

Особенности мотивации сотрудников при организации работы редакций региональных СМИ

Орлов Г.А.

**ПГУ-Пензенский государственный университет, Россия, Пенза, email:
grisha.orlov2000@mail.ru**

В данной статье рассматриваются особенности мотивации сотрудников при организации работы редакций региональных СМИ, приводятся точки зрения российских и зарубежных исследователей относительно рассматриваемой проблемы. Также описаны результаты исследования об используемых в местных СМИ системах мотивирования корреспондентов и представлены данные анкетирования на распределение типов мотивации.

Ключевые слова: мотивация, средства массовой информации, редакция, сотрудники.

Нечасто можно встретить человека, который целиком и полностью доволен своей работой. Все потому, что зачастую люди занимают должности не по призванию. Но в силах руководителя сделать так, чтобы рабочий процесс был комфортным для всех, а сотрудники выполняли свои обязанности с удовольствием.

Мотивация персонала – это мероприятия, направленные на подсознание человека, когда у него появляется желание эффективно работать и качественно выполнять должностные обязанности.

Журналистику принято считать творческой профессией, в которой работают прежде всего ради самореализации, а не ради денег, и поэтому ни в каком специальном мотивировании корреспондент не нуждается. Подобной точки зрения придерживаются многие теоретики и практики, как российские, так и зарубежные. Например, Л.Г. Свитич утверждает, что «если прагматическая, индивидуалистическая, нетворческая мотивация закрепится у молодых журналистов и они будут использовать журналистику в корыстных целях, то их творческий и личностный крах неизбежен» [3]. Шведский медиаменеджер и преподаватель Э. Фихтелиус, сформулировавший «десять заповедей журналиста», ставит первой заповедью призыв работать увлеченно, так как «в основе хорошей журналистики – одержимость репортера» [4]. Известный российский медиаменеджер Л.Д. Бершидский также полагает, что для эффективной работы корреспондентов самомотивации достаточно: «Хороший репортер получает удовольствие от того, что приложит больше усилий» [5].

Российский исследователь С.М. Гуревич считает необходимым поиск оптимальной для каждой редакции системы мотивации, представляющей собой сочетание материальных и моральных стимулов. При этом С.М. Гуревич указывает на приоритет именно материальных стимулов: «Наибольшее значение сейчас имеют формы материального поощрения, но это не должно умалять роли и моральных стимулов» [1]. К моральным стимулам относятся как устные благодарности и вывешивание работ сотрудника на доске почета, так и возможность выбирать темы и вести персональные рубрики.

Представим результаты исследования об используемых в местных СМИ системах мотивирования корреспондентов.

Объектом исследования стали два издания г. Пенза.

Так как многие собеседники согласились отвечать только на условиях анонимности, опасаясь, что разглашают служебную тайну, в дальнейшем результаты

опроса будут приведены без указания издания, в котором практикуется тот или иной способ стимулирования журналистов.

Чтобы определить основные параметры мотивации сотрудников анализируемых редакций, респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты для определения типа трудовой мотивации работника (по В.И. Герчикову). [6]

Исследователь выделил основные четыре базовых типа мотивации достижения:

- инструментальный, при котором работа не является значимой ценностью и рассматривается только как источник заработка и других благ, получаемых в качестве вознаграждения за труд;

- профессиональный тип, при котором работник стремится проявить себя и доказать, что он может справиться с трудным заданием, которое не каждому по силам;

- патриотический тип. Работников этого типа интересует участие в реализации общего, очень важного для организации дела. Для них важно общественное признание участия в общих достижениях;

- хозяйский тип. Выражается в добровольном принятии работником на себя полной ответственности за выполняемую работу.

Результаты проведенного исследования показали, что преобладающим типом в структуре трудовой мотивации среди исследованной совокупности респондентов является инструментальный тип (см. рисунок 1). Второе и третье места в рейтинге занимают профессиональный и патриотический типы, тогда как такой тип мотивации как «хозяйский» не представлен в структуре трудовой мотивации респондентов.

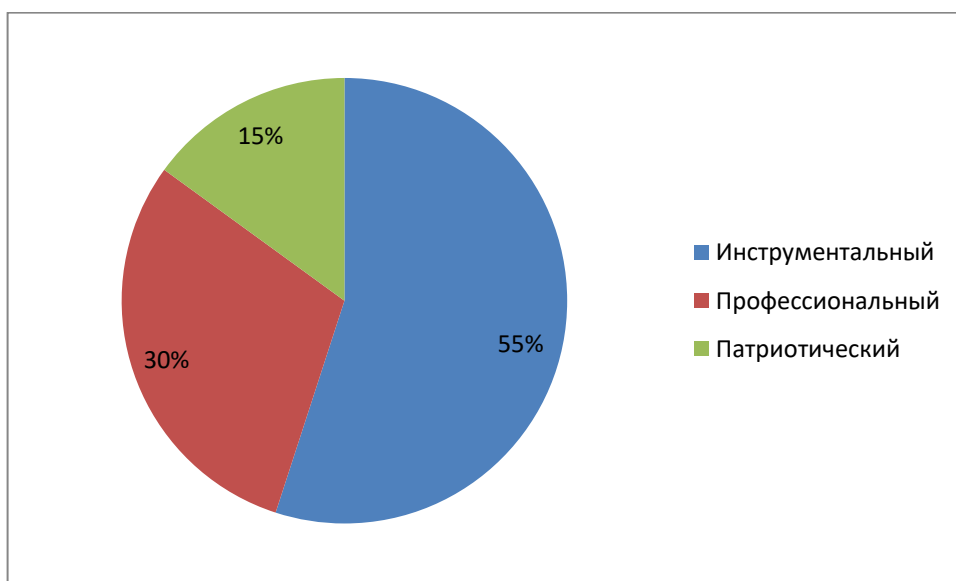


Рисунок 1 – Распределение типов мотивации

Результаты анкетирования показали, что в возрасте до 40 лет в мотивационной структуре первое и второе места занимают соответственно инструментальный и профессиональный типы мотивации. В структуре мотивации у лиц в возрасте после 40 лет названные типы меняются местами и на первое место выходит профессиональный тип мотивации. То есть после 40 лет при наличии достаточного уровня материального комфорта работник готов зарабатывать меньше, но с возможностью доказать свои профессиональные качества в коллективе, однако реализовать эту потребность в условиях удаленной работы достаточно проблематично.

Среди представителей молодого поколения обеих гендерных групп преобладающим типом трудовой мотивации является инструментальный тип. Это нашло яркое отражение среди женской части коллектива в возрасте до 40 лет. С возрастом в этой группе названный тип мотивации заметно снижается в пользу патриотического и профессионального типов. Это обстоятельство объясняется тем, что с годами совершенствуются знания и накапливается опыт, а также растет приверженность индивида своей профессии.

Таблица 1

Типы мотивационных профилей, характерные для исследования гендерных групп

Половозрастная группа		Тип мотивации, в %		
		ИН	ПА	ПР
Женщины	До 40 лет	100,00	-	-
	После 40 лет	25,00	37,50	37,50
Мужчины	До 40 лет	80,00	6,67	14,29
	После 40 лет	11,76	17,65	70,59

С позиций теории мотивации А. Маслоу [2], заметная доля инструментального типа мотивации свидетельствует о том, что в нынешних социально-экономических условиях России большинство людей еще не перешагнули первые две ступеньки известной пирамиды потребностей. Труд для них – это не только удовлетворение первичных физиологических потребностей, но и удовлетворение потребности в безопасности и уверенности в завтрашнем дне.

Таким образом, полученные данные указывают на то, что базовой формой мотивации для сотрудников анализируемых редакций является денежная, включающая заработную плату, различные виды премий и надбавок. Коммуникационная мотивация, в

том числе признание результатов труда среди руководства и членов редакции, возможность творческого роста и ответственность занимают вторую позицию в расстановке приоритетов. Вследствие чего все больше сотрудников предпочитают удаленную работу с возможностью сотрудничать сразу с несколькими редакционными коллективами, если это обеспечивает более высокий уровень дохода. Данная тенденция особенно явно прослеживается в возрастной группе до 40 лет.

Учитывая особенность работы в редакции, в частности, то, что СМИ несет несколько функций одновременно, в том числе и образовательную, и функцию формирования общественного мнения, незаинтересованность сотрудников редакции в результатах труда и снижение мотивации в творческом росте и ответственности, безусловно, сказывается на качестве публикуемых материалов.

В качестве решения возникающей проблемы могут быть рассмотрены дополнительные инструменты повышения мотивации, такие как привлечение редакционного коллектива к совладению и соучастию в управлении, организация внутрисетевой формы общения между сотрудниками посредством информационных технологий (общие группы в мессенджерах и социальных сетях), а также проведение корпоративных мероприятий.

Список литературы

1. Гуревич, С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. – М.: Аспект-Пресс, 2014. – 288 с.
2. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – 3-изд. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.
3. Свитич, Л.Г. Профессия: журналист. Учебное пособие / Л. Г. Свитич. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 255 с.
4. Фихтелиус, Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Э. Фихтелиус / Перевод со шведского В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2018. – 200 с.

Интернет-ресурсы

5. Бершидский, Л.Д. Ремесло. / Л.Д. Бершидский. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=5978171, свободный.
6. Типологическая модель мотивации Герчикова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wikigrain.org/?req>, свободный.