Г. В. Юсупова // Междисциплинарный подход к изучению благополучия человека : сборник научных статей Международной научной конференции, Гродно, 17-18 октября 2024 г. / Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы» ; редколлегия: В. А. Белозорович (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ им. Янки Купалы, 2025. – 763 с. – С. 232-236.

4. Менделевич, В. Д. Антиципационные механизмы неврозогенеза / В. Д. Менделевич. – Казань : Медицина, 2011. – 288 с.

5. Ничипоренко, Н. П. Система стабилизации личности как фактор этиологии психосоматического процесса и совладания с болезнью / Н. П. Ничипоренко // Практическая медицина. – 2015. – №5. – С. 46-50.

6. Набиуллина, Р. Р. Механизмы психологической защиты и совладания со стрессом : учебно-методическое пособие / Р. Р. Набиуллина, И. В. Тухтарова. – Казань, 2003. – 98 с.

УДК 159.9.07

Григорян Эрик Каренович, Бульцева Мария Александровна

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КЛИМАТ КАК ФАКТОР ПОЗИТИВНОЙ И НЕГАТИВНОЙ КРЕАТИВНОСТИ

Данное эмпирическое исследование выявляет связь между организационным климатом и проявлениями позитивной/негативной креативности в российских компаниях. На выборке 214 сотрудников показано, что поддерживающий климат (психологическая безопасность, ресурсная обеспеченность) стимулирует полезную креативность, тогда как жесткий контроль провоцирует деструктивные формы креативности. Результаты могут лечь в основу разработки рекомендации по формированию инновационной среды.

Введение. Актуальность исследования обусловлена возрастающей потребностью компаний в инновациях в условиях высокой рыночной конкуренции. Креативность сотрудников становится ключевым ресурсом организаций, однако может проявляться как в позитивных (созидательных), так и негативных (деструктивных) формах. Проблема исследования заключается в недостаточной изученности влияния конкретных факторов организационного климата на разные типы креативности. Хотя известно, что психологическая безопасность, ресурсная обеспеченность и поддержка руководства влияют на творческую активность [3], их дифференцированная связь с позитивными и негативными проявлениями не исследовалась. Цель данной работы – выявить характер взаимосвязей между параметрами организационного климата и двумя типами креативности в российских компаниях.

Основная часть. Креативность – это способность порождать оригинальные и полезные идеи [8], реализовывать на их основе релевантное поведение и создавать творческие продукты. Она рассматривается как результат взаимодействия личности, процесса, продукта и среды.

В основе креативности могут лежать разные намерения. Позитивная креативность – основанная на позитивных интенциях – способствует инновациям, улучшению процессов и коллективному благополучию [10]. Негативная креативность – намеренное использование оригинальных идей во вред, например, в форме лжи, вреда, злых шуток [1] – связана с макиавеллизмом, агрессией, стрессом и недостатком контроля [2].

Позитивной способствуют внутренняя мотивация, открытость опыту, поддержка, ресурсы и позитивные эмоции [4]. Негативной креативности способствуют организационный стресс, дефицит ресурсов, нечёткие этические нормы [7]. Это актуализирует вопрос взаимосвязи организационного климата и креативности разной валентности.

Организационный климат – восприятие условий труда сотрудниками. По модели Т. Амабайл [8] ключевые параметры – это свобода, ресурсы, поддержка коллег и руководства. При этом поддерживающий климат усиливает просоциальную активность, тогда как стресс и аморальная культура могут провоцировать деструктивную [5]. Свобода без контроля способна усиливать ложь [1].

Гипотеза данного исследования состоит в том, что благоприятиный организационный климат способствует позитивной креативности и препятствует негативной креативности сотрудников.

Для проверки этой гипотезы было реализовано кросс-секционное исследование на выборке из 214 работающих россиян (средний возраст 42.6 года, 51.4 % женщины). Были использованы шкалы KEYS Т. Амабайл, авторская шкала позитивной креативности, адаптированная щкала негативной креативности [2]. Была проверена структура опросников при помощи конфирматорного факторного анализа и установлена их высокая надёжность по критерию альфа Кронбаха ($\alpha > 0.90$).

Для проверки гипотезы была построена путевая модель в SPSS AMOS (22 версия). Модель имела хорошие показатели соответствия (см. рис. 1). Результаты анализа показали, что поддержка команды имеет статистически значимую положительную связь с позитивной креативностью. В случае негативной креативности, проявляющейся в форме злых шуток, все выявленные взаимосвязи носят характер тенденции. Негативная креативность в форме причинения вреда продемонстрировала значимую связь с поддержкой со стороны руководства: наличие поддерживающего руководителя снижает склонность к деструктивному использованию креативности. В отношении негативной креативности в форме лжи были выявлены значимые связи с двумя аспектами организационного климата: доступность ресурсов отрицательно связана с проявлениями креативной лжи, тогда как свобода, напротив, демонстрирует положительную связь.

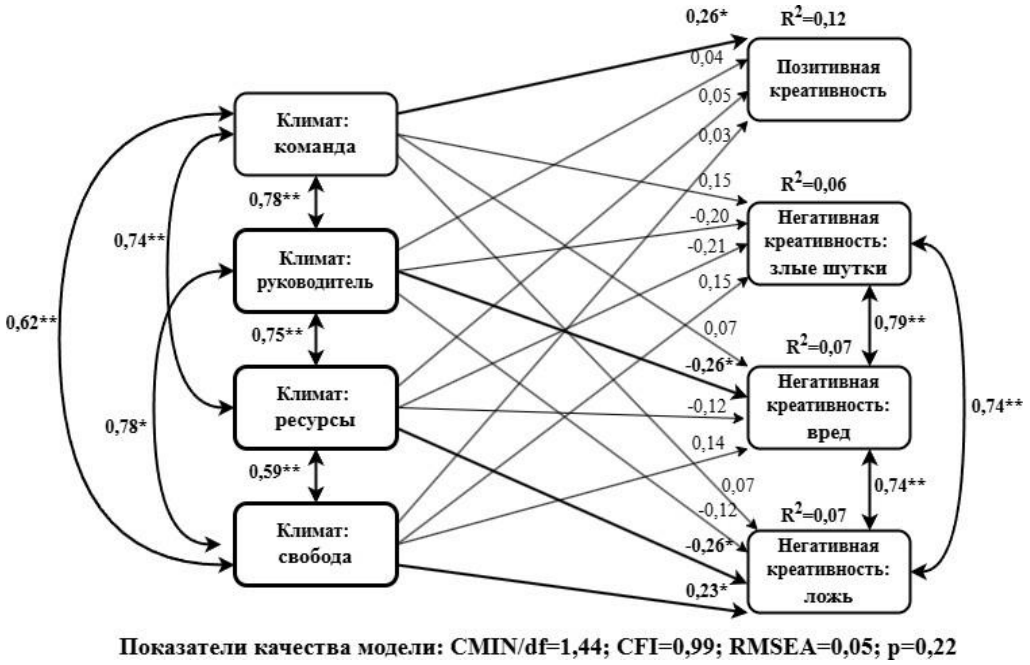

Рисунок 1. – Результаты путевого анализа

Заключение. Полученные результаты углубляют понимание того, как различные аспекты организационного климата соотносятся с формами креативности сотрудников. Поддержка со стороны команды оказалась ключевым фактором позитивной креативности, что соответствует выводам прошлых исследований [12] о роли доверия и кооперации в развитии конструктивного творчества. Напротив, свобода и ресурсы не продемонстрировали статистически значимой связи с позитивной креативностью, что может быть связано с их неоднозначным восприятием – автономия без структурной опоры способна вызывать дезорганизацию [9].

Связи между контекстом и негативной креативностью оказались более выраженными. Поддержка со стороны руководства снижала склонность к вредоносному поведению, что согласуется с результатами других работ [11]. В то же время ощущение свободы положительно связано с креативной ложью, указывая на риск девиантного поведения в условиях слабого контроля [6].

Среди ограничений стоит отметить кросс-секционный характер дизайна, ограниченную операционализацию свободы, а также отсутствие учёта личностных переменных, таких как проактивность и толерантность к неопределённости. Будущие исследования могут включать лонгитюдный или экспериментальный дизайн, кросс-культурный анализ, а также расширенное изучение понятий психологической свободы и безопасности).

В целом, полученные результаты подтверждают: позитивная креативность зиждется на качестве социальных связей, тогда как деструктивная – чаще порождение среды фрустрации, неопределённости и недостатка поддержки. Результаты исследования подчеркивают важность социального контекста как ключевого условия для формирования направленности креативного поведения. Они демонстрируют, что не любые благоприятные условия автоматически стимулируют конструктивное творчество – решающее значение имеют не формальные параметры, а восприятие

поддержки, справедливости и включённости. Эти выводы актуальны для разработки организационной политики, направленной на укрепление безопасной, этически устойчивой среды, способствующей развитию позитивной креативности и снижению рисков деструктивных проявлений.

Финансирование. Исследование выполнено за счет гранта Российского Научного Фонда (РНФ) № 25-18-00544, https://rscf.ru/project/25-18-00544

Библиографический список

1. Бочкова, М. Н. Поведенческие особенности негативной и антисоциальной креативности на примере подростков / М. Н. Бочкова, Н. В. Мешкова // Психолого-педагогические исследования. – 2019. – № 11, Т. 1. – С. 93–106.

2. Мешкова, Н. В. О предикторах негативной креативности у взрослых на примере курсантов / Н. В. Мешкова, С. Н. Ениколопов, В. Т. Кудрявцев, М. Н. Бочкова, И. А Мешков // Психология и право. – 2021. – №11, Т. 4. – С. 90-108.

3. Якимова, З. В. Моделирование ценностного предложения работодателя в контексте типа организационной культуры. / З. В. Якимова, Н. А. Царева, А. Е. Жук // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – № 81, Т. 26. – С. 410–414.

4. George, J. M. Creativity in organizations / J. M. George // Academy of Management Annals. – 2007. – №1, Т.1. – Pp. 439–477.

5. Ghosh, K. When and how employees cross the line for the job in hospitality firms / K. Ghosh // International Journal of Hospitality Management. – 2022. – № 103. – Art. 103187.

6. Gino, F. Vicarious dishonesty: When psychological closeness creates distance from one's moral compass / F. Gino, A. D. Galinsky // Organizational Behavior and Human Decision Processes. – 2012. – № 119, Т. 1. – Pp. 15-26.

7. Gutworth, M. B. Creativity for deliberate harm: Malevolent creativity and social information processing theory / M. B. Gutworth, L. Cushenbery, S. T. Hunter // The Journal of Creative Behavior. – 2018. – № 52, Т. 4. – Pp. 305-322.

8. Hennessey, B. A. Creativity / B. A. Hennessey, T. M. Amabile // Annual Review of Psychology. – 2010. – № 61. Pp. 569–598.

9. Liu, X. A. newcomer socialization perspective on the proliferation of unethical conduct in organizations: The influences of peer coaching practices and newcomers' goal orientations / X. Liu, R. L. Greenbaum, D. Allen, Z. Zhang //Journal of Business Ethics. – 2022. – № 176, Т. 1. – Pp. 73-88.

10. Sternberg, R. J. Positive creativity / R. J. Sternberg // Positive psychology: An international perspective. – 2022. – Pp. 33-42.

11. Yang, F. Does motivation matter? How leader behaviors influence employee vigor at work / F. Yang, G. Chen, Q. Yang, X. Huang // Personnel Review. – 2023. – № 52, Т. 9. – Pp. 2172–2188.

12. Zhang, H. Creativity at work: exploring role identity, organizational climate and creative team mindset / H. Zhang, F. Li, K. J. Reynolds // Current psychology. – 2022. – № 41, Т. 6. – Pp. 3993-4000.