

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.776.33:334

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2020.85.4>

**О. Ю. ЛОКОТКОВА-ТЕРНОВА**

### РОЛЬ ІНТРАКОМУНІКАЦІЙ У ПОБУДОВІ ЩАСТЯ СПІВРОБІТНИКІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ

*Стаття присвячена розкриттю теми культури щастя в контексті сучасних соціологічних знань щодо системи інтракомунікацій. Позначено основні складові частини щастя крізь призму соціологічних індикаторів. Серед них: задоволеність персоналу, його настрої, активність, залученість, сприйняття свого положення в організації й ін. Окреслено організаційні чинники задоволеності персоналу. Особливу увагу приділено впливу інтракомунікацій на процес формування щастя. Виділено такі інструменти інтракомунікацій у цьому процесі: організаційні, інформаційні, комунікативні, аналітичні.*

*Показано, що побудова корпоративної культури, яка базується на щасті працівників, є інноваційним підходом до організаційного розвитку. Він заснований на підвищенні рівня задоволеності роботою. Це важливий показник соціального добробуту працівників організації. Саме від ступеня задоволеності працівників роботою, вдосконалення форм її організації та обслуговування залежить економічна ефективність праці, ефективність персоналу та організації в цілому. Задоволення роботою – це оцінке ставлення людини чи групи людей до власної трудової діяльності, її різних аспектів. На основі аналізу основних цінностей задоволеності роботою пропонується розглядати явище щастя через призму системи спілкування, а саме в контексті пошуку ефективних методів формування та оцінки ступеня задоволеності, створення умови досягнення щастя працівниками. Показано, що мета формування задоволеності працівників як складової частини щастя визначається: тісним зв'язком та збалансованістю соціальної взаємодії та ефективності; довірою і близькими стосунками; принципом прозорості. Запропоновано основні групи засобів взаємодії: організаційні засоби, що безпосередньо впливають на виробничу поведінку працівників, а також на функціонування всіх процесів управління персоналом (особисті зустрічі керівника підприємства з персоналом, політика відкритих дверей, наради, розроблені та впроваджені зустрічі, корпоративні стандарти); інформаційні засоби, які є професійними способами донесення ключової інформації про діяльність організації (сценарій, інфографіка, скріншоти, ігри, краудсорсинг, стетінг, корпоративні засоби масової інформації, соціальні мережі, електронні дошки оголошень, внутрішньомережеві портали тощо); засоби комунікації, засновані на плануванні, організації, здійсненні та контролі корпоративних заходів, спрямованих на формування єдності комунікаційних процесів із метою доведення праців-*

никам організації точного, повного іміджу підприємства (корпоративні заходи, акції, змагання, навчання та адаптаційна система); аналітичні інструменти для діагностики соціально-психологічного клімату організації, задоволеності персоналу, індексу щастя кожного працівника та обчислення можливих репутаційних ризиків для їх запобігання (пропозиції щодо форумів на корпоративному сайті, анкети співробітників, моніторинг персоналу).

**Ключові слова:** щастя, інтракомунікація, задоволеність.

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації та становлення інформаційного суспільства якісно змінюється роль і місце людини в соціальній системі. У сучасних організаціях модернізується культура управління, вдосконалюються форми організації праці, поліпшуються технології та інструменти комунікації. У фокусі уваги роботодавців усе частіше стають питання пошуку нових підходів до персоналу, створення умов для максимального підвищення рівня лояльності, залученості і задоволеності. Усе більшого значення набувають не тільки об'єктивні виміри таких параметрів, але і суб'єктивні, серед яких, як новий погляд на розвиток, – культура щастя персоналу.

Щастя є соціокультурним феноменом, що об'єднує безліч аспектів соціальної реальності, кожен із яких важливий як для окремої людини, так і для організації. Сьогодні поняття «щастя» переходить із розряду ефемерних, невловимих понять у категорію наукового логосу, який активно обговорюється і досліджується в наукових колах.

В основі такого інтересу – потреба людини, яку сьогодні використовують у контексті її професійної, трудової діяльності. Адже динамічність і перманентна невизначеність соціального середовища значною мірою перестає бути джерелом професійно-трудового натхнення. Тому воно зміщується на організаційний і особистісний рівні. І тут актуалізується категорія щастя.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливий інтерес до даної категорії виражають філософія, психологія і соціологія.

У сучасній філософії вивчення щастя оформилося в окремий напрям – феліцитологію, а з виходом у світ праці англійського психолога М. Аргайла «Психологія щастя» [1] цей феномен був остаточно концептуалізовано і в психології.

Із соціологічної точки зору поняття «щастя» розглядається як «стан людини, який відповідає найбільшій внутрішній задоволеності умовами свого існування, повноті і свідомості життя; здійснення свого людського призначення» [13, с. 12]. Тобто поняття щастя безпосередньо пов'язане з уявленням про те, якою має бути життя людини. Виходячи із цього, можна стверджувати, що соціологія накопичила значний обсяг досліджень щастя, розклавши його на більш конкретні складові частини, які піддаються кількісному вимірюванню: соціальне благополуччя (Є.А. Попов [14], І.В. Мерзлякова [12], І.В. Бабаян, Є.І. Пашиніна [2]), рівень і якість життя (І.В. Бестужев-Лада [4], Д. Белл [3], Д. Гелбрейт [6]), соціальне самопочуття, задоволеність

життям (Д. Канеман [9]) й ін. Крім того, методологія саме соціологічної науки дозволяє фіксувати й суб'єктивні показники щастя: сприйняття людьми свого положення в організації і соціумі в цілому, оцінку самовідчуття, настрої, активність, залученість, задоволеність та ін.

Співвіднесення щастя з емоційним станом людини характерне для перших соціологічних спроб вивчити щастя в позитивістському ключі. Звернення до афективних складових частин соціального життя ми знаходимо у класиків соціології: Г. Лебона [10], Е. Дюркгейма [7], Ф. Теніса [17], П. Сорокіна [15] і багатьох інших. Першим, хто став говорити про щастя як самостійний предмет дослідження в руслі соціології, був Г. Зіммель [8]. Він звернув увагу на соціальну складову частину частину щастя, а не тільки на його суб'єктивно-психологічну сторону, оскільки щастя формується, виходячи не тільки з особистих переживань, але і із соціальних структур і норм. У руслі структуралізму Н. Луман відзначав, що «емоції, які відчуються людиною, в тому числі радість і щастя, багато в чому визначаються соціокультурним контекстом» [11, с. 34]. У сучасній соціології дослідження щастя продовжилися порівняно недавно.

Одним із найголовніших, із прикладної точки зору, аспектів вивчення щастя є пошук найбільш сприятливих умов для виникнення в людей цього відчуття. Саме цей аспект лежить в основі переважної кількості наукових праць сучасності. При цьому як класична, так і посткласична соціологія практично не використовують категорію щастя з інструментальної точки зору. Саме цей аспект і представляє інтерес для нашого дослідження на організаційному рівні, зокрема, яким чином внутрішні комунікації можуть сприяти формуванню відчуття щастя у співробітників.

**Мета статті** – визначити характер впливу організаційних інтракомунікацій на побудову щастя співробітників організації.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні ряд соціологічних досліджень та досвід успішних організацій вказують на те, що корпоративна культура, яка будується на щасті співробітників, є інноваційним підходом у розвитку організації. Щасливі люди більш ефективні, залучені і мотивовані, креативні і відкриті до змін.

Згідно з даними досліджень британського Університету Уорвіка (University of Warwick) людина, задоволена життям, працює в середньому на 12% продуктивніше. Тому якщо організація намагається робити своїх працівників щасливішими, це приносить свої результати. Дослідження також підтвердило, що «хороший персонал складається з більш щасливих людей, вони сумлінніше працюють і рідше хворіють» [5]. У благополучних трудових колективах, що складаються переважно з щасливих людей, вище загальний показник задоволеності працею, який є важливим індикатором соціального самопочуття працівників організації. Саме від ступеня задоволеності співробітників роботою, вдосконалення форм її організації та забезпечення

залежить економічна ефективність праці, результативність діяльності персоналу і організації в цілому. Задоволеність працею є оцінним ставленням людини або групи людей до власної трудової діяльності, різним її аспектам.

Основними значеннями задоволеності працею, що відображають її роль, функції, наслідки в соціально-економічному житті організації, є [16, с. 368]:

1. Задоволеність працею, що є соціальною задоволеністю.
  2. Задоволеність має функціонально-виробничу значимість. Вона впливає на кількісні та якісні результати роботи, терміновість і точність виконання завдань, обов'язок щодо інших людей.
  3. Турбота роботодавця про задоволеність людей їхньою працею визначає деякі суттєві типи управлінської поведінки, трудових відносин.
  4. Задовільні, з точки зору працівника, характер і умови праці – найважливіший фактор авторитету керівника.
  5. Задоволеність працею часто є індикатором плінності кадрів і необхідності відповідних дій із її запобігання, утримання кваліфікованих кадрів.
  6. У залежності від задоволеності працею підвищуються або знижуються вимоги і претензії працівників.
  7. Задоволеність працею є універсальним критерієм пояснення, інтерпретації різних вчинків окремих працівників і трудових груп.
- Таким чином, задоволеність персоналу є складним і визначальним феноменом, який впливає на ефективність діяльності персоналу і організації в цілому.

Ми пропонуємо це явище розглядати через призму сучасних соціологічних знань – у системі інтракомунікацій, а саме в контексті пошуку дієвих методів формування та оцінки ступеня задоволеності, створення умов для досягнення щастя співробітниками.

Формування задоволеності багато в чому зумовлене внутрішнім станом інформаційного простору кожної організації, де цільове значення визначають:

- тісний зв'язок і врівноваженість соціальних взаємодій і ефективності. У випадку порушення координуючих механізмів між ними загальна продуктивність праці знижується;
- довіра і тісні відносини. Крім забезпечення основи для оперативних рішень, довіра створює базу для успішної діяльності організації в довгостроковій перспективі, створюється середовище, яке сприяє розвитку тісних людських взаємин, і ці умови сприяють згуртуванню людей у робочі групи;
- принцип прозорості, який полягає в безпосередній участі вищого керівництва в організаційному процесі. Вище керівництво чітко налаштоване на постановку таких цілей, які дозволили б кожному задовольнити свої власні інтереси й одночасно – загальні інтереси організації.

На нашу думку, основними групами інструментів інтракомунікацій є:

1. *Організаційні інструменти*, які безпосередньо впливають на виробничу поведінку співробітників, а також на функціонування всіх процесів управління персоналом.

Ключову роль відіграють тут спадні і висхідні комунікації. Для розвитку щастя персоналу важливою є оцінка потреб як керівництва організації, так і співробітників. З одного боку, необхідна достовірна інформація про основні аспекти роботи кожного працівника, з іншого – працівник отримує можливість донести до керівництва думку трудового колективу про умови своєї роботи і заходи, які слід здійснювати для підвищення її ефективності. Для цього проводяться особисті зустрічі керівника підприємства з персоналом, упроваджується політика відкритих дверей, зборів, нарад, розробляються і впроваджуються корпоративні стандарти.

На нарадах керівник використовує пряме, безпосереднє спілкування з працівниками підприємства, здійснює оцінку їхньої діяльності, доводить завдання і плани на майбутні періоди, а також іншу інформацію, необхідну для організації, координації та стимулювання діяльності працівників організації.

2. *Інформаційні інструменти*, які є професійними способами доведення ключової інформації про діяльність організації.

Розуміння того, як професійно може розвиватися кожен співробітник, якими є стратегія і перспективи розвитку організації, її місія, довгострокові і короткострокові цілі, роблять організаційний процес прозорим, а значить – зрозумілим і доступним.

У зв'язку зі стрімко зростаючим потоком інформації колишні канали комунікацій трансформуються, відбувається пошук інноваційних методів передачі інформації, здатних забезпечити інтенсифікацію організаційного процесу, візуалізувати загальну систему знань для ефективної подачі нової інформації, демонструвати організацію інтерактивного діалогу між усіма членами організації в режимі реального часу.

До числа таких інновацій відносяться такі інтракомунікації, як: скрайбінг, інфографіка, скрінкасти, гейміфікація, краудсорсінг, сторітелінг. Із традиційних – корпоративні ЗМІ, соціальні мережі, електронні дошки оголошень, інтранет-портали та ін.

3. *Комунікативні інструменти*, які засновані на плануванні, організації, проведенні та контролі корпоративних заходів, спрямованих на формування єдності комунікативних процесів із метою довести до працівників організації точний, закінчений імідж підприємства.

Основними каналами інтракомунікацій виступають корпоративні заходи, акції, змагання, навчання і система адаптації. Позитивні емоції, увага з боку керівників, нематеріальна форма заохочення, обмін неформальною інформацією (відео- і фотоматеріалами) зближують працівників, і атмосфера у трудовому колективі стає більш відкритою і доброзичливою.

4. Аналітичні інструменти, які дозволяють діагностувати соціально-психологічний клімат в організації, задоволеність персоналу, індекс щастя кожного працівника, а також прораховувати можливі ризики репутації для їх запобігання. Для цього використовуються інструменти, що забезпечують зворотний зв'язок, – форми для внесення пропозицій та форуми на корпоративному сайті, системи анкетування співробітників, моніторинг персоналу і багато іншого.

**Висновки.** Таким чином, інтракомунікації є структурованою сукупністю інформаційних каналів, що дозволяють отримувати і оптимально розподіляти інформаційні повідомлення ділового, інтелектуального й емоційного змісту в організації цілеспрямовано. Ефективність інтракомунікації вимірюється загальним рівнем емоційного стану співробітників і їхньою здатністю виконувати якісно роботу в необхідний термін, що впливає на загальну культуру щастя працівників в організації. У результаті щастя стає персоніфікованою характеристикою співробітника, що дозволяє впливати на результати його професійної і трудової діяльності.

#### Список використаної літератури

1. Аргайл М. Психология счастья. Санкт-Петербург : Питер, 2003.
2. Бабаян И.В., Пашинина Е.И. Социальное благополучие современной молодежи (Вторичный анализ данных всероссийских опросов). *Актуальные проблемы экономики и менеджмента*. 2016. № 1. С. 121–132.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва : Аcaademia, 1999.
4. Бестужев-Лада И.В. Методологические проблемы исследования качества, уровня и образа жизни. *Современные концепции уровня, качества и образа жизни*. Москва : ИСИ АН СССР, 1978.
5. Брэнсон Р. О важности счастья. *Независимая газета*. 2014. 2 апреля. Информационная бюллетень “TNS Web Index: Аудитория Интернета. Декабрь 2012 г.”. URL : [http://eski.mobi/files/TNS\\_web\\_index\\_dec2012.pdf](http://eski.mobi/files/TNS_web_index_dec2012.pdf) (дата обращения: 30.10.19).
6. Гэлбрейт Д. Новое постиндустриальное общество. Москва : АСТ, 2004.
7. Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение. Москва : Канон, 1995.
8. Зиммель Г. Избранное. В 2-х т. Москва : Юрист, 1996.
9. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы. *Психологический журнал*. 2003. № 3.
10. Лебон Г. Психология народов и масс. Санкт-Петербург, 1995.
11. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. Санкт-Петербург : Наука, 2007.
12. Мерзлякова И.В. Социальное благополучие населения региона: методология и методика исследования. Чита : ЗабГГПУ, 2009.
13. Мишутина Е.А. Счастье как предмет социально-философского исследования. *Социально-гуманитарные знания*. 2008. № 10.
14. Попов Е.А. Социальное благополучие человека в научном дискурсе. *Социология в современном мире: наука, образование, творчество*. 2010. № 2. С. 16–23.

15. Сорокин П.А. Социологический прогресс и принцип счастья. *Социол. исслед.* 1988. № 4.

16. Социология и психология труда : учебное пособие. Ч. 1. 3-е изд., стереотип. / Под ред. П.А. Златина. Москва : МГИУ, 2008.

17. Теннис Ф. Общность и общество. Основные понятия чистой социологии / Пер. с нем. Д.В. Складнева. Санкт-Петербург : Владимир Даль, 2002.

---

### **Локоткова-Терновая О.Ю. Роль интракоммуникаций в построении счастья сотрудников в организации**

*Статья посвящена раскрытию темы культуры счастья в контексте современных социологических знаний относительно системы интракоммуникаций. Обозначены основные составляющие счастья сквозь призму социологических индикаторов. Среди них: удовлетворенность персонала, его настроение, активность, вовлеченность, восприятие своего положения в организации и др. Очерчены организационные факторы удовлетворенности персонала. Особое внимание уделено влиянию интракоммуникаций на процесс формирования счастья. Выделены такие группы инструментов интракоммуникаций: организационные, информационные, коммуникативные, аналитические.*

*Было показано, что построение корпоративной культуры, основанной на счастье сотрудников, является инновационным подходом к организационному развитию. Он основан на повышении уровня удовлетворенности работой. Это важный показатель социального благополучия работников организации. Именно от степени удовлетворенности работника работой, совершенствования форм его организации и обслуживания зависит экономическая эффективность работы, эффективность персонала и организации в целом. Удовлетворенность работой – это оценочное отношение человека или группы людей к собственной трудовой деятельности, ее различным аспектам. На основе анализа основных ценностей удовлетворенности работой предлагается рассмотреть феномен счастья через призму системы общения, а именно в контексте поиска эффективных методов формирования и оценки степени удовлетворенности, создания условий для достижения счастья сотрудников. Показано, что цель формирования удовлетворенности работников как компонента счастья определяется: тесной связью и балансом социальных взаимодействий и эффективности; доверием и близкими отношениями; принципом прозрачности. Предложены основные группы инструментов взаимодействия: организационные инструменты, которые непосредственно влияют на производственное поведение сотрудников, а также на функционирование всех процессов управления персоналом (личные встречи руководителя предприятия с персоналом, политика открытых дверей, встречи, корпоративные стандарты); информационные инструменты, которые являются профессиональными способами донести ключевую информацию о деятельности организации (написание, инфографика, экраны, игры, краудсорсинг, стеттинг, корпоративные медиа, социальные сети, электронные доски объявлений, интранет-порталы и т.д.); коммуникационные инструменты, основанные на планировании, организации, реализации и контроле корпоративных мероприятий, направленных на формирование единства коммуникационных процессов с целью доведения до сотрудников организации точного, полного имиджа предприятия (корпоративных событий, акций, конкурсов, обучения и др.); система*

адаптації; аналитические инструменты для диагностики социально-психологического климата организации, удовлетворенности персонала, индекса счастья каждого сотрудника и расчета возможных репутационных рисков для их предотвращения (предложения для форумов на корпоративном сайте, анкетирование персонала, мониторинг персонала).

**Ключевые слова:** счастье, интракоммуникации, удовлетворенность.

### **Lokotkova-Ternova O. Role of intracommunications in building the happiness of employees in the organization**

*It has been shown that building a corporate culture that builds on employee happiness is an innovative approach to organizational development. It is based on increasing the level of job satisfaction. This is an important indicator of the social well-being of employees of the organization. It is from the degree of employee satisfaction with the work, the improvement of forms of its organization and maintenance depends on the economic efficiency of work, the effectiveness of staff and the organization as a whole. Job satisfaction is the appraisal attitude of a person or group of people to their own work activity, its various aspects. On the basis of the analysis of the basic values of job satisfaction, it is suggested to consider the phenomenon of happiness through the prism of the system of communication, namely in the context of finding effective methods in forming and assessing the degree of satisfaction, creating conditions for achieving happiness by employees. It is shown that the goal for forming the satisfaction of employees as a component of happiness is determined by: close connection and balance of social interactions and efficiency; trust and close relationships; the principle of transparency. The main groups of intercommunication tools are proposed: organizational tools that directly affect the production behavior of employees, as well as the functioning of all personnel management processes (personal meetings of the head of the enterprise with the staff, the policy of open doors, meetings, meetings, corporate standards are developed and implemented); information tools that are professional ways of bringing key information about an organization's activities (scribing, infographics, screencasts, gaming, crowdsourcing, setting, corporate media, social networks, electronic message boards, intranet portals, etc.); communication tools based on the planning, organization, implementation and control of corporate events aimed at forming the unity of communication processes in order to bring to the employees of the organization accurate, complete image of the enterprise (corporate events, actions, competitions, training and adaptation system); analytical tools to diagnose the organization's socio-psychological climate, staff satisfaction, each employee's happiness index, and calculate possible reputational risks to prevent them (proposals for forums on the corporate site, staff questionnaires, staff monitoring).*

**Key words:** happiness, intracommunication, satisfaction.