛОРУСОВ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Е. В. Таранова

Институт социологии НАН Беларуси (г. Минск)

Статья посвящена изучению трудовой мотивации белорусов. Выявлены факторы трудовой деятельности, специфика которых проанализирована для разных социально-демографических и социально-профессиональных групп, а также для групп с разной экономической активностью и материальным положением.

Ключевые слова: качество жизни, трудовая мотивация, факторы трудовой мотивации, трудовая деятельность.

**WORK MOTIVATION AS A COMPONENT OF LIFE QUALITY OF THE BELARUSIANS:
SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

Y. V. Taranova

Institute of Sociology of National Academy of Sciences (NAS) in Belarus (Minsk)

The paper surveys work motivation of the Belarusians. The author specifies the factors of work activity; the factors being analyzed for different social and demographic groups, for professional ones and for groups with different economic activity and financial position.

Key words: life quality, work motivation, factors of work motivation, work activity.

Экономическая система характеризуется социально-экономической эффективностью в том случае, если она обеспечивает удовлетворение многообразных потребностей людей: материальных, социальных, духовных, гарантирует высокий уровень и качество жизни [1, с. 258–259]. Категорию качества жизни, в свою очередь, мы рассматриваем как социологическую категорию, выражающую степень удовлетворенности разных групп населения условиями своей жизнедеятельности, а также как степень самореализации в трудовой деятельности и степень потребления инновационных видов услуг [2, с. 45]. В этом контексте специфика мотивации трудовой деятельности работающего населения выступает важным компонентом (а также индикатором) качества жизни в обществе, а уровень удовлетворенности ключевых трудовых потребностей влияет не только на благосостояние и уровень жизни, но и на формирование социального оптимизма, социальной стабильности в обществе.

Достойная заработная плата, хороший социальный пакет, комфортные условия труда, социальные гарантии, стабильная занятость, перспективы карьерного роста, интересная работа, профессиональный коллектив обычно признаются важными составляющими трудовой деятельности. Однако не все перечисленные аспекты работники считают одинаково значимыми. С помощью социологических исследований можно выяснить, что наиболее важно в работе для белорусов, на что они ориентируются в своей трудовой деятельности, в том числе в контексте разных социально-демографических и социально-профессиональных групп.

Одним из самых ранних является исследование трудовой мотивации Ф. Херцберга и разработанная им теория мотивации, в которой выделяются внешние (extrinsic) и внутренние (intrinsic) мотивирующие факторы трудовой деятельности [3]. Первые включают такие характеристики, как содержание работы, определяемой мотивами достижения и продвижения;

вторые связаны с условиями труда – зарплатой, межличностными отношениями, гарантиями занятости и др. Удовлетворение внешних потребностей не повышает производительность, а предупреждает от сознательного ограничения эффективности своей работы (поэтому их еще называют «гигиеническими»). В свою очередь, повышение производительности и эффективности труда зависит от других факторов, которые Ф. Херцберг обозначает как «мотиваторы». Они удовлетворяют внутренние потребности и включают интерес к работе, ее содержанию, успехам в работе, самостоятельность и ответственность за ее выполнение. Именно они способствуют повышению трудовой активности работников. Соответственно, материальное вознаграждение нельзя рассматривать как постоянно действующий фактор. Люди работают за деньги до определенного предела, границами которого является личное представление о хорошей работе. Наличие соответствующего вознаграждения скорее привязывает работника к предприятию, но далеко не всегда стимулирует его эффективность [4, с. 262–264].

В инструментарии Республиканского социологического мониторинга Института социологии НАН Беларуси, который мы используем в качестве эмпирической базы (2015 г., выборка репрезентативна по полу, возрасту, образованию, регионам. Объем выборки – 2079 респондентов, из них работающих – 1273), присутствует вопрос «Что для Вас наиболее важно в работе?». Индикаторами внутренних (мотивационных),

по Херцбергу, факторов выступают: самостоятельность в работе; возможность реализации знаний, опыта и квалификации; работа над интересными, новыми проектами; работа с квалифицированными коллегами; карьерный рост; полезные социальные связи. В качестве внешних («гигиенических») факторов определены: хорошая оплата труда; социальный пакет, льготы и социальные гарантии; хорошие условия и режим труда; работа без перегрузок; работа на солидном предприятии, в престижной организации.

По данным мониторинга 2015 г. на вопрос «Что для Вас наиболее важно в работе?» 80,9 % работающих респондентов ответили «зарабатывать хорошие деньги»; 68,2 % – «иметь хорошие условия труда»; 39,5 % – «быть относительно самостоятельным в работе»; 34,8 % – «реализовать свои знания, опыт, квалификацию»; 32,0 % – «работать без перегрузок»; 27,8 % – «работать с квалифицированными коллегами»; 24,8 % – «иметь доступ к льготам, социальному пакету, социальным гарантиям»; 15,2 % – «успешно продвигаться по службе, делать карьеру»; 15,0 % – «работать над интересными и новыми проектами»; 12,0 % «работать на солидном предприятии, в престижной организации»; 10,1 % – «устанавливать связи с полезными, влиятельными людьми». В результате многомерного факторного анализа ответов были выделены шесть факторов (векторов), на которые в своей трудовой деятельности ориентируются белорусы (табл. 1).

Таблица 1

Факторы (векторы) трудовой мотивации и их составляющие

Компоненты	Факторы (векторы)					
	1	2	3	4	5	6
Работать с квалифицированными коллегами	0,690					
Работать над интересными и новыми проектами	0,643					
Устанавливать связи с полезными, влиятельными людьми		0,800				
Успешно продвигаться по службе, делать карьеру		0,679				
Иметь доступ к льготам, социальному пакету, социальным гарантиям			0,686			
Зарабатывать хорошие деньги			0,610			
Быть относительно самостоятельным в работе				0,771		
Реализовать свои знания, опыт, квалификацию	0,490			0,543		
Работать без перегрузок					0,795	
Иметь хорошие условия и режим труда			0,498		0,536	
Работать на солидном предприятии, в престижной организации						0,878

Примечание. Факторный анализ: метод главных компонент. Вращение: Варимакс с нормализацией Кайзера; вращение сошло за 6 итераций. Суммарная объясняющая дисперсия: 63,6 %.

Фактор (1) профессионального интереса характеризуется ориентацией на общение с квалифицированными коллегами, работу над интересными, новыми проектами, необходимостью реализации знаний, опыта, квалификации.

Фактор (2) ориентации на связи и карьеру определяется значимостью устанавливать связи с полезными, влиятельными людьми,

а также важностью успешного продвижения по карьерной лестнице.

Фактор (3) материального благополучия объединяет потребности в социальных гарантиях, льготах, наличии социального пакета, а также в хорошей оплате труда и условиях работы.

Фактор (4) профессиональной независимости отражает сильную ориентацию на самосто-

тельность в работе, реализацию своих знаний, опыта и квалификации.

Фактор (5) комфорта сочетает в себе потребность в работе без перегрузок и в хороших условиях труда.

Фактор (6) престижности сфокусирован на том, что важно работать на солидном предприятии, в престижной организации.

Фактор материального благополучия, фактор комфорта и фактор престижности мы относим к внешним («гигиеническим») факторам. Фактор профессионального интереса, фактор профессиональной независимости и фактор ориентации на связи и карьеру мы определяем

как внутренние (мотивационные) факторы труда.

Анализ факторов в контексте социально-демографических групп показал, что у женщин, по сравнению с мужчинами, более выражена ориентация на факторы материального благополучия и комфорта (табл. 2). Респонденты с высоким уровнем образования (незаконченное высшее, высшее и послевузовское), в отличие от других образовательных групп, в большей степени ориентированы на профессиональный интерес, профессиональную независимость, карьеру и связи. Менее выражены у них векторы материального благополучия и комфорта (табл. 3).

Таблица 2

Средние значения факторов трудовой мотивации. Контекст: пол

	Мужчины	Женщины
Внутренние (мотивационные) факторы		
Фактор профессионального интереса	0,012	0,006
Фактор профессиональной независимости	0,018	-0,006
Фактор ориентации на связи и карьеру	0,011	0,001
Внешние («гигиенические») факторы		
Фактор материального благополучия	-0,045*	0,066*
Фактор комфорта	-0,121*	0,141*
Фактор престижности	-0,036	0,042

* Значение по группе имеет статистически значимые отличия по сравнению с другой группой при уровне значимости $\alpha < 0,05$ (U-критерий Манна – Уитни)

Таблица 3

Средние значения факторов трудовой мотивации. Контекст: образование

	Начальное, среднее неполное, среднее общее	Среднее специальное	Незаконченное высшее, высшее, послевузовское
Внутренние (мотивационные) факторы			
Фактор профессионального интереса	-0,270*	-0,072*	0,436*
Фактор профессиональной независимости	-0,201*	0,042*	0,136*
Фактор ориентации на связи и карьеру	-0,029	-0,056	0,141*
Внешние («гигиенические») факторы			
Фактор материального благополучия	0,028	0,031	-0,092
Фактор комфорта	0,114	0,031	-0,184*
Фактор престижности	-0,086	0,009	0,076

* Значение по группе имеет статистически значимые отличия по сравнению с другими группами при уровне значимости $\alpha < 0,05$ (U-критерий Манна – Уитни)

В контексте возрастных групп наблюдаются следующие тенденции в мотивационных факторах. В молодежной группе до 25 лет самой сильной является ориентация на профессиональный интерес, которая с увеличением возраста снижается. Вектор профессиональной независимости сильнее выражен в самой старшей возрастной группе (55 лет и старше). Значение фактора профессионального интереса повышается до 40 лет, а затем снижается, причем наибольшая разница наблюдается между группами 35–39 лет и 40–44 года (рис. 1).

Значение фактора комфорта в работе растет с увеличением возраста. После 50 лет значимость факторов материального благополучия и престижности значительно снижается (рис. 2).

Наиболее сбалансированным с точки зрения рассматриваемых векторов мотивации, как

внутренних (мотивационных), так и внешних («гигиенических»), является возрастной период от 35 до 39 лет.

Значения факторов были также проанализированы в контексте социально-профессиональных групп (табл. 4). Анализ внутренних (мотивационных) факторов показал, что ориентация на *профессиональный интерес* в работе выявлена у руководителей всех уровней, предпринимателей, служащих и специалистов. Сильнее всего данный вектор проявляется у руководителей высшего звена. В *профессиональной независимости* наиболее заинтересованы руководители высшего звена и предприниматели, чуть менее – специалисты из непромышленной сферы, руководители среднего звена, работающие пенсионеры. Фактор *ориентации на связи и карьеру* важен, прежде всего, для руководите-

лей высшего звена, а также для других руководителей, предпринимателей, служащих и специалистов производственной сферы. Что касается внешних («гигиенических») факторов, то в своей трудовой деятельности ориентированы на *материальное благополучие* руководители низшего звена, военнослужащие, служащие без специального образования и рабочие; на *комфорт* – работающие пенсионеры и крестьяне, рабочие сельского хозяйства; на *важность работы в престижной организации* – руководители среднего звена, военнослужащие, служащие и специалисты производственной сферы.

Таким образом, у *руководителей высшего звена и предпринимателей*, по сравнению с другими социально-профессиональными группами,

достаточно сильно выражена ориентация на мотивационную группу факторов (фактор профессионального интереса, фактор профессиональной независимости, фактор ориентации на связи и карьеру). «Гигиенические» факторы (фактор материального благополучия, фактор комфорта, фактор престижности) более важны для служащих без специального образования, рабочих, крестьян и военнослужащих.

Помимо социально-демографических и социально-профессиональных характеристик, которые оказывают значимое влияние на формирование трудовой мотивации, мы проанализировали, как взаимосвязаны между собой материальное благосостояние и мотивация, а также экономическая активность и мотивация.

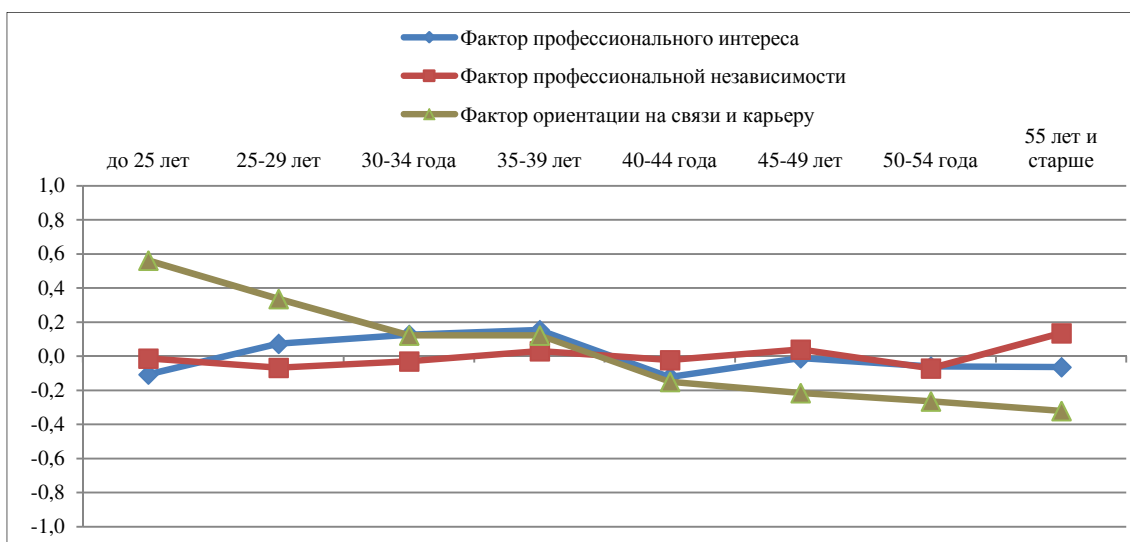


Рис. 1. Средние значения внутренних (мотивационных) факторов. Контекст: возраст

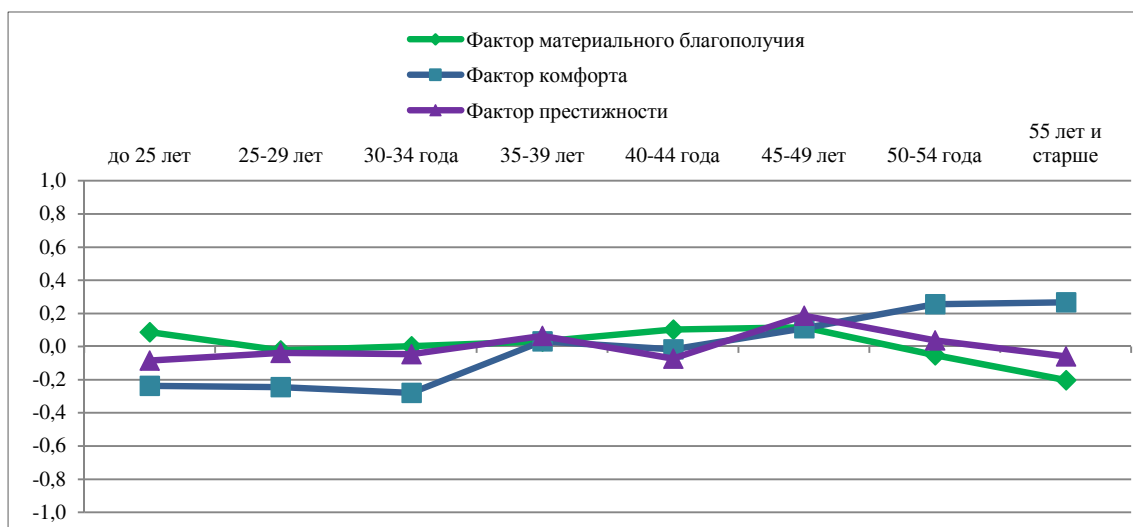


Рис. 2. Средние значения внешних («гигиенических») факторов. Контекст: возраст

Таблица 4

Средние значения факторов трудовой мотивации. Контекст: социально-профессиональные группы

	Внутренние (мотивационные) факторы			Внешние («гигиенические») факторы		
	Фактор профессионального интереса	Фактор профессиональной независимости	Фактор ориентации на связи и карьеру	Фактор материального благополучия	Фактор комфорта	Фактор престижности
Руководители высшего звена	0,651	0,575	0,496	-0,448	-0,414	0,011
Руководители среднего звена	0,346	0,143	0,232	-0,267	-0,348	0,322
Руководители низшего звена	0,324	-0,024	0,166	0,208	-0,126	0,022
Предприниматели, индивидуальная трудовая деятельность	0,271	0,446	0,237	-0,072	-0,219	-0,319
Служащие/специалисты производственной сферы	0,250	-0,178	0,129	-0,081	-0,212	0,134
Служащий/специалисты непроизводственной сферы	0,283	0,269	-0,044	0,034	0,050	-0,005
Служащие без специального образования	-0,264	-0,147	0,007	0,119	0,200	-0,054
Рабочие	-0,285	-0,177	-0,066	0,118	0,050	0,001
Крестьяне, рабочие сельского хозяйства	-0,546	-0,283	0,049	-0,049	0,255	-0,346
Военнослужащие, сотрудники правоохранительных органов	-0,082	-0,006	0,058	0,179	-0,057	0,244
Работающие пенсионеры	-0,108	0,107	-0,370	-0,266	0,355	0,028

Респонденты с хорошим материальным положением ориентированы, прежде всего, на мотивационные факторы трудовой деятельности (фактор профессиональной независимости и фактор социальных связей и карьеры). Напротив, респонденты с низкими доходами заинтересованы, в первую очередь, в хорошем доходе, социальных гарантиях, социальном пакете, льготах и хороших условиях труда («гигиениче-

ский» фактор материального благополучия) (табл. 5).

Вместе с тем работающие белорусы, ориентированные на хороший доход и готовые идти на риск, работать с инициативой, в гораздо большей мере ориентированы на профессиональную самореализацию (а не только на доход), чем те, кто предпочитает гарантированный уровень дохода при отсутствии риска (табл. 6).

Таблица 5

Средние значения факторов трудовой мотивации. Контекст: уровень благосостояния

	Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи?		
	Хорошее + Скорее хорошее	Среднее	Скорее плохое + Плохое
Внутренние (мотивационные) факторы			
Фактор профессионального интереса	0,081	0,044	-0,040
Фактор профессиональной независимости	0,150*	0,061	-0,181*
Фактор ориентации на связи и карьеру	0,275*	0,021	-0,126
Внешние («гигиенические») факторы			
Фактор материального благополучия	-0,253*	0,031	0,146*
Фактор комфорта	-0,141*	0,031	0,096
Фактор престижности	0,035	0,028	-0,119*

* Значение по группе имеет статистически значимые отличия по сравнению с другими группами при уровне значимости $\alpha < 0,05$ (U-критерий Манна – Уитни)

Таблица 6

Средние значения факторов трудовой мотивации. Контекст: экономическое поведение

	Согласились бы Вы... ?	
	...жить богаче, но рискуя, действуя с инициативой	...жить пусть беднее, зато с гарантированным уровнем достатка, без риска
Внутренние (мотивационные) факторы		
Фактор профессионального интереса	0,117*	-0,062*
Фактор профессиональной независимости	0,000	0,004
Фактор ориентированности на связи и карьеру	0,207*	-0,093*
Внешние («гигиенические») факторы		
Фактор материального благополучия	0,072	-0,011
Фактор комфорта	-0,217*	0,145*
Фактор престижности	-0,007	0,008

* Значение по группе имеет статистически значимые отличия по сравнению с другой группой при уровне значимости $\alpha < 0,05$ (U-критерий Манна – Уитни)

Таким образом, качество жизни нами рассматривается как социологическая категория, компоненты которой изучаются в ходе социологических исследований. Одним из значимых компонентов качества жизни выступает возможность самореализации в трудовой деятельности, поскольку качество жизни человека не должно определяться только уровнем его дохода, он должен находить в своей работе удовлетворение, иметь возможность реализовывать свой профессиональный потенциал. В качестве концептуальных оснований социологического анализа мы использовали мотивационно-гигиеническую теорию Ф. Херцберга. По данным социологического исследования (2015 г.), для большинства белорусов (80,9 %) важно зарабатывать хорошие

деньги. Вместе с тем, согласно Херцбергу, люди будут работать ради дохода только до некоторого определенного предела, за которым данный материальный фактор перестанет действовать. Проведенный социологический анализ (с использованием метода факторного анализа) позволил выделить и описать основные мотивационные факторы (фактор профессионального интереса, фактор профессиональной независимости и фактор ориентации на связи и карьеру) и «гигиенические» факторы (фактор материального благополучия, фактор комфорта и фактор престижности). А также проанализировать значимые социально-демографические, социально-профессиональные и поведенческие отличия трудовой мотивации работающих белорусов.

Список литературы

1. Рынок труда Республики Беларусь в социологическом измерении / Г. Н. Соколова [и др.]. Минск : Беларуская навука, 2014. 320 с.
2. Соколова Г. Н., Сечко Н. Н., Таранова Е. В. Уровень и качество жизни как предпосылки перехода к постиндустриальному обществу // Социология. 2010. № 4. С. 41–52.
3. Putman L. S. Work values: Their emergence and their consequences for labour market behaviour. URL: <http://dare.uva.nl/record/1/387968> (дата обращения: 09.06.2016).
4. Соколова Г. Н. Экономическая реальность в социальном измерении: экономические вызовы и социальные ответы. Минск : Беларуская навука, 2010. 460 с.

© Е. В. Таранова

Ссылка для цитирования:

Таранова Е. В. Трудовая мотивация как компонента качества жизни белорусов: социологический анализ // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия : научный журнал / Астраханский государственный архитектурно-строительный университет. Астрахань : ГАОУ АО ВО «АГАСУ», 2016. № 1 (4). С. 41–46.

УДК 316.472.4

ПЕРВИЧНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ (по результатам конкретного социологического исследования)*

А. Ю. Арясова, Е. В. Каргаполова, А. Д. Онофриук

Астраханский государственный архитектурно-строительный университет

В статье на основе результатов конкретного социологического исследования исследуется состояние первичных социальных сетей в Астраханской области – включенность населения в семейные, соседские, дружеские, неформальные профессиональные, межнациональные и межрелигиозные отношения.

Ключевые слова: первичные социальные сети, регион, конкретное социологическое исследование.

PRIMARY SOCIAL NETWORKS IN ASTRAKHAN REGION (based on a specific sociological research)

A. Y. Aryasova, Y. V. Kargapolova, A. D. Onofriuk

Astrakhan State University of Architecture and Civil Engineering

The paper presents results of a specific sociological research that investigates into the state of primary social networks in Astrakhan region, that is involvement of Astrakhan residents into various types of relations – between family members, neighbors, friends and relations of informal, professional, interethnic and interreligious character.

Key words: primary social network, region, specific sociological research.

Трансформация социальных систем на основе сетевых принципов является одной из тенденций, формирующих принципиально новые характеристики современного мироустройства. Под социальной сетью понимается «особый тип

связей между позициями индивидов, объектов или событий, которые отбираются в зависимости от целей построения сети» [1, с. 13]. Социальные сети, связанные с функциями личностного и группового самоопределения, препят-

* Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта РГНФ (проект 16-03-00463 «Динамика социально-экономического развития региона как гетерархической системы»).