

ZAZNAVA SOCIALNE KLIME V SLOVENSKI VOJSKI

PERCEPTION OF SOCIAL CLIMATE IN THE SLOVENIAN ARMED FORCES

Original scientific paper

Povzetek V prispevku je predstavljen del širše raziskave, ki se je ukvarjala s socialnimi reprezentacijami in organizacijsko kulturo v Slovenski vojski (Jakič, 2008a)¹. Prispevek obravnava socialne zaznave udeležencev v raziskavi o socialni klimi v Slovenski vojski. Ukvarja se z vprašanjem, ali se zaznave dejavnikov, ki ustvarjajo socialno klimo, pomembno razlikujejo glede na pet skupin zaposlenih v Slovenski vojski (častniki, podčastniki, vojaki, vojaški uslužbenci in civilne osebe) glede na druge štiri socio-demografske značilnosti (izobrazba, regijska pripadnost, spol in status zaposlitve) ter glede na odgovor o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenim. Od 7126 zaposlenih je v raziskavi sodeloval več kot 10-odstotni reprezentativni vzorec pripadnikov stalne sestave Slovenske vojske. Rezultati so potrdili, da obstajajo razlike v oceni oziroma zaznavi dejavnikov, ki ustvarjajo klimo pri različnih ciljnih skupinah, zaposlenih v Slovenski vojski. V zaznavah socialne klime glede na druge socio-demografske dejavnike nismo odkrili pomembnih razlik, razen v primeru evalvacije klime glede na odgovor o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenim.

Ključne besede *Socialne zaznave, socialna klima, zadovoljstvo zaposlenih, organizacija.*

Abstract The article presents a part of a complex study of social representations and organizational culture in the Slovenian Armed Forces (Jakič, 2008a)². It discusses social perceptions of candidates who participated in the survey on social climate in the Slovenian Armed Forces. The article deals with the question whether the perception of factors creating the social climate differs substantially with regard to the five

¹ Avtorica prispevka je leta 2008 na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani branila doktorsko disertacijo s področja obramboslovja z naslovom *Socialne reprezentacije in organizacijska kultura v Slovenski vojski*. Empirično raziskavo problematike je opravila v Slovenski vojski.

² In 2008, at the Faculty of Social Sciences, the author of the article defended her doctoral thesis in the area of defence studies, entitled »Social Representations and Organisational Culture in the Slovenian Armed Forces«. The empirical part of research was conducted in the Slovenian Armed Forces.

Abstract groups of Slovenian Armed Forces members (officers, non-commissioned officers, soldiers, uniformed specialists and civilians), other four demographic characteristics (education, regional origin, sex and employment status), and the answer about the satisfaction with the organisation and the superior. Out of the total 7126-strength of the Slovenian Armed Forces, a representative sample of 10% of the active duty personnel participated in the study. The results have confirmed the differences in the evaluation and perception of factors creating the climate among different target groups of Slovenian Armed Forces members. However, there were no considerable differences found in the perception of social climate found with regard to other demographic factors, except when climate was evaluated with regard to the answer about the satisfaction with the organisation and the superior.

Key words *Social perceptions, social climate, employee satisfaction, organization.*

Uvod Izraz »socialna klima« organizacije so v stroko vpeljali znanstveniki nekdanjih socialističnih držav (Rus, 1993). Večinoma pa avtorji iz zahodnih držav, ker gre za klimo v organizacijah, socialno klimo v organizaciji imenujejo kar organizacijska klima ali klima. Znanstveniki, ki to področje proučujejo, namreč niso povsem enotni, ali termini označujejo enake ali različne razsežnosti klime.

Do različnih terminov je prišlo, ker se klima lahko proučuje na različnih ravneh: individualni, skupinski, organizacijski (Petrič, Šebek, 1988, str. 194). Individualno počutje posameznika kaže njegovo psihološko klimo, skupinsko vzdušje socialno klimo, vzdušje na ravni celotne organizacije pa imenujemo organizacijska klima.

Konrad (1987), ki je proučeval pojme za označevanje klime, ugotovi, da je po Schneiderju konstrukt kulture globlji, klima pa naj bi bila odsev kulture. Pojem kulture naj bi bil bolj globalen, usmerjen v preteklost in prihodnost, pojem klime pa je bolj analitičen, usmerjen v opisovanje sedanjega stanja. Zaznava socialne klime v Slovenski vojski je v našem primeru ključna za interpretacijo in sklepe, povezane z vzdušjem v organizaciji. V prispevku govorim o zaznavah dejavnikov socialne klime pri različnih ciljnih skupinah pripadnikov Slovenske vojske (častnikov, podčastnikov, vojakov, vojaških uslužbencev in civilnih oseb) ter zaznavah klime glede na različne socio-demografske značilnosti in glede na odgovor o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenim. Socialno zaznavanje vključuje predelavo informacij iz socialnega okolja, torej zaznavanje drugih oseb, zaznave socialnih situacij ali zaznavanje nas samih (samozaaznavanje) (Ule, 2004). Vsaka socialna zaznava je s kognitivnega vidika tudi kategorizacija, ki je podlaga za presojanje, sklepanje in atribucijo (Rus, 1997). V prispevku so teoretična izhodišča podprta z empiričnimi podatki, ki kažejo, kako zaznavajo socialno klimo pripadniki glede na različne ciljne skupine, spol, regijsko pripadnost, izobrazbo in status zaposlitve. Prav tako je prikazana zaznava socialne klime glede na odgovore o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenimi v Slovenski vojski.

1 SOCIALNA KLIMA V ORGANIZACIJI

Socialno klimo lahko opredelimo kot vzdušje, ki ga določa celota dejavnikov in ki vpliva na celoto dogajanj v določeni skupini. Doseganje skupinskih ciljev lahko olajšuje ali pa otežuje. Organizacije se med seboj ne razlikujejo le po fizični strukturi, temveč tudi po tem, kakšna stališča in vedenje prepoznamo pri ljudeh. Individualne osebnosti in delovne zahteve v medsebojni interakciji ustvarjajo klimo, ki je zelo pomembna za posameznika in organizacijo.

Socialna klima³ je eden pomembnejših pojmov v organizacijskem dogajanju. Sodoben človek zahodne družbe, posebej v današnjih časih, ne dela le zaradi eksistencialnih, materialnih razlogov, temveč želi z delom zadovoljiti še druge motive v svojem življenju, kot so njegov osebni razvoj, avtonomnost, samoaktualizacije, ... ne nazadnje pa tudi sklepanje novih poznanstev in oblikovanje dobrih odnosov s sodelavci. Na delovnem mestu preživi polovico učinkovitega dne ali celo več, zato je zanj pomembno, da ima tudi pri opravljanju dela možnost negovati zdrave socialne vezi s svojimi sodelavci, kar vpliva na njegovo počutje.

Pri opravljanju vsakodnevnih dejavnosti prihaja človek v stik z različnimi socialnimi okolji in je udeležen v različnih družbenih skupinah. Vsaka od teh skupin mu vzbuja posebno počutje: v določenih skupinah se rad zadržuje in uživa, druge pa mu vzbujajo občutek nelagodja, napetosti ter željo, da bi odstopil od vloge, ki jo v njej opravlja. Njegovo počutje je odvisno od vzdušja oziroma socialne klime, ki v tej skupini vlada. Socialna klima se oblikuje na podlagi interakcije med člani skupine. Pri združevanju posameznikov nastanejo med njimi odnosi in razmerja, kar se kaže v socialni klimi. Od nje je odvisna posameznikova percepcija socialnega okolja, v katerem deluje. Podobno nam razlagata naslednji definiciji:

»'Socialno klimo' lahko opredelimo kot vzdušje, ki ga določa celota dejavnikov in ki vpliva na celoto dogajanj v določeni skupini. Odvisna je od značilnosti skupine, ljudi v njej, njihovih odnosov pa tudi od značilnosti okolja, ki se mu mora prilagajati.« (Rus, 1993, str. 1).

»Socialna klima je odvisna od objektivnih značilnosti skupine (učinkovitosti skupine, velikosti, strukture), reflektira pa se v doživljanju in percepciji članov skupine. Čeprav je objektivna lastnost skupine, vključuje tudi izrazito psihološki, subjektivni aspekt, predvsem zato, ker doživljanje socialne klime vpliva na obnašanje, aktivnost in učinkovitost posameznikov in skupine kot celote.« (Nastran Ule, 1994, str. 250).

Denison pravi, da kultura in klima nista tako zelo različni, saj predstavljata različne interpretacije istega fenomena (Ashkanasy in drugi, 2000, str. 7). Vendar pa se

³ Šest osnovnih dimenzij klime: odnos do dela, notranje komuniciranje in informiranje, vodenje, odnos do organizacije, medosebni odnosi in motivacija (Pavlin, 2004).

definicije kulture vse prevečkrat nanašajo na počutje zaposlenih, sisteme avtoritete, stopnjo vključenosti in pripadnosti zaposlenih, ki pa so mehki dejavniki, ki bolj sodijo v področje klime. Schein definira klimo kot produkt kulture, ki je viden v fizičnem izgledu prostora, emocionalnem vzdušju zaposlenih in njihovih vrednotah (Ashkanasy, 2000). Želja večine današnjih organizacij je ustvariti klimo, ki temelji na odprti komunikaciji in skupinskem delu. Vendar se morajo organizacije zavedati, da klima izhaja iz kulture.

Benjamin Schneider (1990, str. 295) definira klimo kot zaznavo dogodkov, postopkov, procedur in odnosov v organizaciji. Dogodke, postopke in procedure je poimenoval rutine, nagrajeno vedenje zaposlenih pa nagrade. Rutine in nagrade sporočajo zaposlenim, kaj je cenjeno v njihovi organizaciji. Jurman meni, da je »socialna klima« izraz, s katerim ponazarjamo odnose med zaposlenimi delavci v delovni organizaciji (Jurman, 1981, str. 203). Pozitivni odnosi izoblikujejo ugodno in prijateljsko vzdušje, v katerem je delovanje zaposlenega učinkovitejše, produktivnejše, stopnja njegovega zadovoljstva pa višja. Ob slabih medsebojnih odnosih je vzdušje napeto, produktivnost in stopnja zadovoljstva zaposlenih pa nizki.

2 ZADOVOLJSTVO Z DELOM V ORGANIZACIJI

Definicij zadovoljstva pri delu je več. Guzina (1988) navaja dva pristopa k definiranju zadovoljstva pri delu in ločuje splošno zadovoljstvo pri delu, ki ga opredeljuje kot splošni, celovit odnos posameznika do dela, ter zadovoljstvo s posameznimi vidiki delovne situacije, pri čemer gre za domnevo, da posamezni vidiki dela zadovoljujejo različne potrebe in da zadovoljstvo s posameznimi vidiki oblikuje splošni, čustveni odnos do dela. Locke pravi, da je »delovno zadovoljstvo prijetno emocionalno stanje, ki rezultira iz percepcije posameznika, da je njegovo delo izpolnjujoče, ali da omogoča izpolnitev njegovih delovnih vrednot, ki so kompatibilne z njegovimi potrebami« (Locke v Landy, 1985).

Vsakega posameznika vodijo v življenju motivi in potrebe, ki jih poskuša zadovoljiti. Da človek doseže višje motive, mora najprej zadovoljiti nižje, nato pa se spontano nagiba k uresničevanju novih, vedno višjih potreb. Bolj ko mu to uspeva, bolj je zadovoljen s svojim življenjem. Bolj ko čuti, da z delom in pri delu zadovolji svoje potrebe in mu delovna okolica pri tem pomaga, bolj bo z delovnim položajem zadovoljen. Seveda pa pri tem veliko prispevata način vodenja in vodja. Lewin, Lippit in White opišejo socialno klimo kot vedenje, občutke in socialne procese, ki potekajo v določeni skupini (Ashkanasy in drugi, 2000, str. 3) in se ustvarijo skozi vodenje. Vodje lahko s svojim vedenjem in delovanjem močno vplivajo na vzdušje oziroma klimo na delovnem mestu. Pirola-Merlo in drugi (2002) pravijo, da vodje odločilno vplivajo na vzdušje zaposlenih. Prav klima pa je tista, ki vpliva na delovanje zaposlenih. Podporno vedenje, odobravanje, spoštovanje in naklonjenost vodij poveča

skupinsko sodelovanje oziroma udeležbo in občutek povezanosti zaposlenih, to pa vodi v večje zadovoljstvo in pripadnost na delovnem mestu.

Marcus Buckingham ugotavlja, da je najpogostejši razlog, da ljudje menjajo službo, nezadovoljstvo s šefom (Goleman in drugi, 2002, str. 100). Pripadnost zaposlenih in učinkovito delo sta odvisna predvsem od odnosa med zaposlenim in njegovim neposredno nadrejenim. Negativno razpoloženje oziroma klima, nezaupanje, slaba komunikacija in medosebni spori na delovnem mestu povzročijo odhod nadarjenih ljudi. Zaposleni si v delovnem okolju želijo predvsem dvosmerno komunikacijo, povratne informacije in vodjo, ki zna poslušati in je vreden zaupanja.

3 METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR

3.1 Hipotezi raziskovanja

1. Med različnimi ciljnim skupinami pripadnikov stalne sestave⁴ Slovenske vojske (častniki, podčastnik, vojaki, vojaškimi uslužbenci in civilnimi osebami) so razlike v zaznavi dejavnikov, ki ustvarjajo socialno klimo.

2. Poznamo statistično pomembne razlike v zaznavi socialne klime glede na socio-demografske značilnosti pripadnikov Slovenske vojske (izobrazba, regijska pripadnost, spol in status zaposlitve) ter glede na izbrane odgovore o zadovoljstvu pripadnikov Slovenske vojske z organizacijo in nadrejenim.

⁴ *Stalna sestava vojske je formacija, ki jo sestavljajo poklicni pripadniki vojske, to so vojaki, podčastniki, častniki in vojaški uslužbenci ter civilne osebe, ki delajo v vojski, vendar civilne osebe ne opravljajo vojaške službe (Zakon o obrambi, 2004). Razlike med njimi veliko pripomorejo k razlikam in podobnostim med socialnimi reprezentacijami ter zaznavami organizacijske kulture v Slovenski vojski (Jakič, 2008a).*

Častnik je pripadnik vojaškega poklica s častniškim činom: poročnik, nadporočnik, stotnik, major, podpolkovnik, polkovnik, brigadir, generalmajor, generalpodpolkovnik ali general. S Slovensko vojsko je sklenil pogodbo o delu za 10 let ali je zaposlen za nedoločen čas. Sprejel je kodeks profesionalne etike in ga uporablja v delu in življenju. Podčastnik je pristojen in pooblaščen, da vodi oziroma poveljuje enoti SV (oddelek-vod) skladno s formacijo in organizacijo enote, v kateri je zaposlen. Podčastniki morajo dobiti od častnikov najnujnejša navodila, usmeritve, ukaze, resurse, pomoč in sprejeti njihov nadzor lastnega dela. Podčastnik se mora zavedati, da je najbolj odgovoren za stanje usposobljenosti vojaka – posameznika in usposobljenosti enote do velikosti voda. Od kakovosti dela podčastnikov je neposredno odvisna kakovost vojske.

Vojak je pripadnik skupine vojaških poklicev brez čina ali s čini: poddesetnik, desetnik ali nadesetnik. Je človek, ki se je zavestno odločil oziroma opredelil, da bo za določen čas opravljal naloge v enotah, poveljstvih ali ustanovah Slovenske vojske. Vojaki s V. stopnjo izobrazbe se lahko na podlagi potreb Slovenske vojske, rezultatov dela in osebne želje izberejo in napotijo na izobraževanje v Center vojaškega izobraževanja in usposabljanja Slovenske vojske ali tujih vojsk. Vojaki s VII. stopnjo izobrazbe se lahko na podlagi potreb Slovenske vojske, rezultatov dela in osebne želje izberejo za šolanje na častniški šoli.

Vojaški uslužbenci so nova kategorija vojaških oseb, uveljavljeni s spremembo in dopolnitvijo Zakona o obrambi v letu 2002. So torej aktivne vojaške osebe, ki delujejo v enotah, poveljstvih in zavodih v miru in boju. So visoko strokovni ljudje, ki se ukvarjajo s stroko, ne poveljujejo in za svojo stroko ne potrebujejo specialnih vojaških znanj, obvladati pa morajo osnove vojaškega delovanja enot in poveljstev ter posameznikov v njih.

Civilna oseba je oseba, ki poklicno opravlja strokovnotehnične in druge naloge v Slovenski vojski, za katere nista potrebna vojaškostrokovno znanje in vojaška izobrazba. Gre za visoko specializirane strokovnjake, ki s svojim znanjem in aktivnostmi podpirajo delovanje vojaške organizacije.

3.2 Metode raziskovanja

V raziskavo, ki sem jo opravila za svojo doktorsko disertacijo na Fakulteti za družbene vede, sem zajela več kot 10-odstotni reprezentativni kvotni vzorec⁵ od 7126 pripadnikov stalne sestave Slovenske vojske. Uporabila sem izvirni vprašalnik (Jakič, 2008a)⁶, sestavljen iz 391 vprašanj oziroma spremenljivk ter dveh vprašanj odprtega tipa.

Zaradi obsežnosti vprašalnika⁷ bom izpostavila le tiste spremenljivke oziroma vprašanja, ki so v okviru tega prispevka pomembne in se nanašajo na zaznave, povezane z vzdušjem oziroma socialno klimo v Slovenski vojski. Navedla sem triindvajset dejavnikov, ki ustvarjajo socialno klimo, izmed katerih so anketiranci na lestvici od 1 do 7 (dobra = 1 ... 7 = slaba) evalvirali triindvajset dejavnikov socialne klime, ki se kažejo v njihovem neposrednem delovnem okolju. Prav tako sem z vprašanjem, ki nakazuje raven socialne klime, vprašala pripadnike o zadovoljstvu z njihovo organizacijo in nadrejenimi ter ali želijo v njej ostati. Anketiranci so v tem primeru odgovarjali z »da« in »ne«.

Anketiranje je potekalo v skupinah, ki so bile izpostavljene merjenju maja 2007. Izpolnjevanje vprašalnikov je potekalo v učilnicah poveljstev oziroma enot Slovenske vojske, na terenu, v jedilnicah ter v vojaških hangarjih. Udeleženci so bili večinoma motivirani za sodelovanje in niso imeli težav z razumevanjem navodil.

⁵ Anketirala sem 730 zaposlenih v vojaški organizaciji, od tega 615 pripadnikov in 115 pripadnic. Anketiranih je bilo 54 civilnih oseb, 72 vojaških uslužbencev, 272 vojakov, 196 podčastnikov in 133 častnikov. Tri osebe se ob vprašanju pripadnosti določenemu statusu oziroma skupini niso opredelile. Do 30 let je bilo starih 261 anketirancev, v intervalu od 31. do 45. leta je bilo 359 anketirancev, v intervalu od 46. do 60. leta pa je anketo izpolnilo 108 anketirancev. Dve osebi se ob tem vprašanju nista opredelili. Glede na izobrazbeno strukturo ima osnovnošolsko in poklicno izobrazbo 188 anketiranih, srednješolsko 388, višjo oziroma visoko izobrazbo ali več pa ima 154 anketiranih pripadnikov Slovenske vojske. Glede na zakonski stan je samskih 211 anketiranih, 69 je razvezanih, 29 je vdovcev, poročenih 254, živečih v zunajzakonski skupnosti pa 164 anketiranih pripadnikov. Trije anketiranci se ob tem vprašanju niso opredelili. Anketirance smo vprašali tudi po njihovi regijski pripadnosti. Razdelili smo jih na 12 regij, in sicer prihaja iz pomurske regije 82 anketiranih, iz mariborske 122, koroške 34, celjske 76, zasavsko-revirske 31, posavske 58, dolenske 61 anketiranih, ljubljanske 94, kraško-notranjske 36, gorenjske 79, iz severnoprimske regije 33 anketiranih in iz obalno-kraške 20 anketiranih pripadnikov stalne sestave Slovenske vojske. Ob tem odgovoru se niso opredelile štiri osebe. Doba službovanja anketiranih je od enega meseca do 35 let. Do 3 let je zaposlenih 183 anketirancev, od 3 do 6 let 184, od 6 do 10 let 85 anketirancev, od 10 do 15 let 141 anketirancev ter 16 let in več 126 pripadnikov stalne sestave Slovenske vojske. Enajst anketirancev se pri tem vprašanju ni opredelilo. V raziskavi sem razdelila pripadnike tudi glede na zaposlitev za določen oziroma nedoločen čas. Za določen čas je zaposlenih 410 anketirancev, za nedoločen čas pa 309. Enajst pripadnikov se pri tem vprašanju ni opredelilo.

⁶ Sestavljen v sodelovanju z mentorico dr. Ljubico Jelušič, (so)mentorjem dr. Veljkom S. Rusom, soavtorico izbranih lestvic dr. Majo Rus Makovec, dr. med., in z delno pomočjo dr. Avgusta Lešnika.

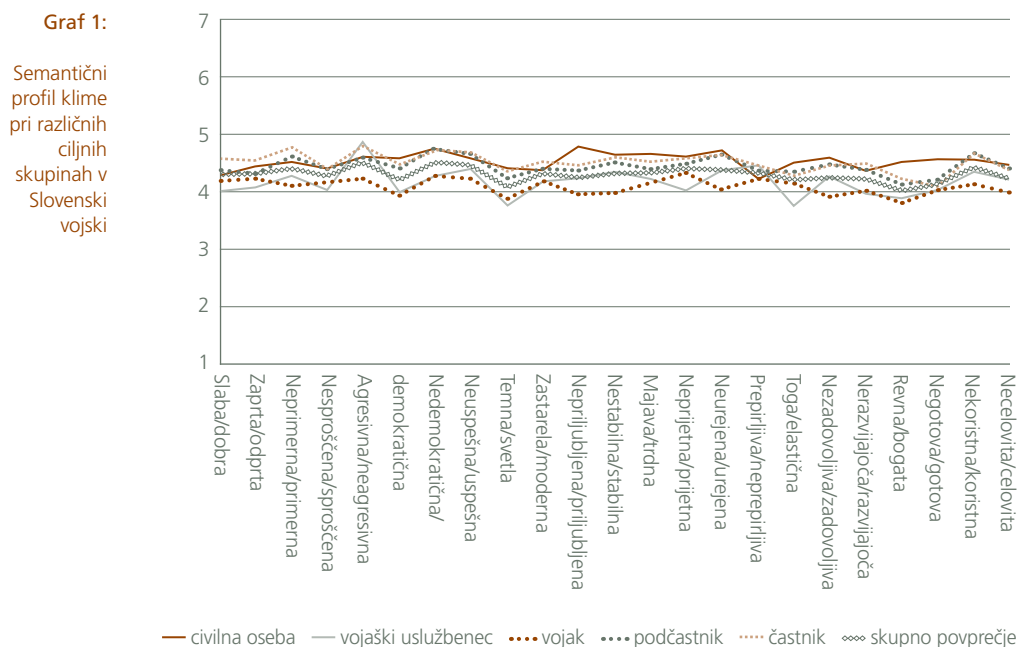
⁷ Vprašalnik je razdeljen na uvod in dva dela. V uvodu sem anketirance spraševala po starosti, spolu, zakonskem stanu, regijski pripadnosti, izobrazbi, v katerem organu, enoti oziroma poveljstvu so zaposleni, kakšen je njihov sedanji osebni čin, o statusu oziroma vlogi v vojaški organizaciji, dobi službovanja in statusu zaposlitve. V prvem delu je sledilo 145 spremenljivk, ki se navezujejo na vrednotne orientacije, zaznave zadovoljnosti svojih psihosocialnih potreb, zaznavo kakovosti svojega življenja, zaupanja institucijam v Republiki Sloveniji in drugim ljudem ter versko orientacijo. V drugem delu vprašalnika sem se usmerila na vojaško okolje. Sledilo je 233 spremenljivk, povezanih z zaznavami uglednosti nekaterih dolžnosti v Slovenski vojski in stališči do vojaškega poklica, zaznavo razlogov za odločitev poklicnega opravljanja vojaške službe, z zadovoljstvom v Slovenski vojski, motivacijo, vedenjskimi pravili in normativno ureditvijo, z medosebnimi odnosi in vzdušjem v vojski ter zaznavami, povezanimi s simboliko in prostočasnimi dejavnostmi pripadnikov Slovenske vojske.

Obdelava podatkov je potekala s statističnim orodjem (SPSS). Raziskovalni načrt je (bil) oblikovan kot korelacijski oziroma kvazi eksperimentalni načrt.

4 REZULTATI

Po uvodni razlagi in predstavitvi metode raziskovanja predstavljam rezultate, s katerimi sem ugotovila razlike in podobnosti med ciljnimi skupinami zaposlenih glede na evalvacijo dejavnikov socialne klime. Socialna klima se oblikuje na podlagi interakcije med člani skupine. Pri združevanju posameznikov nastanejo med njimi odnosi in razmerja, ki se kažejo v socialni klimi.

Anketirance sem prosila, naj obkrožijo številko na lestvici od 1 do 7 pri triindvajsetih dejavnikih, ki opisujejo socialno klimo (razpoloženje, vzdušje) v njihovem neposrednem delovnem okolju oziroma znotraj njihovega poveljstva, enote ali zavoda. V grafu 1 so prikazani rezultati, in sicer tako, da vsako opazovano lastnost prikažemo s srednjo vrednostjo odgovorov celotne raziskovane skupine, nato pa še s srednjo vrednostjo odgovorov vsake ciljne skupine.



Opomba: Ocenjevalna lestvica: 1 – slaba ... 7 – dobra, 1 – zaprta ... 7 – odprta itn. Na grafu so prikazane srednje vrednosti odgovorov celotne raziskovane skupine (skupno povprečje), nato pa še srednje vrednosti odgovorov vsake ciljne skupine.

Poleg tega me je zanimalo, ali so pomembne statistične razlike v zaznavah socialne klime glede na izobrazbo, regijsko pripadnost, spol in status zaposlitve zaposlenih

v Slovenski vojski. Tabele 1, 2, 3 in 4 prikazujejo statistično nepomembne razlike v zaznavah socialne klime glede na prej omenjene socio-demografske dejavnike. Poleg zaznav socialne klime glede na socio-demografske značilnosti anketiranih me je zanimalo tudi vprašanje, ki se navezuje na evalvacijo klime glede na odgovor o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenim. Tabela 5 prikazuje evalvacijo klime glede na odgovore o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenimi.

Tabela 1:

Evalvacija klime glede na izobrazbo

Klima					
	n	M	SO	F(2,717)	p
1	183	39,2	10,90	1,1	0,32
2	384	37,8	10,79		
3	153	38,0	10,48		
Vsi	720	38,2	10,76		

Opomba: n = število anketiranih; M = aritmetična sredina; SO = standardni odklon; F = preizkus pomembnih razlik varianc med skupinami in znotraj skupin; p = raven tveganja; klima = sumarni skor; izobrazba (1 = osnovna, poklicna šola, 2 = srednja, 3 = višja, visoka in več).

Tabela 2:

Evalvacija klime glede na regijsko pripadnost

Klima					
	n	M	SO	F(11,705)	p
1	81	39,5	11,43		
2	121	37,3	10,34		
3	33	36,0	9,73		
4	76	37,2	10,07		
5	31	39,9	8,49		
6	57	38,9	9,67		
7	61	38,1	9,95	0,7	0,70
8	91	38,3	13,02		
9	36	36,2	9,66		
10	78	39,0	11,37		
11	33	40,3	11,99		
12	19	38,4	8,05		
Vsi	717	38,2	10,73		

Opomba: n = število anketiranih; M = aritmetična sredina; SO = standardni odklon; F = preizkus pomembnih razlik varianc med skupinami in znotraj skupin; p = raven tveganja; klima = sumarni skor; regijska pripadnost (1 = pomurska, 2 = mariborska, 3 = koroška, 4 = celjska, 5 = zasavsko-revirska, 6 = posavska, 7 = dolenska, 8 = ljubljanska, 9 = kraško-notranjska, 10 = gorenjska, 11 = severno primorska, 12 = obalno-kraška).

Tabela 3:

Evalvacija
klime glede
na spol

Klima				
	n	M	SO	p
1	606	38,3	10,56	
2	113	38,1	11,73	0,90
Vsi	719			

Opomba: n = število anketiranih; M = aritmetična sredina; SO = standardni odklon; p = raven tveganja; klima = sumarni skor; spol (1 = moški, 2 = ženski); Studentov t -test (t) = 0,12; stopnja svobode (df) = 717

Tabela 4:

Evalvacija
klime glede
na status
zaposlitve

Klima				
	n	M	SO	p
1	304	38,8	11,70	
2	406	37,9	10,05	0,24
Vsi	710	38,2	11,21	

Opomba: n = število anketiranih; M = aritmetična sredina; SO = standardni odklon; p = raven tveganja; klima = sumarni skor; status zaposlitve (1 = za nedoločen čas, 2 = za določen čas), Studentov t -test (t) = 1,17; stopnja svobode (df) = 708

Tabela 5:

Evalvacija
klime glede
na odgovore
o zadovoljstvu
z organizacijo
in nadrejenimi

Klima				
	n	M	SO	p
DA	439	40,9	10,39	
NE	261	33,9	10,08	0,000
Vsi	700			

Opomba: n = število anketiranih; M = aritmetična sredina; SO = standardni odklon; p = raven tveganja; klima = sumarni skor; zadovoljstvo z organizacijo in nadrejenim (DA, NE), Studentov t -test (t) = 8,76; stopnja svobode (df) = 559,7

S semantičnim diferencialom sem ugotovila, da obstajajo razlike med ciljnimi skupinami pripadnikov Slovenske vojske v zaznavi socialne klime glede na različne dejavnike, ki ustvarjajo klimo v organizaciji. Skupno povprečje vseh ciljnih skupin je relativno pozitivno.

Z enosmerno analizo variance pri zaznavi socialne klime nisem odkrila pomembnih razlik glede na:

- izobrazbo ($p = 0,32$),
- regijsko pripadnost ($p = 0,70$).

Prav tako nisem s t-testom odkrila pomembnih razlik glede na:

- spol ($p = 0,90$),
- status zaposlitve ($p = 0,24$).

Pomembne razlike so se pokazale ob zaznavi socialne klime glede na odgovore o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenim ($p = 0,000$).

Hipoteza 1 je verificirana oziroma preverjena s semantičnim diferencialom, hipoteza 2 pa je preverjena z enosmerno analizo variance ter t-testom.

5 RAZPRAVA

Zaposleni v Slovenski vojski pričakujejo od organizacije, da bo zagotovila ugodno in pozitivno vzdušje oziroma razpoloženje, toda socialna klima organizacije ne izraža le njenih norm in vrednot, temveč tudi tip ljudi, ki jih organizacija privlači. Vsak posameznik, ki je vključen v neko skupino, doda socialni klimi tudi svoj psihološki, subjektivni vidik, saj s svojim doživljanjem vzdušja vpliva na obnašanje posameznikov in skupine kot celote (Ule, 1999).

Rezultati raziskave so prvo hipotezo potrdili. Pokazali so, da obstajajo razlike med ciljnim skupinami pripadnikov Slovenske vojske v zaznavi dejavnikov socialne klime, ki ustvarjajo klimo znotraj organizacije. Skupno povprečje evalvacije klime je relativno pozitivno. Častniki in podčastniki evalvirajo dejavnike, ki ustvarjajo klimo nad skupnim povprečjem, civilne osebe evalvirajo dejavnike nad povprečjem, razen v primeru prepirljivosti oziroma neprepirljivosti. Vojaški uslužbenci evalvirajo dejavnike večinoma pod skupnim povprečjem, razen v primeru agresivnosti oziroma neagresivnosti. Ciljna skupina vojakov evalvira dejavnike, ki ustvarjajo klimo v organizaciji pod skupnim povprečjem, kar pomeni, da evalvirajo socialno klimo v Slovenski vojski bolj nizko kot druge ciljne skupine. Pojem socialne klime temelji na predpostavki, da imajo posamezniki na isti hierarhični ravni enako zaznavanje klime. In prav zaradi hierarhičnosti so tudi med posamezniki različni motivi in občutki, ki so podobni oziroma enaki vojakom, vojaškim uslužbencem, podčastnikom, častnikom in civilnim osebam. Teoretično bi lahko rekli, da je mogočih toliko klim, kolikor je zaposlenih v organizaciji. Doživljanje socialne klime je kakovosten proces, v katerem ima posameznik dejavno vlogo, je dejavno soudeležen in tako tudi sam vpliva na doživljanje stvarnega okolja. Klimo moramo razumeti kot dinamičen dejavnik, ki je hkrati vzrok in posledica vedenja ljudi. Ljudje se spreminjajo in oblikujejo spremembe v klimi, ta pa spet na nov poseben način vpliva na pripadnike skupine (Tušak in drugi, 2008). Zaznavanje klime se izraža v vrednotenju vidikov dela in organizacije, ki so pomembni za zaposlene, kar pa nujno vpliva

na njihovo razpoloženje in splošen odnos do organizacije, ki ga izražajo v svojih stikih z zunanjim svetom. Zaznane lastnosti delovnega okolja namreč vplivajo na motivacijo, vedenje, pa tudi na produktivnost in zadovoljstvo zaposlenih⁸. Človek, ki v svoji organizaciji zaznava vzpodbudno klimo, je običajno bolj zadovoljen s svojim delom, kar se kaže tudi zunaj organizacije. Glede na pridobljene rezultate lahko rečemo, da so častniki in podčastniki bolj zadovoljni z delom kot druge ciljne skupine, saj imajo večje pristojnosti tako pri odločanju kot pri vodenju. Podobne rezultate opazimo tudi v okviru raziskave Fakultete za šport⁹, v kateri so ugotovili, da častniki izražajo najvišjo stopnjo zadovoljstva z delom v Slovenski vojski, sledijo podčastniki, vojaki pa so z zaposlitvijo najmanj zadovoljni.

Drugo hipotezo lahko deloma potrdim. Pri demografskih značilnosti, kot so izobrazba, regijska pripadnost, spol in status zaposlitve nisem odkrila statistično pomembnih razlik glede na zaznavo socialne klime. Ne glede na izobrazbo se pripadniki Slovenske vojske podobno odločajo pri oceni klime. Evalvirajo jo sorazmerno pozitivno, tisti s srednjo šolo, višjo in visoko ter več nižje kot osnovnošolci ter poklicno izobraženi. Tudi regijska pripadnost ne vpliva bistveno na odgovore pripadnikov Slovenske vojske. Vsi skupaj jo evalvirajo relativno pozitivno, Korošci najmanj v primerjavi s pripadniki severne Primorske. Rezultati t-testa za neodvisne vzorce zaposlenih za določen in nedoločen čas v Slovenski vojski ter evalvacijo klime v Slovenski vojski so pokazali, da med zaposlenimi za določen in nedoločen čas ni statistično pomembnih razlik v zaznavi klime znotraj Slovenske vojske. Pri odgovorih o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenimi smo ugotovili statistično pomembne razlike v oceni klime v Slovenski vojski, kajti tisti, ki so se odločali za odgovor o zadovoljstvu z organizacijo in nadrejenim pozitivno, ocenjujejo klimo v Slovenski vojski višje kot tisti, ki so se odločali za negativen odgovor. Zadovoljstvo zaposlenih z delovno situacijo, delovnim mestom, ki zadovoljuje potrebe zaposlenega ter mu hkrati omogoča primerno količino izzivov, je eden ključnih elementov odličnosti organizacije. Zadovoljni in visoko motivirani zaposleni delajo bolj kakovostno, so bolj produktivni, s čimer pripomorejo k uspešnosti organizacije. K večjemu zadovoljstvu in kakovosti dela pa močno prispeva tudi zdravo delovno okolje, v katerem se posamezniki počutijo dobro, so spoštovani in cenjeni. Zavedati se moramo, da so vodje tisti dejavniki socializacije, ki zaradi svoje socialne moči in vpliva bistveno določajo organizacijsko klimo in kulturo. Neustrezna klima, nezaupanje, nefunkcionalna komunikacija, medosebni spori in podobno lahko vplivajo na člansko fluktuacijo, odsotnosti in druge pojave, ki so posledica neustrezne klime oziroma kulture (Jakič, 2008b). Vodstvo je odgovorno za nastanek, razvoj in opustitev neke kulture. Vodja mora vedeti, da s svojim vedenjem, besednimi in nebesednimi sporočili ter delovanjem vpliva na zaposlene.

⁸ *Zaznave anketirancev v zvezi z zadovoljstvom z delom v Slovenski vojski so bile raziskane leta 2007 (Jakič, 2008a in Tušak in drugi 2008).*

⁹ *Človeški viri v Slovenski vojski (Tušak in drugi, 2008). V vzorec je bilo vključenih 170 pripadnikov/-ic Slovenske vojske, od tega 68 vojakov, 60 častnikov, 40 podčastnikov in višji vojaški uslužbenec.*

Sklep Glede na sorazmerno pozitivno zaznavo socialne klime ciljnih skupin v raziskavi (Jakič, 2008a), ki je bistvena za nadaljnji razvoj Slovenske vojske, ter nadaljnje želje po spremembah lahko sklenem, da sodelujemo z motiviranimi posamezniki, ki težijo k »idealni« organizaciji in še boljši socialni klimi.

Na splošno lahko trdim, da so motivirani in lojalni delavci tisti dejavnik, ki uspešne organizacije loči od manj uspešnih. Ključna konkurenčna prednost in največje bogastvo organizacij so ljudje in odnosi med njimi. Skrb za zadovoljstvo zaposlenih je izjemno pomembna, saj vpliva na socialno klimo organizacije. Zato si je treba prizadevati za izboljšanje, kajti le pozitivno razpoloženje oziroma vzdušje v organizaciji, zadovoljstvo z delom in nadrejenim bo prispevalo k večji produktivnosti Slovenske vojske. Najboljša pot za izboljšanje organizacijske klime so osebni zgled vodstva, doslednost in integriteta vodij, kar sproži zaupanje pri sodelavcih. Pomembno je tudi permanentno usposabljanje delavcev. Priporočljivi so različni seminarji s področja t. i. mehkih veščin, pri čemer je treba na prvo mesto postaviti komunikacijo, ki je temelj vsakega medosebnega odnosa. Ko bomo osvojili ta način komunikacije, bomo spore reševali na konstruktiven način in ob tem doživljali bistveno manj stresa, kar bo posledično prispevalo k boljši socialni klimi.

Torej, če sklenem: »Nadaljnje vlaganje v ljudi je pomembna naložba za prihodnost Slovenske vojske. Ni pomembno zgolj preživetje, temveč tudi kakovost življenja organizacije.«

Literatura

1. Ashkanasy, N. M., 2000. *Organizational Culture and Climate. USA: Sage Publication inc.*
2. Goleman, D., Boyatzis, R., Mc Keen, A., 2002. *Prvinsko vodenje: spoznajmo moč čustvene inteligence. GV Založba: Zbirka Manager.*
3. Guzman, M., 1988. *Motivacija za rad i zadovoljstvo poslom radnika. Beograd: Naučna knjiga.*
4. Jakič, M., 2008a. *Socialne reprezentacije in organizacijska kultura v Slovenski vojski. Doktorsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.*
5. Jakič, M., 2008b. *Socialne zaznave, povezane z vodenjem v Slovenski vojski. Bilten Slovenske vojske 10/št. 4.*
6. Jurman, B., 1981. *Človek in delo. Ljubljana: Mladinska knjiga.*
7. Konrad, E., 1987. *Vodenje in motivacija za delo. Pomen organizacijske kulture in organizacijske klime. XV: posvetovanje psihologov Slovenije, Radenci, 208.*
8. Landy, F. J., 1985. *Psychology of work behavior. 3rd ed. Chicago (Illinois): Dorsey.*
9. Pavlin, J., 2004. *Proučevanje organizacijske klime v podjetju pritisk. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.*
10. Petrič, M., Šebek, L., 1997. »Indikatorji psiho-socialne klime v delovni organizaciji«. V Gregorač, J., (ur.): *XVI: posvetovanje psihologov Slovenije, Društva psihologov SR Slovenije, Ljubljana, 194–202.*
11. Pirola-Merlo, A., Härtel, E. J. C., Mann, L., Hirst, G., 2002. *How leaders influence the impact of affective events on team climate and performance in R&D teams. Leadership Quarterly, 13(5), 561–581.*
12. Rus, S. V., 1997. *Socialna in societalna psihologija (z obrisi sociopsihologije). Ljubljana: Filozofska fakulteta.*

13. Rus, S. V., 1993. *Socialna psihologija: teorija, empirija, eksperiment, uporaba (zbirka)*. Ljubljana: Davean.
14. Schein, H. E., 1997. *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
15. Schein, H. E., 2000. »Sense and nonsense about culture and climate«. V Ashkanasy, N. M., Wilderon, C. P. M. & Peterson, M. F. (eds.): *Handbook of Organizational Culture and Climate*, Sage Press, 2000.
16. Schneider, S., 1990. *Organizational climate and culture*. San Francisco: Jossey Bass.
17. Tušak, M., Masten, R., Tkavc, S., Tušak, M., 2008. *Človeški viri v Slovenski vojski*. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za šport.
18. Ule, M., 2004. *Socialna psihologija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
19. Ule, M., 1994. *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
20. Ule, M., 1999. *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.