

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Саратовский национальный исследовательский государственный  
университет им. Н.Г. Чернышевского»

**«Сравнительный анализ социально-психологического климата,  
ценностных ориентаций и мотиваций в инновационном и  
традиционном коллективе»**

АВТОРЕФЕРАТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА  
студента 4 курса  
направления 37.03.01 «Психология»  
факультета психологии  
Кафедра общей и социальной психологии  
Гусына Анны Сергевны

**Научный руководитель**

к. соц.н., доцент

А.А. Понукалин

**Зав. кафедрой,**

д. псих. н., профессор

Л.Н.Аксеновская

**Саратов-2016 г.**

## **Введение.**

Организация – это сообщество людей, которые координируют свою деятельность для достижения общих целей. Под этим словом можно понимать и маленькую фирму, и громадную корпорацию, научное учреждение и армейское подразделение. В качестве примеров организаций могут выступать как международные объединения и крупные концерны, так и малые предприятия и частные фирмы. Организация – один из основных субъектов хозяйственных отношений в рыночной экономике.

Перед каждой организацией стоят определенные цели и задачи. Чтобы их достичь, она использует все ресурсы, которые ей доступны. Примером могут служить: человеческие ресурсы, материальные, финансовые и т.д. Чем больше целей стоит перед организацией, тем сложнее ее структура.

По способу организации структуры в коллективе, их можно разделить на традиционные и инновационные. Концепции, на которых базируются традиционные и инновационные коллективы в России схожи между собой, поскольку основой являются: национальная культура, российский менталитет. С другой стороны, между ними есть различия. Для каждого типа организации характерны свои культура, климат, структура.

Для традиционных коллективов характерно: стабильная иерархическая структура с четким распределением функций; при решении возникающих проблем ориентация на прошлый опыт; минимализация риска; узкая специализация работников.

Так как инновация подразумевает под собой нововведение, следовательно, в инновационных коллективах поощряется инициативность, творческий поиск, нестандартный подход к решению проблем, т.е. высоко ценятся именно индивидуальные качества сотрудника, его интеллект, знания, креативность.

Подходов к изучению инноваций с каждым годом становится все больше, поскольку понятие инновации является очень сложным и многоаспектным.

Способы взаимодействия между сотрудниками в коллективе зависят от организационной культуры, которая существует в данной организации.

Организационная культура играет большую роль в жизнедеятельности организации. Ее создателями и носителями являются люди, но со временем она становится самостоятельным фактором, оказывающим влияние на поведение сотрудников, в зависимости от тех ценностей, традиций и норм, которые были заложены изначально.

Одним из важнейших факторов, влияющих на организацию трудовой деятельности и сплоченности коллектива, является социально-психологический климат. Парыгин Б.Д. в своем учебном пособии «Социальная психология» отмечает следующее: «Социально-психологический климат выступает также в качестве полифункционального показателя уровня психологической включенности человека в деятельность, меры психологической эффективности этой деятельности, уровня психического потенциала личности и коллектива, масштаба и глубины барьеров, лежащих на пути реализации психологических резервов коллектива».

Еще одним фактором, который мы будем рассматривать в данной работе, является мотивация. Поняв мотивацию человека, мы можем сделать вывод о том чем он руководствуется, совершая ту или иную деятельность.

Для грамотной организации работы в коллективе, руководитель должен заниматься вопросом мотивации персонала. Если правильно мотивировать сотрудников, то можно увеличить показатель трудовой деятельности, как в качественном, так и в количественном выражении.

Изучение ценностных ориентаций дает нам возможность выявить связь между ценностями личности и теми ценностями которые диктует нам социум. Меняется мир, меняется человек, меняются ценности. При профессиональной ориентации человека важно учитывать как ценностные ориентации, которые существуют в обществе, так и индивидуальные особенности.

В последнее время вопрос об исследовании социально-психологического климата в коллективе становится все актуальнее. Это можно объяснить тем, что вследствие научно-технического прогресса жизнь индивида усложняется, вместе с этим усложняется его психическая составляющая. Создание благоприятного социально-психологического климата в коллективе задача сложная, так как через социально-психологический климат социум воздействует на человека, оказывая влияние на формирование его мировоззрения, а так же на работоспособность. А работоспособность каждого сотрудника в отдельности, в свою очередь, качественно отражается на работе всего коллектива в целом. Как следствие растет качество выпускаемого продукта и производительность труда. С другой стороны социально-психологический климат служит показателем развития социума. Потому что именно в нем заложены основы развития и совершенствования, как личности, так и группы и общества в целом.

**Цель исследования:** изучить и провести сравнительный анализ социально-психологического климата, ценностных ориентаций и мотиваций в инновационном и традиционном коллективе.

**Объект исследования:** традиционный и инновационный коллектив.

**Предмет исследования:** социально-психологический климат, ценностные ориентации, личностная мотивация.

**Задачи:**

1. Изучить литературу по данной теме.
2. Дать определение инновационного и традиционного коллектива.
3. Обозначить понятия социально-психологический климат, ценностные ориентации, мотивация в коллективе.
4. Выбрать методы исследования и обосновать их выбор.
5. Провести сравнительный анализ и сделать выводы исследования.

**Гипотеза исследования** состоит в том, что существует разница между связями таких показателей как социально-психологический климат, мотивации и ценностной ориентации в инновационном и традиционном коллективе.

**Новизна исследования:** подобран комплекс методик позволяющий провести сравнительный анализ социально-психологического климата, мотивации, ценностных ориентаций как в инновационном так и в традиционном коллективе.

**Методы исследования:**

1. Личностно-ориентированные методики (исследование мотивации и ценностных ориентаций);
2. Социально-психологические методики (исследование социально-психологического климата);
3. Математические методики (коэффициент корреляции Пирсона).

**Выводы по первой главе.**

В первой части мы рассмотрели теоретическую основу таких понятий как мотивация, ценностные ориентации, социально-психологический климат. Дали определение организации, инновации.

Для понимания чем руководствуется человек в своих действиях, мы должны понимать те мотивы, которые движут им при принятии решения. Изучение мотивации включает в себя такие аспекты, как выявление первоначальных причин действий, представление об идеальной модели поведения субъекта, для достижения желаемого результата. Но нельзя забывать, что человек не ведет свою деятельность в идеальном мире, где все идет строго по плану, поэтому нужно учитывать социальные, социально-экономические и нравственно этические аспекты жизни человека.

Изучением мотивов поведения человека занимались еще с древних времен. До 20го века понятие мотивации неотделимо от понятия потребности. Это прослеживается в трудах Демокрита, Героклита, Сократа, Платона, Аристотеля, Спинозы. Первыми кто разделили потребности на первичные и вторичные были Г.Олпорт, К.Левин. Но чаще всего, говоря о мотивации, мы прибегаем к теории Абрахама Маслоу. В этой теории он говорит, что все мотивы связаны друг с другом, их нельзя обособить, отделить друг от друга. Наши желания не являются самой целью, они являются определенным этапом на пути достижения этой цели.

Так же мы рассмотрели типы, механизмы, стратегии мотивации у людей.

Ценности – объекты и явления, наиболее важные, с точки зрения субъекта, которые являются целями и ориентирами его жизнедеятельности. Отвечают основным потребностям субъекта, служат средством их удовлетворения.

Основой всякой организационной культуры в микроколлективе составляют ценности и нормы поведения, воспроизводящие те нормы и ценности которые уже существуют в организации в целом.

Для того чтобы говорить о социально-психологическом климате в коллективе, мы разобрались в таких понятиях как группа и организация. Группы могут быть малые, средние, большие. По способу объединения группы можно разделить на первичные и вторичные.

В самом широком плане социальная группа - это общность людей, выделяемая из целостной социальной системы на основе определенного признака.

Организация выполняет огромную стратегическую роль в общественной жизни, объединяя людей на основании общей деятельности.

По способу образования различают организации, созданные естественным или искусственным путем.

Основываясь на том, что каждая организация – это общность людей, обладающих своими социальными взглядами, целями и желаниями, выделяют унитарные и плюралистические организации.

Инновация подразумевает под собой нововведение, следовательно, в инновационных коллективах поощряется инициативность, творческий поиск, нестандартный подход к решению проблем, т.е. высоко ценятся именно индивидуальные качества сотрудника, его интеллект, знания, креативность.

Любой человек не может существовать изолированно от окружающих. Попадая в общество, человек сталкивается с новой для него культурой и социально-психологическим климатом. Поэтому мы дальше рассмотрели эти понятия.

Культура включает в себя ценности, традиции, обычаи, формировавшиеся в обществе на протяжении многих лет. Каждая

организация обладает своей культурой. Ее составными частями являются артефакты, провозглашённые ценности, базовые представления.

Культура организации влияет на формирование социально-психологического климата в коллективе. Социально-психологический климат – это устойчивая система внутренних связей группы, проявляющаяся в эмоциональном настрое, общественном мнении и результатах деятельности.

### **Выводы по второй главе.**

Проведя методику, направленную на изучение социально-психологического климата в двух коллективах, инновационном и традиционном, были получены следующие результаты: в первом коллективе показатель социально-психологического климата равен 20,5, а во втором коллективе – 18,6. В обоих коллективах показатель попадает в промежуток от +8 до +21. Это говорит нам о том, что социально-психологический климат в коллективах является благоприятным. Это является средним показателем. Можно сделать вывод о том, что в коллективе преобладает доброжелательная атмосфера, между членами данных коллективов хорошо налажены коммуникации, в решении внутри групповых вопросов заинтересованы все участники данной группы.

Результаты следующей методики направленной на изучение мотивации показали нам, что в первом коллективе можем наблюдать преобладание общежитейской направленности (70%) над рабочей (деловой) (30%). Во втором коллективе, так же общежитейская направленность (83%) преобладает над рабочей (деловой) (17%). Что говорит о стремлении людей в первую очередь создать вокруг себя зону комфорта. Большую роль в их жизни занимают общение и социальный статус.



Анализируя результаты опросника, направленного на изучение ценностных ориентаций, мы видим, что в первом коллективе преобладают такие шкалы как власть, достижение, гедонизм, стимуляция, самостоятельность. Это означает, что в данном коллективе работают люди ориентированные на самовозвышение, открытые к изменениям. Высокий показатель по шкале власть говорит нам о том, что в данном коллективе работают люди ориентированы на достижение значимого социального статуса, престижа, уважение, авторитета среди окружающих. То, что сотрудники, в данном коллективе, достаточно высоко оценивают показатель достижение, говорит нам о том, что стремятся добиваться успехов в своей деятельности, быть компетентными в своей работе, в соответствии с социально-значимыми стандартами, которые существуют на данный момент в обществе. Не смотря на высокую ориентированность на общественное мнение, у большинства сотрудников в данном коллективе высокие показатели по шкалам гедонизм и самостоятельность, что говорит нам о том, что люди ориентированы на получение удовлетворения своих потребностей, они самостоятельно делают выбор о способах поведения в тех или иных ситуациях. Показатель стимуляции говорит нам о том, что люди готовы к изменениям и нововведениям в их окружении. Они быстрее способны адаптироваться к данным процессам в их работе.

Во втором коллективе, можно наблюдать преобладание таких ценностей как безопасность, традиции, конформизм, универсализм и доброта. На основании этих данных мы можем говорить, о том, что в данном коллективе работают достаточно консервативные люди. Высокие показатели по шкалам конформизм, традиции и безопасность, говорят нам о том, что люди привыкли жить по уже установленным порядкам, боясь что-то изменять, руководствуясь тем что это может навредить им самим, людям которые находятся рядом, или работе организации в целом. Именно поэтому они стремятся сдерживать все действия, которые считают

новыми, не понятными и соответственно опасными. Шкалы универсализм и доброта указывают на ориентированность на людей вокруг них. Они базируются на потребности в социальном контакте, построение отношений на принципах понимания, терпимости, добром отношении и защите людей, близких им в эмоциональном плане.

При проведении корреляционного анализа, по коэффициенту корреляции Пирсона, между такими показателями как социально-психологический климат и мотивационная сфера личности в двух коллективах, и при последующем сравнении полученных данных, мы можем увидеть, что реализация творческого потенциала в деятельности, играет значимую роль в поддержании социально-психологического климата как в первом, так и во втором коллективе.

При проведении корреляционного анализа, по коэффициенту корреляции Пирсона, между такими показателями как социально-психологический климат и ценностные ориентации, и последующем сравнении, можем сделать вывод, что несмотря на предыдущее результаты, в которых рассматривались ценности каждой из групп, в первом коллективе была обнаружена связь между ценностями и социально-психологическим климатом, а у второго коллектива нет. При этом в первом коллективе, не смотря на то что в нем преобладают такие ценности, как власть, стимуляция и самостоятельность, для поддержания социально-психологического климата для них важны такие ценности как комфортность и безопасность.

При проведении корреляционного анализа, по коэффициенту корреляции Пирсона, между такими показателями как мотивационная сфера личности и ценностные ориентации, и последующем сравнении, можно отметить, что существуют различия в связях между мотивационным компонентом и ценностными ориентациями. Это видно из данных полученных при анализе связей, которые выстраиваются с такими

мотивами как жизнеобеспечение, социальный статус, творческая деятельность, общественная полезность. В тоже время связь ценностных ориентаций с такими мотивами как комфорт, общение, общественная деятельность существенно не отличается в коллективах.

### **Заключение.**

В своем исследовании мы ставили перед собой цель провести сравнительный анализ социально-психологического климата, ценностных ориентаций и мотиваций в инновационном и традиционном коллективе.

Нами был сделан теоретический обзор, в котором мы рассмотрели различные возможности мотивации персонала, влияние ценностей на формирование коллектива, социально-психологический климат, как фактор, отражающий эмоциональную среду в организации, и влияющий на ее жизнедеятельность.

Наша гипотеза опиралась на то, что существует разница между связями таких показателей как социально-психологический климат, мотивации и ценностной ориентации в инновационном и традиционном коллективе. По результатам эмпирического исследования, можно сделать вывод о том, что гипотеза подтвердилась.

В коллективах можно наблюдать различия при рассмотрении связи между мотивацией и ценностными ориентациями. В инновационном коллективе из ценностных ориентиров преобладают стремление к власти, желание приобрести значимый социальный статус, нацеленность на достижение. В традиционном коллективе прослеживается преобладание традиций, конформности и универсализма.

Но при этом мы можем наблюдать, что для сотрудников обоих коллективов является важной возможностью творческой реализации при решении сложных задач.