

---

**ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ**

---

*Рзаева Э.Н.*

*доцент, кандидат психологических наук  
Московский автомобильно-дорожный институт (ГТУ)  
Россия, Москва*

**АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена такой актуальной теме как социально-психологический климат в компании. Актуальность заключается в том, что человек в своей жизни постоянно находится в обществе. Чтобы чувствовать себя комфортно, ему необходима благоприятная обстановка в коллективе.

**ABSTRACT**

The article is devoted to such an urgent topic as the socio-psychological climate in the company. The relevance lies in the fact that a person in his life is constantly in society. To feel comfortable, he needs a favorable environment in the team.

**Ключевые слова:** коллектив, общество, социально-психологический климат, факторы среды, статус, престиж профессии

**Keywords:** team, society, socio-psychological climate, environmental factors, status, prestige of the profession

В современных условиях постоянно растет интерес к явлению социально-психологического климата коллектива.

Совершенствование социально-психологического климата коллектива – это задача развертывания социального и психологического потенциала общества и личности, создания наиболее полнокровного образа жизни людей. Формирование благоприятного социально-психологического климата трудового коллектива является одним из важнейших условий борьбы за рост производительности труда и качество выпускаемой продукции. Вместе с тем, социально-психологический климат является показателем уровня социального развития коллектива и его психологических резервов, способных к более полной реализации. А это, в свою очередь, связано с перспективой возрастания социальных факторов в структуре производства, с совершенствованием как организации, так и условий труда.

Эффективность совместной деятельности во многом зависит от оптимальной реализации личностных и групповых возможностей. Благоприятная атмосфера в группе не только продуктивно влияет на результаты, но и перестраивает человека, формирует его новые возможности и проявляет потенциальные. В связи с этим возникает необходимость в оптимизации стиля межличностного взаимодействия.

Психологический климат - это эмоциональная окраска психологических связей членов коллектива, возникающая на основе близости, симпатии, совпадения характеров, интересов склонностей<sup>1</sup>. Щепель считал, что климат отношений между людьми состоит из трех климатических зон. Первая климатическая зона – социальный климат, который определяется тем, насколько в данном коллективе осознаны цели и задачи общества, насколько здесь гарантировано соблюдение всех конституционных прав и

обязанностей работников как граждан. Вторая климатическая зона - моральный климат, который определяется тем, какие моральные ценности в данном коллективе являются принятыми. Третья климатическая зона - это психологический климат, те неофициальные отношения, которые складываются между работниками, находящимися в непосредственном контакте друг с другом. Психологический климат – это микроклимат, зона действия которого значительно более локальна социального и морального климата. В целом этот феномен принято называть социально-психологическим климатом коллектива.

В американской социальной психологии также много говорят об «организационном климате» на промышленных предприятиях, об отношениях рабочих и менеджеров. Теория «человеческих отношений» Э. Мейо опирается в первую очередь на формирование психологического климата отношений между работниками.

При изучении климата необходимо иметь в виду два его уровня. Первый уровень – статический, относительно постоянный. Это устойчивые взаимоотношения членов коллектива, их интерес к работе и коллегам по труду. На этом уровне социально-психологический климат понимается как устойчивое, достаточно стабильное состояние коллектива, которое, однажды сформировавшись, способно долгое время не разрушаться и охранять свою сущность, несмотря на те трудности, с которыми сталкивается коллектив. С этой точки зрения, сформировать благоприятный климат в коллективах довольно трудно, но в то же время легче поддерживать его на определенном уровне, уже сформированном ранее.

Для того чтобы самым общим образом охарактеризовать условия деятельности той или иной группы, ее внутреннюю обстановку, в последнее время часто используются понятия «социально психологический климат», «морально-

психологический климат», «психологический климат», «эмоциональный климат». Применительно к трудовому коллективу иногда говорят о «производственном» или «организационном» климате. В большинстве случаев эти понятия употребляются примерно в идентичном смысле, что, однако не исключает значительной вариативности в конкретных определениях. В отечественной литературе насчитывается несколько десятков определений социально-психологического климата и различных исследовательских подходов к этой проблеме.

Социально-психологический климат группы представляет собой состояние групповой психики, обусловленное особенностями жизнедеятельности данной группы. Это своеобразный сплав эмоционального и интеллектуального – установок, настроений, чувств мнений членов группы как отдельных элементов социально-психологического климата.

На формирование социально-психологического климата оказывает влияние ряд факторов макро- и микросреды.

Факторы, макросреды – это тот общественный фон, на котором строятся и развиваются отношения людей. К этим факторам относятся:

1. Общественно-политическая ситуация в стране – ясность и четкость политических и экономических программ, доверие к правительству и пр.
2. Экономическая ситуация в обществе – баланс между уровнями технического и социального развития.
3. Уровень жизни населения – баланс между заработной платой и уровнем цен, потребительская способность населения.
4. Организация жизни населения – система бытового и медицинского обслуживания.
5. Социально-демографические факторы – удовлетворение потребностей общества и производства в трудовых ресурсах.
6. Региональные факторы – уровень экономического и технического развития региона.

У каждого человека есть собственное внутреннее отношение к своему труду и товарищам по работе, собственная установка на труд и коллектив. Она определяется воспитанием, жизненным опытом, социальным окружением. Совокупность установок всех членов коллектива (установки на дружелюбие и сотрудничество или напротив враждебность, неприязнь, самоизоляцию) создает общую психологическую обстановку. Ничто так не мешает делу, как постоянное отсутствие настроения для работы и враждебность со стороны товарищей. Тогда начинает работать эффект «социальной ингибиции» и мотивация к труду резко падает. Это препятствует повышению трудовых показателей гораздо больше, чем даже отсутствие автоматизации, передовой технологии или надлежащих экономических условий. От

мотивации и настроения людей зависят инициатива, творческий поиск, изобретательность.

Благоприятный климат каждым человеком переживается как состояние удовлетворенности отношениями с товарищами по работе, руководителями, своей работой, ее процессом и результатами. Это повышает настроение человека, его творческий потенциал, положительно влияет на желание работать в данном коллективе, применять свои творческие и физические силы в пользу окружающим людям.

Судить о состоянии социально-психологического климата коллективе можно по такому важному показателю, как удовлетворенность–неудовлетворенность. Нужно знать: довольны и недовольны отдельные работники своим статусом, заработной платой, содержанием своего труда, отношениями в коллективе. Необходимо иметь в виду, что субъективная удовлетворенность каждого работника – это одна из целей руководителя коллектива и психолога на предприятии. Но и то же время неудовлетворенность работника служит важным побудительным стимулом его творческих поисков. В конкретном социально-психологическом исследовании климата необходимо учитывать полярный характер такого показателя, как удовлетворенность. Субъективная удовлетворенность – крайне специфическая вещь. Одни и те же условия вполне устраивают одного человека и абсолютно не устраивают другого. На психологическом уровне удовлетворенность выражена соотношением субъективной оценки того, что человек отдает обществу, того, что он получает взамен. Удовлетворенность–неудовлетворенность человека работой может быть вызвана разными обстоятельствами. Среди них наиболее существенными являются:

- а) характер труда;
- б) размер заработной платы;
- в) престиж профессии;
- г) перспективы повышения квалификации, разряда, должностного статуса и пр.;
- д) специфические особенности и условия работы: месторасположение, коллектив, в котором много друзей, удобный режим работы, уважаемый и даже знаменитый руководитель и т. п.;
- е) сопутствующие работе возможности интересных встреч поездок, возможности узнать и научиться новому.<sup>2</sup>

Под макросредой имеется в виду большое социальное пространство, широкое окружение, в пределах которого находится и осуществляет свою жизнедеятельность та или иная организация. Что же сюда входит? Прежде всего, кардинальные особенности общественно-экономического устройства страны, а конкретнее – специфика данного этапа ее развития, что соответствующим образом проявляется в деятельности различных социальных институтов. Степень демократизации общества, особенности государственного

регулирования экономики, уровень безработицы в данном регионе, вероятность банкротства предприятия и т.д. – эти и другие факторы макросреды оказывают определенное влияние на все стороны жизнедеятельности организация в современных условиях. К макросреде относится также уровень развития материального и духовного производства и культуры общества в целом. Наконец, макросреда характеризуется и определенным общественным сознанием, отражающим данное общественное бытие во всей его противоречивости. Таким образом, члены каждой социальной группы и организации являются представителями своей эпохи, определенного исторического периода развития общества.

В качестве существенных факторов макросреды, воздействующих на климат той или иной организации, следует отметить и ее многообразные партнерские связи с другими организациями, а также с потребителями продукции данной организации. Заметим, что в условиях рыночной экономики влияние потребителей на климат организации будет возрастать.

Микросреда предприятия, учреждения – это «поле» повседневной деятельности людей, те конкретные материальные и духовные условия, в которых они работают. Именно на данном уровне те или иные воздействия макросреды обретают для каждой группы свою определенность, связь с реалиями жизненной практики

Какие же обстоятельства, условия повседневной жизнедеятельности формируют то или иное мироощущение и умонастроение первичной трудовой группы, ее социально-психологический климат?

Можно выделить целый ряд воздействий. Прежде всего, отметим факторы материально-вещевой среды. Это и характер выполняемых людьми трудовых операций, и состояние оборудования, качество заготовок или исходного сырья. Большое значение имеют также особенности организации труда – сменность, ритмичность, степень взаимозаменяемости работников, уровень оперативно-хозяйственной самостоятельности первичной группы (например, бригады). Отметим роль и санитарно-гигиенических условий труда, таких как температура, влажность, освещенность, шум, вибрация и т.д.

Известно, что рациональная организация трудового процесса, обеспечение нормальных условий работы и отдыха людей воздействуют позитивным образом на психические состояния каждого работника и группы в целом. И наоборот, те или иные неисправности техники, несовершенства технологии, организационные неурядицы, неритмичность труда, недостаточность свежего воздуха, чрезмерный шум, ненормальная температура в помещении и т.п. факторы

материально-вещной среды сказываются негативно на климате группы. Поэтому первейшее направление совершенствования социально-психологического климата состоит в оптимизации комплекса указанных выше факторов. Эта задача должна решаться на основе разработок специалистов по гигиене и физиологии труда, эргономике и инженерной психологии.<sup>3</sup>

Другую, не менее важную группу факторов микросреды составляют воздействия, представляющие собой групповые явления процессы на уровне первичной трудовой группы. Эти факторы заслуживают пристального внимания в связи с тем, что они являются следствием социально-психологического отражения человеческой микросреды. Будем для краткости называть эти факторы социально-психологическими.

Наряду с системой официального взаимодействия на социально-психологический климат первичной рабочей группы огромное влияние оказывает ее неофициальная организационная структура. Безусловно, товарищеские контакты во время работы и окончании ее, сотрудничество и взаимопомощь формируют иной климат, нежели недоброжелательные отношения, проявляющиеся в ссорах и конфликтах.

Говоря о важном формирующем влиянии неофициальных контактов на социально-психологический климат, необходимо учитывать как количество этих контактов, так и их распределение. Например, в пределах одной бригады могут существовать две и более неформальные группы, причем члены каждой из них (при крепких и доброжелательных внутригрупповых связях) противодействуют членам «не своих» групп.

Рассматривая факторы, влияющие на климат группы, следует, учитывать не только специфику формальной и неформальной организационных структур, взятых обособленно, но и их конкретное соотношение. Чем выше степень единства этих структур, тем позитивнее воздействия, формирующие климат группы.

Отношения человека к данным влияниям, выражаемые в его личных мнениях и настроениях, в поведении, представляют собой его индивидуальный «вклад» в формирование климата группы. Конечно, психику группы не следует понимать лишь как сумму индивидуально-психологических особенностей каждого из ее членов. Это качественно новое образование. Таким образом, для формирования того или иного социально-психологического климата группы имеют значение не столько индивидуальные свойства ее членов, сколько эффект их сочетания. Уровень психологической совместности членов группы также является фактором, обуславливающим большой степени ее климат.<sup>4</sup>

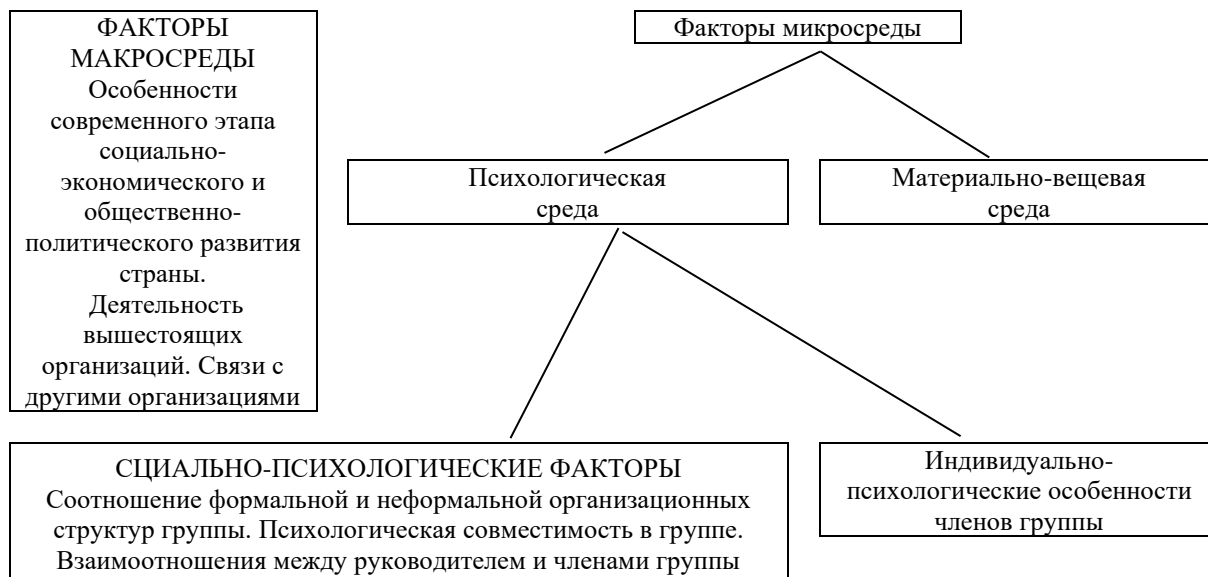


Рис. 1. Факторы, влияющие на социально-психологический климат группы<sup>5</sup>

Среди факторов, влияющих на социально-психологический климат трудового коллектива, выделяют такой социально-психологический феномен, как «климатическое возмущение». «Климатическое возмущение» возникает в результате изменения условий жизнедеятельности коллектива или условий взаимодействия людей и сказывается на самочувствии коллектива в целом или отдельных его представителей. В зависимости от настроения людей выделяют «стенические» или «астенические» «климатические возмущения». Содержание, форма, длительность, эмоциональный тон «климатических возмущений» служат характеристиками его социально-психологического климата, уровня морального развития членов коллектива, уровня стрессоустойчивости людей в совместной трудовой деятельности. Преобладающий в коллективе эмоциональный настрой не остается постоянным не только на протяжении рабочего дня, но и в течение более длительного периода. К внешним эмоциогенным факторам коллективной деятельности относятся социально-экономические и бытовые особенности деятельности, технологические и социально-демографические характеристики взаимодействующих субъектов. Внешние и внутренние (субъективные) факторы, вызывая «климатические возмущения», могут изменять социально-психологический климат в коллективе. (Платонов Ю.П.).<sup>6</sup>

Наиболее важными факторами, определяющими уровень психологического климата производственного коллектива, являются личность руководителя и система подбора и расстановки административных кадров. (Литвинов В.Н.). На него оказывают влияние и личностные качества руководителя, стиль и методы руководства, авторитет руководителя. (Вичев В.В.),

а также индивидуальные особенности членов коллектива.<sup>7</sup>

Руководитель оказывает влияние практически на все факторы, определяющие социально-психологический климат. От него зависят подбор кадров, поощрение и наказание членов коллектива, продвижение их по службе, организация труда работников. Много зависит от его стиля руководства. Выделяют несколько стилей руководства трудовым коллективом.

При бюрократическом стиле руководства содержание управления и форма оказываются оторванными друг от друга. Форма пунктуально соблюдается бюрократом, но она не соответствует ситуации. Действия такого руководителя упорядочены, но это такой порядок действий, который рассчитан на инструктивную, усредненную ситуацию, порядок превращается в самоцель. Для бюрократов характерны: установка на всеобщую организованность, установка на псевдоинициативу (представление себя новаторами), установка «флюгера» (абсолютным критерием важности и эффективности любой работы служит мнение о ней вышестоящего руководства). Таким образом, при бюрократическом стиле руководства происходит деформация коллективных целей трудовой деятельности, выступающая источником возникновения конфликтных ситуаций в трудовых коллективах.

Директивный стиль руководства основывается на жестких и односторонних требованиях, предъявляемых в форме приказов, распоряжений, указаний. Этот стиль выражается в стремлении руководителя к единовластию, единоличному принятию решений и при определенных условиях порождает тип авторитарного руководителя жесткого, бездушного и часто несправедливого.

Наиболее стрессогенным для трудового коллектива выступает автократический стиль руководства, характерными чертами которого являются деловые, краткие распоряжения руководителя, запреты без снисхождения, с угрозой, «сухой язык», неприветливый тон, субъективные похвала и порицания, непринятие в расчет эмоций. В своей деятельности руководители-автократы придерживаются следующих правил: меньше нужно требовать от себя, можно не утруждать себя разбором каких-либо дел, не вникать в их содержание, не советоваться с подчиненными, легче командовать, чем организовывать производственный и воспитательный процесс. Грубость, самодурство может быть средством защиты автократа, ибо деловые взаимоотношения неизбежно выявят его невежество, несостоятельность и как следствие болезненную нетерпимость к критике. Автократ считает, что подчиненные должны бояться его, это вызывает его властолюбием и гипертрофированным самомнением. (Василюк Ф.Е.).

В основе возникновения конфликтных ситуаций может лежать стремление руководителя к созданию своего псевдоавторитета. Возникающие в коллективе межличностные конфликты могут преодолеваются авторитетом руководителя, признанием его права на решение возникшей конфликтной ситуации. К распоряжениям авторитетного и неавторитетного руководителя подчиненные относятся по-разному. Распоряжения неавторитетного руководителя почти всегда оборачиваются недоверием к компетентности и целесообразности принимаемых им решений, что содержит возможность возникновения конфликтных ситуаций. Поэтому некоторые руководители в своей деятельности стремятся к искусственному созданию своего авторитета.

Авторитет дистанции проявляется в мнении руководителя, что чем дальше он от подчиненных, чем реже с ними видится и чем официальнее держится, тем значительнее его влияние на них.

Авторитет доброты проистекает из ложного понимания руководителем сущности чуткого отношения к подчиненным и характеризуется заниженной требовательностью к отдельному человеку или к коллективу в целом. При этом существует опасность, что чуткость, отзывчивость не сочетающиеся с высокой взыскательностью, легко могут перейти в свою противоположность.

Авторитет подкупа проявляется, когда руководитель следует правилу: «я тебе обещаю то-то, если сделаешь то-то». Но может оказаться так, что вознаграждение будет зависеть от прихоти руководителя, от его симпатий или антипатий. Это извращает смысл служебных взаимоотношений, наносит моральный ущерб не только одному человеку, но и всему коллективу. Такие действия порождают угодничество.

Авторитет резонерства связан с тем, что руководитель надоедает подчиненным бесконечными назиданиями, скучными и

бессодержательными поучениями, ошибочно полагая, что это усилит его влияние на людей. Подобное руководство часто вызывает неприязнь или даже открытую аффективную реакцию подчиненных и может служить источником возникновения конфликтной ситуации. Воспитательное значение такого воздействия на подчиненного минимально.

Авторитет педантизма характеризуется склонностью руководителя к мелочной опеке, излишне жесткой регламентации деятельности подчиненных. Педантизмом чаще страдают некомпетентные руководители. Человек недостаточно компетентный в своей деятельности, придумывает искусственные критерии оценки подчиненных. Эти критерии часто не имеют ничего общего с сущностью выполняемой работы. «Проработки» подчиненных становятся правилом работы такого руководителя, считающего, что пример одного станет примером для всех.

Авторитет строится на высокомерии руководителя, раздутой тщеславности, гордости за свои действительные или мнимые заслуги. Руководители, строящие свой авторитет на высокомерии, нигилировании мнения других, очень болезненно относятся к критике, которую даже высказанную в доброжелательной форме, воспринимают агрессивно.<sup>8</sup>

Авторитет подавления относится к крайним способам формирования псевдоавторитета. Основное оружие такого руководителя - непрерывные угрозы применения власти, причем дисциплинарные меры понимаются как универсальное средство воздействия на подчиненных. Авторитет подавления, держащийся на страхе, порождает отрицательное отношение к решениям руководителя, лишает подчиненных уверенности и инициативы.

Основные факторы психологического климата: взаимоотношения по вертикали и по горизонтали, их стиль и нормы, а затем различные составляющие производственной обстановки (организация и условия труда, система стимуляции). Характер социально-психологического климата зависит в целом от степени развитости коллектива. Существует прямая положительная связь между социально-психологическим климатом коллектива и эффективностью совместной деятельности его членов.

#### **Список использованной литературы:**

1. Бодров В.А. Психология профессиональной пригодности. Учебное пособие для вузов. - М.: ПЕР СЭ, 2014.
2. Гришина Н.В. Общение в трудовом коллективе. - Москва, 2017
3. Платонов Ю.П. Психология коллективной деятельности: Теоретико-методологический аспект. - Санкт-Петербург.: СПбГУ, 2015.
4. Шепель В.М. Управленческая психология. - М.: Экономика, 2014.