



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

В. А. Чижер

**СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ
В ОРГАНИЗАЦИЯХ**
Инновационный тренинг

ПСИХОЛОГИЯ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Вера Чикер

**Социальная психология
в организациях.
Инновационный тренинг**

«Санкт-Петербургский государственный университет»

2017

УДК 316.6(075)

ББК 88.5я73

Чикер В. А.

Социальная психология в организациях. Инновационный тренинг
/ В. А. Чикер — «Санкт-Петербургский государственный
университет», 2017

Программа дисциплины «Социальная психология в организациях.
Инновационный тренинг» составлена в соответствии с государственным
образовательным стандартом высшего профессионального образования
по специальности «Психология», направлению обучения – магистратуре
«Социальная психология».

УДК 316.6(075)

ББК 88.5я73

© Чикер В. А., 2017

© Санкт-Петербургский
государственный университет, 2017

Содержание

Введение	6
Содержание курса	7
Тема 1. Предмет и задачи курса «Социальная психология в организациях»	7
Тема 2. Краткая история предмета	9
Тема 3. Место психолога в организации	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Вера Чикер
Социальная психология в
организациях. Инновационный тренинг

© В. А. Чикер, 2017

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2017

Рецензенты: д-р психол. наук, доц. *Н. Е. Водопьянова*, канд. психол. наук, доц. *В. И. Доминьяк*.

Рекомендовано к печати Учебно-методической комиссией факультета психологии Санкт-Петербургского государственного университета.

Введение

Цель курса – изучение возможностей применения ранее полученных теоретических и практических социально-психологических знаний, знаний в области психологии менеджмента и организационной психологии о деятельности практического психолога в различных организациях и освоение навыков психологической работы с организационными задачами.

Задачами курса можно считать 1) раскрытие возможностей социально-психологических исследований в организациях с целью повышения эффективности их деятельности; 2) систематизацию знаний в области прикладных социально-психологических исследований; 3) обучение навыкам проведения грамотного прикладного исследования в организациях; 4) практическое освоение полученных знаний в форме интерактивного обучения (тренинг); 5) освоение проблемного поля организационной психологии с точки зрения приобретенных студентами социально-психологических знаний.

Дисциплина читается студентам во 2-м семестре 1-го курса студентам по направлению «магистратура» – «Социальная психология» дневного отделения. Освоение курса предполагает наличие у студентов общей психологической и социально-психологической подготовки, знаний психологии малых групп, методов социально-психологических исследований, менеджмента, организационной психологии, маркетинга и других основополагающих психологических дисциплин.

В результате изучения материалов курса студенты должны:

- осознать границы и возможности применения социально-психологических знаний в конкретных областях деятельности различных организаций (работа с персоналом, климат, конфликты, инновации и др.);
- практически освоить психологический диагностический инструментарий, применяемый в организациях;
- «прожить жизнь в организациях» в рамках тренинга организационных изменений.

Содержание курса

Тема 1. Предмет и задачи курса «Социальная психология в организациях»

Материал, изложенный в курсе, во второй половине прошлого столетия чаще был представлен под названиями «индустриальная социальная психология», «промышленная социальная психология» и отражал прикладные вопросы психологической работы в самых различных организациях: промышленных, образовании, спорте, туризме, индустрии развлечений, армии и др.

В 1973 году Американская психологическая ассоциация заменила название «индустриальная психология» на «индустриально-организационная психология», подчеркнув связь этого раздела прикладной психологии с психологией управления и организационным поведением. По официальным западным данным в этой области работают приблизительно 10 % психологов, возможности трудоустройства остаются хорошими.

Это курс, имеющий сугубо прикладное значение и изучающий социально-психологические явления, возникающие в организациях при совместной деятельности людей в группах. Если считать, что предметом социальной психологии является *общение*, то **предметом социальной психологии в организациях** является изучение взаимосвязи процесса общения с эффективностью деятельности организации и производительностью труда (*какие социально-психологические факторы оказывают существенное влияние на повышение эффективности деятельности и, если влияют, то каким образом*). Таким образом, это приложение теоретических достижений в области социальной психологии в область практической деятельности специалистов-психологов, работающих в организациях. **Объекты** изучения этой предметной области – личность, малые и средние группы в организациях. Основной тезис заключается в необходимости изучения *психологических детерминант* эффективной деятельности организаций исходя из того, что *люди и особенности их взаимодействия – это основной ресурс* организации.

Основная проблематика социальной психологии в организациях. *Непосредственно социально-психологическая проблематика*: общение, коммуникации и взаимодействие в производственных коллективах, динамика коллективов, структура организаций и их функции, анализ требований к должности, нормы и ценности, групповая мораль, организационная культура, социально-психологический климат, отношение к труду, мотивация и стимулирование труда, разработка систем вознаграждения и санкций, оценка их эффективности, сплоченность реальных групп и коллективов, адаптация в коллективе, отношение к инновациям, инновационные барьеры, конфликты и моббинг в организациях, жалобы и способы их урегулирования, работа с персоналом (оценка, подбор, расстановка, сокращение, аттестация), карьера и ее планирование, репутация организаций, коммуникации в организациях, потенциальная безработица, забастовки и др.

Современные аспекты проблематики: методы оценки и обучения персонала (асессмент-центр, тренинги, групповые дискуссии, организационно-деятельностные игры, фокус-группы и другие активные методы обучения), поведение потребителей (предпочтение, потребности, рынок), пути профессионального развития, коучинг, организационный стресс, наркомания и токсикомания среди сотрудников, специфические проблемы руководителей и работников организаций, влияние профессиональных обязанностей на домашнюю и семейную жизнь, анализ «виртуальных» организаций (компьютеризация рабочего процесса), психологические

особенности работы на «удаленном доступе», социальный капитал организации, организационное доверие и справедливость.

Социально-психологические аспекты экономических, технологических, и социальных проблем, организации: организационные структуры, повышение производительности труда и качества продукции, улучшение условий труда и организация рабочих мест, средства поддержания дисциплины, снижение текучести кадров, уменьшение негативного воздействия монотонного труда, снижение аварийности и травматизма, разработка методов психологической разгрузки, должностные инструкции и профиограммы, эффективность рекламы и маркетинговая политика и другие смежные проблемы.

Тема 2. Краткая история предмета

Это центральное и первое направление сформировавшейся социальной психологии (20-е годы XX века). Теория У. Ф. Тейлора (1856–1915) – основа возникновения промышленной психологии и научного менеджмента (основная работа – «Принципы научного управления», 1911). Г. Эмерсон (1853–1931), Э. Мейо (1880–1949), Д. Мак-Грегор (1906–1964), Ф. Херцберг (1921–2000) и др. как представители школы «человеческих отношений» и основоположники особой субъективной оценки эффективности деятельности работника организации, разработчики путей повышения мотивации труда и его стимулирования, основанной на идеях и теории А. Маслоу. Теории мотивации труда ХУ (Д. Мак-Грегор – мотивационно-гигиеническая теория, 1960) и Z (У Оучи, 1981), рассматривающие мотивацию и ее основные организационные факторы сточки зрения удовлетворения первичных (физиологических) и вторичных (социальных) потребностей, а также межкультурных различий.

Развитие прикладной американской организационной психологии в области консалтинга и рекламы (У. Д. Скотт (1864–1955). Х. Мюнстерберг (1863–1920), Дж. Уотсон (1878–1958)), непосредственно связано с военными запросами и, преимущественно, бихевиоральным направлением психологических исследований, направленных на широкое внедрение психологических знаний в практическую деятельность.

Европейская организационная и промышленная психология (А. Файоль (1841–1925), М. Вебер (1864–1920)), активно рассматривала взаимосвязь администрирования, бюрократии и эффективности деятельности организаций.

Отечественная (советская и российская промышленная и организационная) психология началась с бурного развития направления в начале XX века в лоне психологии труда (А. Л. Гастев (1882–1939), П. М. Керженцев (1881–1940), А. А. Богданов (1873–1928), И. Н. Шпильрейн (1891–1937) и др.) и ленинградской, казанской, харьковской школ. Организуется и функционирует Центральный институт труда – ЦИТ. Отсутствие социальных заказов на работы в области организационной психологии в 1930–50 годы существенно затруднило ее развитие. Возрождение организационной психологии в 60-годы связано с ленинградской, московской, ярославской психологическими школами прикладной психологии (Б. Ф. Ломов (1927–1989), Е. С. Кузьмин (1921–1993), А. А. Крылов (р. 1935 г.), В. Д. Шадриков (р. 1939 г.), А. Л. Свенцицкий (р. 1936 г.), Э. С. Чугунова (р. 1930 г.) и др.).

В настоящее время, изучаемое направление – одно из самых востребованных в области прикладной психологии.

Тема 3. Место психолога в организации

Психолог может занимать одну из двух позиций: «внешнюю» – специалиста, получающего адресный заказ на проведение работ и «внутреннюю» – психолога, работающего непосредственно в организации (это может быть как психолог-консультант, так и психолог-исследователь, занимающийся, например, оценкой и аттестацией персонала, изучением климата, разрешением и медиацией конфликтных ситуаций, обучением персонала и т. д.). Обозначенные позиции различаются и по внутреннему содержанию и по структуре деятельности. Первая позиция (внешнего консультанта и исследователя) отличается возможностью более нейтрального подхода к проблемам организаций, однако глубина анализа ситуаций может страдать из-за недостатка знаний о внутренних проблемах организации. Эта позиция в полной мере представлена в деятельности современных консалтинговых и рекрутинговых компаний. Вторая позиция (психолог внутри организации) чревата, наряду с большим количеством плюсов, *снижением статуса психолога до статуса рядового члена группы и организации*. Занимая вторую позицию, психологи чаще и, по возможности, автономно работают в системе отдела кадров, отделов обучения, в качестве руководителя отдела персонала и др.

Выделяются следующие **функции психолога в организации**:

Исследовательская. Главным является изучение человека и рабочей группы как субъектов труда. Исследуется, как правило, не теоретическая проблема, а конкретная ситуация. В таком исследовании обязательно соблюдение всех правил, предъявляемых к научно-практической работе (формулирование гипотез, выбор методик и методов, фиксация и обработка всех материалов, их анализ, отчет).

Консультационная функция. Это может быть как организационное, так и персональное личностное консультирование (коучинг). Очевидное преимущество консультанта – возможность независимого, самостоятельного и профессионального видения организационной ситуации. Независимость может быть финансовой, административной и эмоционально-личностной. Консультанты бывают универсалами и специалистами по отдельным проблемам (например, оценка персонала, инновации, управление и т. д.).

Исследовательская и консультативная функции включают в себя экспертную деятельность. *Эксперт* – это специалист в какой-либо области, в определенной сфере, дающий профессиональное заключение при рассмотрении какого-либо вопроса, в нашем случае при рассмотрении организационных ситуаций. Большое значение при принятии экспертного решения имеет авторитетность эксперта, которая определяется «кредитностью» в той области знания, которую он представляет (а именно область организационной психологии), кредитностью эксперта (организация, которую он представляет, степень, звание, должность, профессиональный опыт и др.), личным отношением доверия-недоверия между заказчиком и экспертом и др. Ответственность эксперта за экспертное заключение является и полной и ограниченной – эксперт полностью отвечает за обоснованность и соответствие своего заключения современному уровню психологических знаний, но, однако, не несет ответственности за конкретные решения заказчика, принятые на основании экспертного заключения. Основные причины обращения к экспертам: ориентировка в целесообразности консультирования, необходимость перемен, поддержка программ инноваций, решение собственных управленческих и личных проблем и др.

Педагогическая и просветительская функция. Эта функция связана с большим интересом к психологии у всех без исключения людей, желанием приобрести психологические знания и помочь самому себе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.