

Елена Владимировна АНДРИАНОВА —  
ассистент кафедры экономической социологии

УДК 316: 331

### МИФЫ И ТРУДОВАЯ МОТИВАЦИЯ\*

*АННОТАЦИЯ.* В статье рассмотрена роль мифологических конструктов в процессе формирования трудовой мотивации. Представлен анализ распространенных мифов на основе материалов социологического исследования проведенного в Тюменской области по методике «Социологический портрет региона», а также изучения трудовой мотивации на предприятиях г. Тюмени.

*In the article the role of myths during formation of labour motivation is considered. The analysis of the widespread myths on the basis of materials of the sociological research lead in the Tyumen area by a method «The sociological portrait of region», and also studying of labour motivation at the enterprises of Tyumen is presented in the article.*

Многие социологи сходятся во мнении, что основные изменения в российском обществе произошли в системе экономического устройства общества, политической сфере, в жизненных стратегиях населения и в его ценностных ориентациях, а также в настоящее время происходит постоянное расширение информационного пространства. Данные изменения повлекли за собой продуцирование социальных, политических, религиозных и художественных идей, которые, несмотря на то, что в большинстве случаев являются мифологическими конструктами, оказывают вполне реальное воздействие на социальное поведение. Смена отношения человека к труду и мотивации трудовой деятельности также не обошлась без продуцирования мифологических конструктов. В ходе всестороннего изучения мотивации труда нам представляется важным рассмотреть, насколько сформировавшиеся вокруг этой проблематики мифы соответствуют действительности.

Существует множество определений мифа — философское, лингвистическое, политологическое и другие. Мы в работе будем отталкиваться от классического философского понимания мифа. «Миф — сказание, воспроизводящее в вербальной форме архаические верования древних народов, их религиозно-мистические представления о происхождении Космоса, явлениях природы и событиях социальной жизни, деяниях богов, героев, демонов, «духов» и т. д.» [1; 508].

«Миф», как показал Р. Барт, возникает, когда идея как продукт индивидуального воображения в ходе идеологической манипуляции фактами обретает статус естественного явления самой жизни. Тогда вместо объективного социологического или экзистенциального анализа событий, происходит натурализация мифообраза, превращение фактов во вторичный продукт идеи, подмена реальности [2; 242].

Я. Э. Голосовкер наглядно продемонстрировал важнейший источник «вечной жизни» мифа и его способности проникать во все сферы общественного сознания, включая науку [3].

\* Работа выполнена при финансовой поддержке гранта 06-03-00566а «Социокультурный портрет региона».

В целом при изучении мифологических конструктов выделяют ряд направлений, выявляющих различные стороны мифа, закономерности его возникновения и функционирования. Это следующие парадигмы изучения мифологии как культурного феномена: компаративная (Дж. Вико, Ф. Шелинг); лингвистическая (М. Мюллер, А. Кун); антропологическая (Э. Тайлор, Г. Спенсер); ритуалистическая (Дж. Фрэзер); функциональная (Б. Малиновский); аффективно-ассоциативная (З. Фрейд, К. Юнг, Дж. Кэмпбелл, М. Элиаде); социологическая мифология (Э. Дюркгейм, Л. Леви-Брюль); символическая (Э. Кассирер); структуралистическая (К. Леви-Строс).

Роль мифологических конструктов в процессе формирования трудовой мотивации на данный момент не достаточно изучена. Однако многие специалисты отмечают существование мифологических представлений о мотивации труда, стараясь так или иначе обосновать их теоретически. Изучение мифологических представлений о мотивах труда является важным для понимания социальных процессов, происходящих сегодня в нашем обществе. Перед нами встала задача подтвердить или опровергнуть влияние существующих мифологических конструктов на трудовую мотивацию по результатам социологического исследования.

Данные, представленные в работе, получены на основе материалов социологического исследования, проведенного в 2006 году в Тюменской области по методике «Социологический портрет региона», разработанной под руководством Н. И. Лапина и Л. А. Беляевой [4], а также по материалам исследования мотивации труда на одном из промышленных предприятий г. Тюмени. Объем выборки 4000 человек, репрезентирующих население Тюменской области по половозрастной структуре, ошибка выборки составила 3,5%.

Дэвид Сирота, Луис Мишкайнд и Мишель Мельцер в книге «Энтузиазм работников» отмечают: «удовлетворять требования работников — значит, повышать прибыль компании». В результате исследований, охвативших миллионы работников всех уровней во всех отраслях бизнеса, демонстрируют, что многие распространенные представления о труде зачастую являются лишь мифами.

Мы выделили из сформулированных ими мифологических конструктов те, которые непосредственно демонстрируют мотивы трудовой деятельности и проанализировали их на основе результатов социологического исследования. Для исследования были взяты следующие мифологические конструкты:

1. Существует огромная разница в том, чего хотят от работы люди разных поколений.
2. Современную молодежь значительно в меньшей мере, чем предыдущие поколения, беспокоят гарантии обеспечения работой.
3. Похвала может в значительной степени заменить деньги.
4. Большинство работников не любят своих непосредственных руководителей.
5. Именно непосредственный руководитель чаще всего является причиной проблем с моральным духом работников.
6. Большинство работников сопротивляются любым изменениям.

Далее проанализируем каждую мифологическую конструкцию в отдельности. «Существует огромная разница в том, чего хотят от работы люди разных поколений». Для проверки данного мифа нами была рассмотрена зависимость приоритетов в мотивации труда от возраста. Все респонденты были разбиты на следующие возрастные группы: до 25 лет, от 25 до 35, от 35 до 45, старше 45.

Во всех четырех возрастных группах ведущим мотивом трудовой деятельности является «хороший заработок» (85%, 82%, 74%, 86% — соответственно порядку возрастных групп). На втором месте так же вне зависимости от возра-

ста отмечен мотив «обеспечения гарантий стабильности, постоянной занятости, социальной защищенности и уверенности в будущем» (79%, 80%, 73%, 77% — соответственно порядку возрастных групп). На третьем месте так же во всех группах совпадают приоритеты — взаимопонимание в отношениях с начальством и коллегами (67%, 60%, 48%, 57%). Интересно, что в возрастной группе до 25 лет третье место так же занимает возможность повышения квалификации (65%), при этом в других группах отмечается стабильное снижение значимости этого мотива. Так, в 25-35 — 49%, в 35-45 — 38%, в более 45 — 28%.

Таким образом, мы можем утверждать, что существенной разницы среди приоритетных мотивов в том, чего хотят от работы люди разных поколений, нет. Различия начинаются во второстепенных мотивах. Так, в категории до 25 лет на четвертом месте стоит мотив продвижения по службе, в то время как в категории после 45 лет данный мотив лишь на десятом. Наши данные подтвердили заключение Д. Сироты, Л. Мишкайнда и М. Мельцер: «Всегда и везде, на любом этапе своей жизни люди хотят, чтобы к ним относились справедливо, хотят гордиться тем, что они делают (и теми, для кого они это делают), они хотят иметь хорошие отношения с коллегами».

«Современную молодежь значительно в меньшей мере, чем предыдущие поколения, беспокоят гарантии обеспечения работой». Исходя из того, что государственные предприятия обеспечивают больше гарантий стабильности и обеспеченности работой, нежели другие формы, мы провели их сравнительный анализ. Сравнили типы предприятий (организаций), где работают респонденты на данный момент и где хотели бы работать. В результате самая большая доля респондентов 41% работает на государственных типах предприятий, при этом хотели бы на них работать 41% респондентов. На предприятиях с государственным участием работают 11% респондентов, а хотели бы работать 13%. На предприятиях, находящихся в личной собственности, работают лишь 3,5% опрошенных, хотя желали бы на них работать 23%. При этом если доля желающих работать на госпредприятиях совпадает с долей работающих там, то доля желающих работать в личных фирмах превышает более чем в 6,5 раз долю работающих в них. В то же время на частных предприятиях и ООО работает почти в 3 раза больше респондентов, чем того хотели бы.

Так как в мифологическом конструкте упор делается на разницу между поколениями, то мы сравнили возрастные доли респондентов работающих на том или ином типе предприятий (табл. 1, табл. 2). В результате мы видим, что 25% работающих на госпредприятиях — это молодежь до 30 лет. При этом хотели бы работать на предприятиях этого типа 28% респондентов. Лишь 16% приходится на долю респондентов до 30 лет среди работающих на собственном предприятии (то есть находящихся в своей личной собственности). Хотя среди желающих работать на собственном предприятии 44% молодежи. Характерно, что после 30 лет процент желающих работать на собственных предприятиях неуклонно снижается и к 60 годам составляет лишь 3%. Интересен факт, что среди тех, кто занимается индивидуальной трудовой деятельностью, 30% приходится на долю населения до 30 лет. При этом из тех, кто хотел бы ею заниматься, 32% — это доля молодежи.

Таблица 1

**Предприятия, на которых работают в данный момент  
(процент указан по рядам)**

Тип предприятия \ Возраст	18-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60 и старше	Всего
Государственное, муниципальное предприятие	1	10	14	14	13	15	13	10	5	5	100
Акционерное предприятие с участием государства	1	10	10	12	15	10	18	9	7	7	100
Акционерное предприятие без государственного участия		14	18	14	9	16	11	11	4	4	100
Предприятие, фирма, находящаяся в личной собственности	2	3	11	10	19	18	11	13	4	8	100
Частное предприятие или ООО (не личная собственность)	2	12	17	12	10	15	15	10	4	2	100
С/х кооператив				6		19		25		50	100
Крестьянское, фермерское хозяйство			20		20	20	20		20		100
Личное подсобное хозяйство			7	7	13		13	20	13	27	100
Индивидуальная трудовая деятельность	2	20	8	12	12	17	17	5	3	5	100
Другое	14	13	11	2	6	2	7	6	8	31	100

Таблица 2

**Предприятия, на которых хотели бы работать  
(процент указан по рядам)**

Тип предприятия \ Возраст	18-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60 и старше	Всего
Государственное, муниципальное предприятие	4	13	11	13	11	14	13	9	5	5	100
Акционерное предприятие с участием государства	5	13	10	12	12	11	16	11	6	5	100
Акционерное предприятие без государственного участия	5	17	18	10	7	16	9	11	4	4	100
Предприятие, фирма, находящаяся в личной собственности	10	17	17	11	11	11	8	8	3	4	100
Частное предприятие или ООО (не личная собственность)	9	10	13	9	14	12	12	10	7	4	100
С/х кооператив		14		14	7	7	7	7	7	36	100
Крестьянское, фермерское хозяйство			12		6	18	18	18	6	24	100
Личное подсобное хозяйство		4	6	10	10		10	21	15	23	100
Индивидуальная трудовая деятельность	2	14	16	13	11	15	11	9	4	5	100
Другое	2	9	9	7	11	4	7	4	11	37	100

Итак, в связи с тем, что 25% молодежи, работающей на госпредприятиях, это весомая доля, а желающих там работать на 3% больше, чем уже работающих, мы не можем утверждать, что молодежь «значительно» меньше беспокоят гарантии стабильности работы, однако можно говорить, что среди молодежи больше доля тех, кто готов к риску работать без особых гарантий обеспеченности работой.

В нашем исследовании респондентам был задан вопрос: «В какой степени на вашу трудовую активность воздействуют меры нематериального поощрения?». В результате оказалось, что на 44% респондентов положительно действует поздравление генерального директора с праздниками, а на 13% оно действует очень существенно. На 16% опрошенных существенно действуют встречи коллектива с гендиректором и руководителями подразделений. 14% респондентов очень существенно стимулирует включение в кадровый резерв. 18% очень существенно стимулирует размещение информации о работнике в корпоративной газете либо на доске почета. При этом меры административного воздействия за некачественно выполненную работу существенно влияют только на 14% респондентов.

Таким образом, мы можем опровергнуть сразу несколько мифологических конструктов: «большинство работников не любят своих непосредственных руководителей»; «именно непосредственный руководитель чаще всего является причиной проблем с моральным духом работников». Более чем для 50% работников внимание руководства либо важно, либо очень важно. Хотя при этом мы не можем утверждать, что мифологическая конструкция «Похвала может в значительной степени заменить деньги» верна. Так как, по нашим данным, среди требований, предъявляемых к работе, хороший заработок очень важен для 82% опрошенных. Смело можно говорить, что похвала — это необходимое положительное подкрепление, которое не заменяет, а дополняет денежное подкрепление. И ни одно из них без другого не будет действенным.

Мифологическая конструкция о том, что «большинство работников сопротивляются любым изменениям» оказалась лишь мифом. Доля респондентов, на которых существенно или очень существенно действуют экономические нововведения на предприятии, составила 59%. Следовательно, не любые изменения вызывают сопротивление, а только те, выгода от которых не ясна работникам.

В результате из рассмотренных нами мифологических конструкций 100-процентного подтверждения не получила ни одна. Мифологические конструкты, принимаемые на веру, изменяют сознание людей, что приводит к искажению их картины мира, поэтому они нуждаются в систематическом научном рассмотрении.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. М.: Гардарики, 2004. С. 508.
2. Барт Р. Мифологии. М., 2000. С. 242.
3. Голосовкер Я. Э. Логика мифа. М., 1987.
4. Социокультурный портрет региона. Типовая программа и методика // Матер. конфер. «Социокультурная карта России и перспективы развития российских регионов». М., 27 июня - 1 июля 2005 г. / Под ред. Н. И. Лапина, Л. А. Беляевой. М.: ИФРАН, 2006. 328 с.