

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра психологии личности
наименование кафедры

Мотивационная структура личности представителей поколений X, Y,
наименование темы выпускной квалификационной работы полужирным шрифтом

Z

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студента (ки) 4 курса 461 группы

направления
(специальности) 37.03.01 «Психология»
код и наименование направления (специальности)

факультета психологии
наименование факультета, института, колледжа

Гурской Ольги Юрьевны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель
(руководитель)
зав. кафедрой, д-р психол.
наук, профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Рягузова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
д-р психол. наук, профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Рягузова

инициалы, фамилия

Введение. Различные социокультурные, политические условия и степень научно-технического прогресса в обществе оказывают влияние на формирование личностей индивидов, которые в зависимости от временного периода своего развития, могут отличаться друг от друга по ряду психологических показателей. К сожалению, теория поколений У. Штрауса и Н. Хоува разрабатывается преимущественно в русле маркетинговых и социологических исследований. В русскоязычном научном пространстве присутствуют отдельные попытки осмысления данной проблемы в психологическом ключе, но, тем не менее, наблюдается критическое отсутствие методологической разработанности данного конструкта в психологической науке.

Ключевое значение особенности мотивационной сферы личности индивидов, принадлежащих к разным поколениям, приобретают в организационной среде. Крайне важно учитывать разные виды мотиваций и отличия в их выраженности при стимулировании сотрудников к осуществлению профессиональной деятельности, поскольку индивиды разных поколений имеют, соответственно, разные ценности, потребности, смыслы, которые необходимо учитывать при разработке систем позитивной мотивации работников. Эффективность системы стимулирования и мотивации сотрудников, в свою очередь, способна обеспечивать более высокую производительность и качество их труда, что сказывается на успешности положения компании на рынке.

Цель исследования: выявить различия в мотивационной структуре личности у представителей поколений X, Y, Z.

Теоретические задачи исследования:

- 1) Проанализировать теоретико-методологические основания исследования мотивационной структуры личности;
- 2) Раскрыть психологическое содержание теории поколений У. Штрауса и Н. Хоува;

3) Рассмотреть существующие в психологии представления о различиях в мотивационной структуре личности между представителями поколений X, Y, Z.

Эмпирические задачи исследования:

1) провести диагностику выраженности параметров мотивационной структуры личности (мотивации достижения, мотивов аффилиации, мотиваций профессиональной карьеры, мотивации одобрения, академических мотиваций) у представителей поколений X, Y, Z;

2) проверить полученные данные по используемым методикам на нормальность распределения с помощью одновыборочного критерия Колмогорова – Смирнова;

3) выявить различия в мотивационной структуре личности у представителей поколений X, Y, Z с помощью t-критерия Стьюдента для двух независимых выборок.

Гипотеза исследования: существуют различия в мотивационной структуре личности у представителей поколений X, Y, Z, а именно в выраженности мотивации достижения, мотивов аффилиации, мотивов профессиональной карьеры, мотивации одобрения и видов академической мотивации.

Объект исследования: мотивационная структура личности у представителей поколений X, Y, Z.

Предмет исследования: различия в мотивационной структуре личности у представителей поколений X, Y, Z.

Методы исследования:

1) «Тест мотивации достижения» М.Ш. Магомед-Эминова (модификация теста-опросника А. Мехрабиана);

2) «Тест мотивов аффилиации (MAFF)» А. Мехрабиана в адаптации С.А. Шапкина;

3) «Методика изучения мотивации профессиональной карьеры» Э. Шейна;

4) «Методика диагностики самооценки мотивации одобрения» Марлоу – Крауна в адаптации Ю.Л. Ханина;

5) «Шкала академической мотивации» Т.О. Гордеевой, О.А. Сычева, Е.Н. Осина;

6) статистическая программа IBM SPSS Statistics 23 for Windows (одновыборочный критерий Колмогорова–Смирнова, t-критерий Стьюдента для двух независимых выборок).

Теоретико-методологической основой исследования выступили работы Е.П. Ильина, М.Х. Мескона, А.А. Тузовой, Г.А. Ковалева, А.Г. Маслоу, Х. Хекхаузена, В.К. Вилюнаса, В.С. Мерлина, С.Л. Рубинштейна, Е.Н. Баканова, А.Н. Леонтьева, С.Г. Московичева, А.В. Салькова, М.В. Михалевой, А.В. Солнцевой, Н.Е. Петровской, В.В. Дьяковой, Д.П. Чистяковой, С.А. Горохова, И.Д. Заплитного, А.Д. Беловой, К.О. Герасименко, В.В. Ермолаева, Н. Хоува, У. Штрауса.

Эмпирическая база исследования: выборку составили 50 респондентов, являющихся представителями поколений X (1963–1984 гг. рождения; n=10), Y (1985–2000 гг. рождения; n=15), Z (2001 и последующих гг. рождения; n=25), из которых 39 респондентов женского пола, 11 респондентов мужского пола. Года рождения респондентов варьируют от 1978 до 2008 гг. (M=2001 – поколение Z).

Объем и структура дипломной работы. Дипломная работа состоит из введения, двух глав, выводов, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Научная новизна и теоретическая значимость исследования состоят в развитии теории поколений У. Штрауса и Н. Хоува с позиций психологической науки. Исследование вносит вклад в понимание особенностей мотивационной сферы личности у представителей поколений X, Y, Z.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных знаний в различных отраслях практической психологии, в частности, в организационной и консультативной психологии.

Основное содержание работы. По результатам расчета одновыборочного критерия Колмогорова – Смирнова, проводимого для проверки типа распределения в выборке, можно сделать вывод о том, что распределение в выборке близко к нормальному (в 15 из 21 шкалы).

Совокупная выборка респондентов была дифференцирована на три группы в соответствии с их принадлежностью к поколениям X (1963–1984 года рождения; $n=10$), Y (1985–2000 года рождения; $n=15$), Z (2001 и дальнейшие года рождения; $n=25$). Выделенные группы респондентов последовательно сравнивались между собой для выявления различий в мотивационной сфере личности с помощью t-критерия Стьюдента для двух независимых выборок (так как распределение близко к нормальному).

Было обнаружено 6 значимых различий ($p<0,05$) между группами респондентов, принадлежащих к поколениям X и Y:

1) Различие в показателе «Мотивация достижения» (среднее поколения X = 99,40; среднее поколения Y = 102,73). Можно предположить, что стремление к достижению успеха у лиц поколения Y выражено больше, чем у поколения X вследствие того, что скорость научно-технического прогресса, изменений в обществе (как политических, так и экономических), на время которых пришлось становление данного поколения, обуславливает их потребность в достижении успеха (материального благополучия, карьерного роста и др.) «здесь и сейчас», а не в долгосрочной перспективе;

2) Различие в показателе «Страх быть отвергнутым» (среднее поколения X = 123,46; среднее поколения Y = 118,50). Можно предположить, что более высокая выраженность страха отвержения Другими у поколения X обусловлена социокультурными условиями становления данного поколения: представители поколения X еще застали доминирование коллективистских ценностей в советском обществе, в котором было крайне важно принятие человека различными ячейками общества – семьей, товарищами по учебе, работе, партией и т.д., которое во многом зависело от соответствия личности идеалу «советского человека»;

3) Различие в показателе «Стабильность места работы» (среднее поколения X = 13; среднее поколения Y = 11,13) и различие в показателе «Стабильность места жительства» (среднее поколения X = 17,20; среднее поколения Y = 12,13). Можно предположить, что для представителей поколения X важность стабильности места жительства и места работы также обусловлена социокультурными условиями формирования этого поколения: в СССР существовала практика трудоустройства граждан по распределению, то есть государство гарантированно обеспечивало начинающих специалистов местом работы (что служило также средством снижения показателей внутренней миграции и обеспечения специалистами разных профилей даже отдаленных территорий СССР), также была возможность бесплатно получить квартиру от государства в порядке очередности (что, в свою очередь, затрудняло мобильность граждан и «привязывало» их к определенному месту жительства). Однако кроме перечисленных социально-экономических факторов, на мой взгляд, значимую роль играют ценности поколения X – их ориентация на патриотизм, приверженность организации, в которой работают, желание принести пользу обществу и государству и др.;

4) Различие в показателе «Служение» (среднее поколения X = 36,5; среднее поколения Y = 32). Можно предположить, что большая выраженность данной карьерной мотивации у респондентов поколения X связана с тем, что важной составляющей советской идеологии была ориентация граждан на жертвенность ради общественного благополучия, на стремление приносить пользу другим людям, сделать мир лучше и т.д.;

5) Различие в показателе «Мотивация одобрения» (среднее поколения X = 8,3; среднее поколения Y = 8,2). Можно предположить, что преобладание выраженности мотивации одобрения у лиц поколения X сопряжено с тем, что в связи с доминированием в советском обществе коллективистских ценностей индивидам было важно получать признание и одобрение со стороны Других (семьи, друзей, коллег, членов партии и др.) не только для удовлетворения потребности в принятии, но и для продвижения по карьерной лестнице, например;

б) Различие в показателе «Интроецированная мотивация» (среднее поколения X = 9,66; среднее поколения Y = 11,40). Можно предположить, что у лиц поколения Y данная академическая мотивация выражена в большей степени в силу того, что становление рыночной экономики связано в том числе с возникновением платных образовательных услуг (в то время как в СССР обучение в вузах для граждан было бесплатным, исключительно по результатам вступительных экзаменов), то есть представители поколения Y могут испытывать чувства стыда и долга перед собой и значимыми Другими, например, перед родителями, которые «отдают последнее», чтобы ребенок получил достойное образование.

Также было обнаружено 9 значимых различий ($p < 0,05$) между группами респондентов, принадлежащих к поколениям X и Z:

1) Различие в показателе «Мотивация достижения» (среднее поколения X = 99,40; среднее поколения Z = 108,12). Можно предположить, что у лиц поколения Z мотивация достижения выражена в большей степени, так как они ориентированы на индивидуализм и потребление – данным индивидам крайне важно достижение краткосрочных целей (поскольку темп жизни и скорость изменений в обществе увеличиваются), самоутверждение в социуме за счет тех или иных достижений (материальных, академических и др.);

2) Различие в показателе «Страх быть отвергнутым» (среднее поколения X = 129,6; среднее поколения Z = 118,5). Можно предположить, что для лиц поколения X характерна большая выраженность страха отвержения Другими, поскольку в советском обществе доминировали коллективистские ценности – чрезвычайно значимым было принятие индивида различными социальными группами (в том числе, для достижения профессиональных и карьерных успехов) благодаря его соответствию их идеалам и ценностям («примерный член партии / семьянин» и т.д.);

3) Различие в показателе «Профессиональная компетентность» (среднее поколения X = 27,56; среднее поколения Z = 15,90). Можно предположить, что большая выраженность данной карьерной мотивации у поколения X может быть обусловлена тем, что для лиц данного поколения наиболее важным является реализация своего потенциала и способностей в профессиональной деятельности, достижение мастерства, а не, например, социального статуса, материального благополучия или стремление к управлению и т.д., что может быть более важно для представителей поколения Z;

4) Различие в показателе «Менеджмент» (среднее поколения X = 23,80; среднее поколения Z = 27,48). Можно предположить, что лицам, принадлежащим к поколению Z, более свойственна выраженность данной карьерной мотивации в силу того, что профессии, связанные с менеджментом, получили большое распространение в период зарождения рыночной экономики в России, который приходится на время формирования поколения Z. Кроме того, для представителей поколения Z характерна многозадачность, которая соответствует требованиям к данному рода деятельности: уметь в краткие сроки организовать и интегрировать усилия разных людей для реализации одного общего проекта, эффективно управлять данным процессом и т.д.;

5) Различие в показателе «Стабильность места работы» (среднее поколения X = 13; среднее поколения Z = 14,92). Можно предположить, что для поколения Z большое значение имеет стабильность места работы в силу особенностей функционирования рыночной экономики: высокой конкуренции, неопределенности, быстрых изменений на рынке труда (например, какие-то профессии могут исчезать в связи с развитием научно-технического прогресса или терять востребованность), поэтому для представителей данного поколения важно иметь надежный источник дохода и профессиональной самореализации;

6) Различие в показателе «Стабильность места жительства» (среднее поколения X = 17,20; среднее поколения Z = 12,92). Можно предположить, что поколение Z не так высоко, как поколение X, ценит стабильность места жительства, так как данные индивиды ориентированы на индивидуализм и самореализацию: им не так важна «малая Родина», как возможности увеличения дохода, карьерного или личностного роста, которые более доступны в мегаполисах, чем в провинциальных городах;

7) Различие в показателе «Вызов» (среднее поколения X = 26,20; среднее поколения Z = 27,04). Можно предположить, что для поколения Z особую роль в карьерной самореализации играет возможность конкурировать с Другими – «бросать» им вызов, побеждать их, преодолевать какие-либо препятствия или трудные задачи в профессиональной деятельности, что, в совокупности, позволяет данным индивидам повышать чувство собственной значимости и самооценку (за счет субъективного переживания «Я лучше, чем Другие»);

8) Различие в показателе «Мотивация саморазвития» (среднее поколения X = 11,20; среднее поколения Z = 11,68). Можно предположить, что несколько большее стремление поколения Z к саморазвитию может быть обусловлено открывающимися перед ними широкими возможностями: благодаря научно-техническому прогрессу (в частности, Интернету и технологиям дистанционного обучения) индивиды получают возможность развивать свои способности и потенциал в разных сферах деятельности и самыми различными способами – от просмотра обучающих видео до прохождения образовательных курсов в университетах с мировой известностью. Поколение Z как «дети Интернета», возможно, более компетентно в цифровых технологиях и лучше ориентируется в спектре образовательных возможностей, однако данное предположение нуждается в дополнительной эмпирической проверке;

9) Различие в показателе «Мотивация самоуважения» (среднее поколения X = 10,60; среднее поколения Z = 11,20). Можно предположить, что при осуществлении академической деятельности для поколения Z наиболее важен не сам процесс познания, а возможность ощутить собственную значимость, повысить свою самооценку благодаря каким-либо учебным достижениям или субъективному ощущению принадлежности к академической среде.

Кроме того, было обнаружено 1 значимое различие ($p < 0,05$) между группами респондентов, принадлежащих к поколениям Y и Z:

1) Различие в показателе «Менеджмент» (среднее поколения Y = 18,60; среднее поколения Z = 27,48). Можно предположить, что большая выраженность данной карьерной мотивации у поколения Z обусловлена не только их многозадачностью, но и развитостью навыков межличностного общения – высоким уровнем принятия Других, отрицательным отношением к любым видам дискриминации и т.д., что может обеспечивать их успешность в сфере организации и управления другими людьми, однако данное предположение нуждается в дополнительной эмпирической проверке.

Заключение. Исследование мотивационной структуры личности представителей поколений X, Y, Z приобретает особую значимость в настоящее время в силу утраты эффективности многих методов мотивации персонала в организациях по отношению к эхо-поколениям и к поколению Z – привычные и ранее действенные методы не применимы к новым поколениям, в частности потому, что их представители ориентированы на другие цели, ценности и смыслы в деятельности, не являющиеся «мишенью» данных методов. Именно поэтому знание индивидуально-психологических особенностей поколений X, Y, Z, к которым относится также мотивационная структура личности (в частности, доминирующие типы мотиваций у каждого поколения), позволит адаптировать существующие или выработать новые методы мотивации персонала с учетом отношения индивида к тому или иному поколению для повышения эффективности и продуктивности его профессиональной деятельности.

Цель данного исследования – выявить различия в мотивационной структуре личности у представителей поколений X, Y, Z – была раскрыта в теоретических и эмпирических задачах работы, а также послужила основой для формулировки гипотезы исследования.

Выборку исследования составили 50 респондентов, которые являются представителями поколений X (1963–1984 гг. рождения; n=10), Y (1985–2000 гг. рождения; n=15), Z (2001 и последующих гг. рождения; n=25).

Исследование проводилось в II этапа:

На I этапе исследования проводилась диагностика выраженности различных видов мотивации у респондентов (мотивации достижения, карьерных мотиваций, академических мотиваций, мотивов аффилиации, мотивации одобрения).

На II этапе исследования проводилась математико-статистическая обработка полученных результатов и подтверждение / опровержение выдвинутой гипотезы. В качестве методов анализа нами использовался одновыборочный критерий Колмогорова – Смирнова и t-критерий Стьюдента для двух независимых выборок.

К ограничениям проведенного исследования можно отнести малый объем выборки ($n=50$) и подвыборку представителей поколений X, Y, Z; преобладание в выборке лиц женского пола ($n=39$) и лиц, являющихся представителями поколения Z ($n=25$).

К перспективам данного исследования можно отнести возможность разработки методов мотивации персонала с учетом индивидуально-психологических особенностей индивидов, обусловленных их принадлежностью к тому или иному поколению.