



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
Тема 4. Основные социальные и социально-психологические характеристики организации	11
Тема 5. Система взаимоотношений в организации	14
Тема 6. Организационная культура	15
Тема 7. Социально-психологический климат	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

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.

Тема 4. Основные социальные и социально-психологические характеристики организации

Мы придерживаемся следующего определения организации: *Организация – это группа людей, деятельность которых координируется для достижения общих целей* (Ч. Бернارد (1886–1961) – основной труд «Функции руководителя», 1938). Таким образом, организация – это наличие, по крайней мере, двух людей, одной цели и общих намерений. Это *социальная система, порожденная организационными процедурами (а не самовозникающими силами) и направленная на мобилизацию и координацию усилий различных (обычно специализированных) подразделений для достижения общих целей*. Пять внешних условий функционирования организаций:

1. социально-экономические условия (стабильность, конкуренция, рабочая сила);
2. образовательные условия (возможность обучения персонала, уровень образования и экономической культуры общества);
3. политические условия (стабильность и отношение правительства к бизнесу, контролю ценообразования, к положению на рынке труда);
4. культурные условия (отношение к человеческим ценностям и работе, управлению, раслоению общества, характер профсоюзов и их взаимоотношения с предпринимателями);
5. конкретные условия каждого предприятия.

Организация чаще всего рассматривается как *малая* или как *средняя группа*. *Малая группа* в организации – это группа от 2 до 25–40 человек, находящихся в личном контакте с реальным поведенческим членством и наличием развитой внутренней неформальной структуры, обуславливающих непосредственные трудовые связи (например, бригада рабочих, группа студентов, сотрудники кафедры). Численность же *средней группы* – от сотни до нескольких тысяч человек. В ней существует знакомство на уровне статуса, функциональное членство, юридически оформленная структура (отсутствие развитой неформальной структуры), трудовые связи, опосредованные официальной структурой организации, средства массовой коммуникации. Например, это организация всех работников предприятия, вуза, фирмы. Эта группа может быть и кратковременной и долговременной. Она может быть *первичной* (неразложимой далее на составные части – бригада, отдел, лаборатория, кафедра и др.) и *вторичной* (совокупность первичных групп).

Таким образом, организация это, как правило, средняя, вторичная и долговременная группа.

Организационные структуры

Официальная (формальная) структура организации. Это институционализованная, официально закрепленная юридическими документами структура. Назначение этой структуры – распределение социальных ролей между работниками. Основным элементом этой системы – социальная позиция – статус. Официальная структура дана изначально, до того, как начинает функционировать организация, и является моделью организации. Она определяет:

1. основную цель и задачи организации (миссия);
2. внутреннюю структуру, необходимую для реализации этих задач;
3. положение отдельных людей и групп по отношению к производственным задачам;
4. служебные обязанности каждой социальной позиции (должностные инструкции);
5. правила сотрудничества отделов и рабочих групп;
6. различные санкции (позитивные и негативные);
7. принципы оплаты труда;
8. систему коммуникаций.

Официальная структура характеризуется *горизонтальной структурой* (функциональная структура разделения труда) – например, производство, маркетинг, финансы и *вертикальной (скалярной, иерархической)* с распределением ролей по вертикали – это командование и подчинение, координирование работы.

Официальная система наиболее ярко описана теорией бюрократии *М. Вебера* (1864–1920), по определению которого *бюрократия – административный аппарат, который осуществляет рациональную организацию труда*. Бюрократия – это организационная система, имеющая свои преимущества и недостатки и каждая организация в какой-то степени – бюрократия.

Преодоление негативных последствий бюрократизации отражается в следующих организационных процессах: *департаментализации (процесс деления организации на отдельные блоки) и формировании адаптивных организационных структур*.

Департаментализация может представлять собой следующие структуры:

1. *Функциональная структура*. Это процесс деления организации на отдельные элементы, каждый из которых имеет свою четкую, определенную задачу и обязанности, т. е., это группировка персонала по тем широким задачам, которые они выполняют (например, функциональные блоки компании – отделы производства, маркетинга и финансов).

2. *Дивизиональная структура*. Деление организации на элементы и блоки происходит по видам товаров и услуг, группам покупателей и географическим регионам. Поэтому они *бывают продуктовые, ориентированные на потребителя и региональные*.

Адаптивные структуры – гибкие структуры, направленные на быстрое реагирование изменений окружающей среды. Это:

1. *Проектные организации* – временная структура, создаваемая для решения конкретной задачи.

2. *Матричная структура* – предполагает подчиненность как руководителю проекта, так и руководителю функционального блока.

3. *Конгломерат* – использование любых структур при условии их эффективности.

Неофициальная структура организации. Это система неформальных отношений в организации. Это соотношение руководства и лидерства, понятие социально-психологического климата. Основные характеристики неформальных организаций: социальный контроль, сопротивление переменам, неформальные лидеры.

Социально-экономическая структура организации. Это деление сотрудников по признакам умственного и физического труда, материальному положению.

Социально-демографическая структура. Определяется полом, семейным положением, этническим составом, уровнем образования, квалификацией и стажем. Коллективы по этому признаку могут быть гомогенными и гетерогенными. С точки зрения социальной психологии все эти показатели детерминируют особенности трудового поведения сотрудников организации.

Профессиональная структура организации. Как правило, она связана с потребностью производства в работниках определенных специальностей.

Кроме этого рассматриваются вопросы профессионального здоровья, организационного стресса, профессиональной морали, особых норм и ценностей, профессиональной солидарности и сплоченности.

В ходе своего существования организация проходит различные стадии, которые называются ее *жизненным циклом* – совокупностью этапов ее развития (*И. Адизес*). Все организации, как живые организмы, проходят схожие этапы развития, которые могут быть прогнозируемы. Эта динамика носит циклический характер. Выделяется девять закономерных последовательных этапов в их развитии: выхаживание (создание) организации, младенчество (усилия по реализации мечты), стадия быстрого роста (риски, связанные с пробами и ошибками), юность

(второе рождение), расцвет, стабилизация, «аристократизм» (скрытое старение), ранняя бюрократизация, реальная бюрократизация и смерть. Современное организационное консультирование направлено, как правило, на решение проблем с обязательным учетом стадии развития каждой отдельной организации.

Тема 5. Система взаимоотношений в организации

1. *Система взаимоотношений по вертикали.* Характеризуется влиянием социальной дистанции, интенсивностью общения, особенностями и стилем руководства, установкой руководителя на подчиненных.

2. *Система взаимоотношений по горизонтали.* Характеризуется значительно меньшим влиянием социальной дистанции, личными избирательными отношениями (симпатия-антипатия), личными фоновыми отношениями (социально-психологический климат), деловыми отношениями (соревновательность), групповой моралью (неофициальные групповые нормы поведения, связанные с положительными и отрицательными санкциями).

Важной составляющей развития групп и системы отношений в организации является формирование групповой морали. Структура *групповой морали*: отношение к целям организации и группы, к индивидуальным нормам выработки, к руководителю, его нормам и требованиям, к правилам трудовой дисциплины, к собственности, к общественной работе, к поведению в быту.

Формирование групповой морали связано с таким групповым процессом, как сплоченность (мера тяготения членов группы друг к другу). В целом высоко сплоченные группы работают более эффективно, но оборотной стороной этого состояния может стать *«групповое единомыслие»* – тенденция подавления отдельной, личностью своих действий и взглядов с тем, чтобы не нарушить гармонию группы (исследования *И. Джейниса*). Поддерживают групповую мораль и нормы – *санкции*. Они могут быть как положительными, так и отрицательными. Основные требования к их применению: незамедлительность конкретность, искренность, неожиданность, спонтанность, связанность с ритуалом.

Принципы «горячей плиты», сформулированные *Д. Мак-Грегором*, определяют эффективность наказания. Они заключаются в следующем:

1. Если Вы дотронетесь до горячей плиты, то сразу же обожжетесь.
2. Наказание «горячей плиты» действенно с первого же раза.
3. Горячая плита «наказывает» только ту руку, которая к ней прикоснулась.
4. Закономерность действия «горячей плиты» существует для всех без исключения.
5. Если Вы дотронетесь до горячей плиты у Вас должно быть средство, чтобы ослабить боль.

Групповая мораль зависит от моральных правил, норм и ценностей общества и организации, каждая организация сознательно или несознательно устанавливает свою систему норм и ценностей. Обретая плоть, они становятся организационной культурой.

Тема 6. Организационная культура

Организационная культура – это неформальный общий способ восприятия жизни в организации, который влияет на то, что сотрудники организации думают о самих себе и своей работе. Организационную культуру можно рассматривать как набор допущений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются большинством членов организации. Это описательный термин и он не несет в себе оценочности (как, например, удовлетворенность работой или социально-психологический климат). В рамках одной организации может существовать *доминантная культура* (отражает общие, ключевые ценности большинства членов организации) и ряд *субкультур* (отражает специфические проблемы и ситуации, например, региональные, особенности департамента и т. д.). По Э. Шейну (1992) существует 4 уровня организационной культуры:

1. *Артефакты* – самые заметные и очевидные элементы организационной культуры, наблюдаемые, физические ее аспекты (материальные объекты, являющиеся символами – общие открытые помещения, праздники, расположение кабинетов, архитектура, лозунги, рассказы, мифы, герои, ритуалы, обряды и церемонии). Это основной способ, которым культурные нормы и ценности передаются от одного сотрудника к другому.

2. *Поддерживаемые ценности* – заявленные общие ценности и принципы, к которым стремится руководство – миссия, цели, идеалы. Миссия – публично изложенные ценности и убеждения организации. Несмотря на их кажущуюся открытость они не всегда проявляются в организационном поведении (например, деятельность политических организаций).

3. *Подлинные ценности*. Это все то, что проявляется в реальном поведении сотрудников организации, становится их реальными убеждениями.

4. *Основные скрытые убеждения*. Это самый глубокий уровень организационной культуры – неосознанные ценности и убеждения, которые субъективно воспринимаются сотрудниками организации как единственно правильное понимание жизни.

Цель организационной культуры – вызвать такое поведение сотрудников, которое способствует достижению целей организации. Исторически большинство организационных культур носили неявный характер, сейчас же явный характер организационных культур связан с активным менеджментом. Дисфункцией сложившейся организационной культуры можно считать сопротивление переменам ее сотрудников, а также конфликт между доминантной культурой и субкультурами.

Типы ОК (Ф. Трампенарс): «семья» (патерналистская модель), «Эйфелева башня» (классическая бюрократическая система), «Управляемая ракета» (безличное управление, направленное на задание) и «Инкубатор» (высокотехнологические организации). Р. Харрисон, а вслед за ним и Ч. Хэнди выделяют культуры, ориентированные на власть, на людей, на задачу и на роль. По Р. Куинну и Т. Камерону существуют четыре типа организационной культуры: клановая, иерархическая, адхократическая и рыночная, которые могут быть измерены и подвергнуты коррекции. Культуры организаций в пределах одной страны меньше различаются между собой, чем культуры организаций различных стран. Для России стабильно для большинства организаций характерно предпочтение сочетания клановой и иерархической культур, отрицание рыночной и адхократической.

Наряду с бюрократической и иерархической организационной культурой распространенной и поддерживаемой со стороны работников и руководства считается патерналистская (клановая) ее модель. *Патернализм* – это практика управления или контролирования людей путем обеспечения их потребностей, но без предоставления им ответственности за что-либо. Это рассмотрение организации в качестве «семьи», одного из типов эффективной организационной культуры. Западные модели – это, например, заводы Форда, восточные – организацион-

ные системы Советского Союза, России, Японии, Индии, Сингапура, Южной Кореи. В Европе патерналистские модели организационной культуры развиваются во Франции, Бельгии, Греции, Италии, Испании.

Стабильность ОК может быть очень высокой, трансформация ее, по западным данным, может занимать от 5 до 10 лет. Изменения организационной культуры активно происходят: 1) в период серьезного кризиса (финансовые потери, конкуренция, потеря основного клиента и т. д.); 2) при смене руководителя (новое лидерство – новые ценности, роль руководителя – определяющая в ее формировании). Изменения культуры проще происходят в «молодых» организациях, а также в организациях с небольшой численностью персонала.

Для того, чтобы изменить организационную культуру, надо:

1. сделать поведение топ-менеджеров позитивной моделью, задающей тон переменам;
2. создать новые истории, символы, ритуалы и заменить ими существующие ранее;
3. поощрять, поддерживать и продвигать тех сотрудников, которые демонстрируют новые ценности;
4. изменить систему вознаграждения так, чтобы она поощряла принятие нового набора ценностей;
5. произвести замену неписанных норм формальными правилами;
6. «встряхнуть» существующие субкультуры путем переводов, ротаций, увольнений;
7. учитывать контекст национальной культуры;
8. ввести должность менеджера по культуре.

Для описания организационной культуры используются следующие содержательные ее определения (*Дж. В. Ньюстром, К. Девис*): характерная, стабильная, неявная, символическая, многообразная, интегральная, принятая, отражающая идеалы высшего руководства, включающая субкультуры, с изменяющимся уровнем воздействия.

Основные методы исследования ОК – опросные (интервью, анкеты). Любые исследования организационной системы несовершенны, картина может быть получена только в ходе постоянного мониторинга, а высокий результат деятельности организации – отражение эффективности ее организационной культуры.

ОК формирует у сотрудников организационную идентичность, является важным источником стабильности и преемственности, она стимулирует высокую степень социально-психологической адаптации работников, ответственность и лояльность.

Тема 7. Социально-психологический климат

Социально-психологический климат, в отличие от организационной культуры, несет в себе не только описательные, но и оценочные характеристики состояния групп и коллективов, что дает возможность более точной диагностики групповой атмосферы. *Социально-психологический климат* – относительно устойчивое, качественно определенное состояние социально-психологической сферы жизнедеятельности коллектива, характеризующееся отношениями к наиболее значимым моментам социальной деятельности. Таким образом, система его оценки может строиться на значимых показателях, отражающих основные индикаторы группового состояния. Он может быть рассмотрен также как система установок (отношений) членов коллектива к группе в целом, имеющая когнитивный, эмоциональный и поведенческий компонент.

В определении климата имеется аналогия географическому климату – это одна из особенностей жизнедеятельности людей, он неодинаков в разных коллективах, один и тот же климат по-разному влияет на его членов, его влияние сказывается на психологическом самочувствии сотрудников (настроение, удовлетворенность, комфорт).

Выделяются два *уровня СПК*: *статический* (относительно постоянный) и *динамический* (меняющийся, колеблющийся, каждодневный настрой, некое психологическое состояние, «психологическая атмосфера», которая наиболее изменчива и наименее осознаваема).

Основные эмпирические характеристики СПК:

- удовлетворенность взаимоотношениями по горизонтали и вертикали,
- настроение, самочувствие, доброжелательность,
- взаимопонимание руководителей и подчиненных,
- авторитетность руководства,
- степень участия членов организации в управлении,
- сработанность и сплоченность,
- сознательная дисциплина,
- отношение к конфликтам,
- дружба.

СПК влияет на результаты деятельности, на установку по отношению к работе, на текучесть кадров, здоровье работников, на отношения в семье, остроту конфликтов в коллективе и др.

На СПК влияют:

факторы *макросреды* (ситуация в обществе, уровень жизни в организации, региональные факторы и т. д.), *микросреды*: *объективные* – социально-демографические особенности группы (образование влияет незначительно, пол влияет существенно, важна гомогенность или гетерогенность коллектива, возраст в зависимости от обстоятельств), факторы производственной обстановки, условия труда (не всегда – иногда климат является компенсацией за плохие условия труда) и стимулирования;

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.