

О предмете и основных задачах организационной психологии на современном этапе ее становления и развития

В.А. ИЛЬИН

доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры психологии управления Московского городского психолого-педагогического университета

В статье представлена общая картина становления и развития организационной психологии как практикоориентированной отрасли психологической науки, изложен авторский взгляд на основные методологические проблемы, связанные с определением предметно-проблемного поля и основных исследовательских задач организационной психологии в условиях инновационной экономики, предложен вариант их решения. Показано, что в процессе своего развития организационная психология эволюционирует от использования психологического знания в целях повышения эффективности текущего функционирования организации в условиях поточного производства к решению широкого спектра задач, связанных с социально-психологическим и психолого-акмеологическим обеспечением инновационного развития.

Ключевые слова: организационная психология, организационное развитие, экономика знаний, человеческий капитал.

При определении предметно-проблемного поля организационной психологии на современном этапе ее развития, прежде всего, необходимо хотя бы кратко остановиться на ключевой в данном отношении методологической проблеме. На первый взгляд, организационная психология в ее нынешнем состоянии представляется вполне сложившейся практикоориентированной ветвью социальной психологии, обладающей собственной теоретико-методологической базой, понятийным аппаратом и методическим обеспечением. В настоящее время имеется множество учебных программ, учебных пособий и учебников по данной дисциплине, объем научных и научно-популярных работ по конкретным аспектам организационной психологии более чем внушителен.

Однако при детальном рассмотрении ситуации легко убедиться, что она дале-

ко не столь однозначна. Достаточно взять практически любой учебник по организационной психологии, чтобы ознакомиться, во-первых, с определением границ и специфики рассматриваемого предметно-проблемного поля и, во-вторых, с содержанием (хотя бы на уровне рубрикации) данного учебника.

Как правило, предлагаемые определения предмета и задач организационной психологии носят чрезмерно широкий, а зачастую и формально-декларативный характер. Например, «поведение людей в организациях», «применение психологических теорий и методов к решению проблем организации, управления и бизнеса» (Л. Джуэл, К. Дэвис, Дж. Ньюстром и др.). Более того, в научном лексиконе наряду с понятием «организационная психология» широко используется понятие «психология управ-

ления (менеджмента)», которые во многих, в том числе и учебно-методических изданиях, рассматриваются как не просто содержательно близкие, а практически синонимичные.

Совершенно закономерным на таком фоне выглядит тот факт, что и понятийный аппарат организационной психологии остается в значительной степени не оформленным. Трактовка ряда ключевых понятий варьируется от логики обыденного здравого смысла до максимально абстрактных теоретических обобщений. При этом собственно предметное содержание, непосредственно связанное с практикой организационного функционирования и развития, зачастую либо вовсе остается «за скобками» содержательного рассмотрения, либо сводится к узкому предметно-деятельностному рассмотрению вне собственно психологического контекста. Как ни парадоксально, но едва ли не большинство исследований, позиционируемых в предметно-проблемном поле одного из наиболее практикоориентированных направлений психологической науки, не являются в сущности практикоориентированными, а носят либо фундаментальный, точнее сказать, абстрактно-теоретический (если не по результатам, то по форме), либо сугубо прикладной характер. В первом случае речь идет, как правило, о механистическом «переносе» социально-психологических и психолого-акмеологических универсалий в абстрактный организационный контекст, а во втором, напротив, об узко специфических, по сути дела, ситуативных «кейсах», в которых внимание акцентированно направлено на решение конкретной проблемы в столь же конкретной организации.

В этой связи можно констатировать, что одной из актуальных проблем развития организационной психологии и психологии управления является дефицит концепций «среднего уровня», релевантно отражающих социально-психологическую и психолого-акмеологическую специфику организационного развития в современных условиях. Неслучайно один из ведущих американских специалистов в области управления человеческими ресурсами организации А. Коэн отмечает, что «даже лучшие программы MBA не всегда сочетают концептуальные положения с опытом реальной жизни, анализ с развитием практических навыков. Не дают они и сбалансированного опыта, который может помочь практике, быть одновременно и руководством к действию в нестандартных ситуациях, и основой обучения» [2, с. 20–21].

Такое положение вещей во многом обусловлено самим процессом становления и развития организационной психологии. Не ставя перед собой задачу сколь-нибудь подробного изложения истории организационной психологии, мы, тем не менее, обозначим здесь в самой лапидарной форме основные в рассматриваемом контексте ее этапы.

Зарождение организационной психологии как самостоятельной практикоориентированной научной дисциплины чаще всего связывают с выходом в свет еще в 1913 г. в США учебника Г. Мюнстерберга «Психология и эффективность производства». Заметим, что год выхода данного учебника традиционно отмечается как этапный с точки зрения становления индустриального общества в экономически развитых странах, резкого роста производства и потребления, обострения конкуренции как на внут-

ренных, так и на мировых рынках. Совершенно закономерным в данной связи выглядит как сам факт появления работы Г. Мюнстерберга, так и то, что содержание она была ориентирована на повышение эффективности промышленного производства. На решении этой же задачи сосредоточились и последователи Г. Мюнстерберга — У. Скотт, Ф. Тейлор, Ф. Гилберт и др. В качестве средств рассматривались схемы совершенствования отбора работников, организации производственного процесса, структурирования рабочего времени, а также методы (главным образом, организационно-управленческие) разрешения проблем, возникающих на рабочем месте (Л. Джуэлл). Таким образом, первоначально организационная психология зародилась в качестве сугубо прикладной дисциплины, причем во многом напрямую связанной с повседневной текущей деятельностью инженеров и менеджеров среднего и низшего звеньев в условиях поточного производства. По этой достаточно очевидной причине организационная психология на начальном этапе своего становления обозначалась как индустриальная психология.

Следующий этап развития организационной психологии приходится на межвоенный период, причем именно на данном этапе она приобретает отчетливо выраженную социально-психологическую направленность. Так, в частности, изначально построенные в предшествующей логике эксперименты на предприятиях Форда, направленные на совершенствование методов подбора управленческих кадров, легли в основу «теории черт» (Е. Богардус и др.) — первой (хотя, как показали дальнейшие исследования, и неудачной) попыт-

ки углубленного поиска универсального объяснения природы лидерства. В конце 20-х — начале 30-х гг. прошлого века в США начался настоящий «бум» социально-психологических исследований, связанных с группами и групповым поведением. Во многом он был обусловлен промышленным спадом, связанным с Великой депрессией, когда остро встал вопрос о повышении мотивации сотрудников и оптимизации производственных процессов за счет использования социально-психологических методов. К этому периоду относятся классические полевые эксперименты по изучению групповой структуры и индивидуального поведения в группе, имевшие далеко идущие научные и практические последствия. Так, на основании результатов, полученных в ходе работы по улучшению социально-психологического климата в воспитательной колонии для девочек города Хадсон, Дж. Морено окончательно разработал социометрический метод, который стал одним из наиболее широко известных и доступных средств не только изучения аттракционных отношений в группе, но и преобразования интрагрупповой структуры. Аналогичные по значимости эксперименты с группами подростков К. Левина и Р. Липшета позволили выявить влияние на группу различных стилей руководства и послужили отправной точкой к созданию теории групповой динамики — пожалуй, наиболее признанной и популярной в мире концепции, объясняющей закономерности развития и функционирования малой группы. Легко заметить, что речь в данном случае идет уже о фундаментальных социально-психологических разработках, актуальных в организационном контексте. Параллельно продолжались

сугубо прикладные исследования, направленные на изучение организационного поведения, трудовой мотивации, возможностей повышения производительности труда и т. п. (Ф. Ретлизбергер, Э. Мэйо, У. Диксон и др.). Однако в рассматриваемый период фундаментальные и прикладные разработки, содержательно связанные с организационной психологией, развивались именно параллельно и, по большому счету, изолированно друг от друга.

Радикальный шаг, направленный на интеграцию фундаментальной психологической науки и, прежде всего, именно ее социально-психологической составляющей в организационный контекст, был реализован в США и обусловлен их вступлением во Вторую мировую войну. В этой связи следует отметить роль адмирала Ч. Нимица, назначенного командующим Тихоокеанским флотом США после налета на Перл-Харбор и занимавшего этот пост до конца войны. Ч. Нимиц был, пожалуй, единственным крупным военачальником Второй мировой, в полной мере оценившим значимость социально-психологических факторов для достижения успеха в боевых действиях, и выступал не только инициатором, но и непосредственным заказчиком целого ряда прикладных исследований, направленных на повышение групповой сплоченности, создание команд, повышение эффективности управления, поддержание психологической устойчивости, высокой функциональности не только непосредственных участников боевых действий, но и обеспечивающего персонала и т. п. Чрезвычайно высокая боевая эффективность, продемонстрированная ВМФ и Корпусом морской пехоты США в крайне сложных условиях Тихоокеан-

ского театра военных действий, во многом была обусловлена целенаправленной работой социальных психологов [1].

Данное обстоятельство совершенно закономерно не осталось вне поля зрения не только специалистов и представителей государственных структур, но и бизнес-сообщества, прежде всего в США. Как следствие, в послевоенный период наблюдается резкий рост развернутых исследований, направленных на решение широкого спектра задач, связанных с организационным функционированием и развитием с использованием социально-психологических ресурсов, с одной стороны, и одновременно на разработку инновационных социально-психологических подходов к решению организационных проблем, возникающих, прежде всего, в связи с переходом к постиндустриальному обществу. Именно с этого момента можно говорить о позиционировании организационной психологии как достаточно самостоятельного и самоценного практикоориентированного направления социальной психологии. На протяжении 60-х—70-х гг. в ее рамках определились устойчивые, ставшие, по сути дела, «классикой жанра» векторы исследовательской активности, многие из которых сохраняют свою актуальность и в современных условиях. При этом в истории развития организационной психологии во второй половине XX — начале XXI вв. можно совершенно отчетливо выделить два этапа, точнее сказать, два основных подхода.

В рамках первого из них, хронологически более раннего, совершенно отчетливо прослеживаются попытки механистического перенесения психологических концепций и практических наработок в организационный контекст. Это касает-

ся, прежде всего, традиционных концепций лидерства, а также теорий мотивации, коммуникации, исследований в области межличностного взаимодействия, воздействия и влияния, групп и группового развития, статусно-ролевых отношений, конфликтов. Заметим, что сам по себе факт признания целесообразности и, более того, необходимости широкого использования психологических знаний в управленческой науке и практике является несомненным достижением, с точки зрения развития и повышения эффективности менеджмента. Представителями данного направления внесены реальный вклад в разработку таких значимых в прикладном аспекте социально-психологических и психолого-акмеологических составляющих управленческой деятельности, как тайм-менеджмент, формирование и развитие корпоративной культуры, профилактика профессионального «выгорания» сотрудников.

Вместе с тем, механистичность, присущая данному подходу, породила ряд серьезных проблем. Отметим в этой связи, что в его рамках понятия «руководитель» и «лидер» использовались практически как синонимичные (следует отметить, что проблема соотношения руководства и лидерства в функционально-деятельностном, структурно-организационном и личностном аспектах является одной из наиболее принципиальных методологических проблем организационной психологии [1]). Это приводило к неизбежной методологической путанице, которая на практике проявилась в многочисленных попытках предельно алгоритмизировать управленческую деятельность, разработать стандартные механизмы принятия решений в различных ситуациях. Между тем, как показа-

но в ряде работ по теории и практике менеджмента (Т. Амбайл, С. Каплан, Р. Фостер и др.), даже оперативное управление бизнесом и производственными процессами в современных условиях нередко требует творческого, креативного подхода. Лидерство же изначально предполагает выход за рамки традиционных представлений, стереотипов и алгоритмов деятельности.

Использование психологических концепций в рамках рассматриваемого подхода отличалось крайней консервативностью. Иными словами, продолжали (и продолжают) применяться и культивироваться теории, недостаточная эвристичность которых была продемонстрирована в более поздних относительно их появления психологических исследованиях. Классическим примером может служить «пирамида» А. Маслоу, которая рассматривается в качестве базовой концепции мотивации современными представителями данного направления, в частности, Дж. Адаиром. Недостаточно эвристичные, а зачастую даже архаичные в современных условиях концепции менеджмента, например, теория Д. МакГрегора, теория «черт лидерства», поведенческие и ситуационные подходы продолжают широко тиражироваться не только в академических учебниках, но и в практических руководствах (Дж. Адаир, Л. Стаут и др.).

Однако в настоящее время происходит очередная предметно-проблемная трансформация организационной психологии, обусловленная, в первую очередь, качественным изменением условий не только собственно экономического, но и социального в широком смысле развития современного общества, связанного с процессами глобализации и перехо-

дом к «экономике знаний». Для понимания причин этой трансформации необходимо хотя бы кратко остановиться на ключевых в рассматриваемом контексте аспектах данного процесса.

Как показано в целом ряде исследований американских и западноевропейских специалистов в области менеджмента, в частности, Р. Дафта, Р. Канна, Д. Катца, Р. Фостера и др., переход к так называемой новой, или информационной экономике (экономике знаний), по сути дела, дискредитировал господствовавшие в условиях индустриального и частично постиндустриального общества философию бизнеса, восходящую еще к трудам А. Смита, и основанные на ее базе организационно-управленческие концепции. На рубеже 80–90-х гг. прошлого века в наиболее развитых экономически странах резко обострилось противоречие между доминирующими формами организации общественного труда (корпорации) и результатами трансформации под воздействием научно-технических революций и других объективных факторов рынков, прежде всего, рынков капиталов. Суть этого противоречия заключалась в том, что, как считают ведущие специалисты крупнейшего международного консалтингового агентства McKinsey & Co Р. Фостер и С. Каплан, «...корпорации исходят из предположения о непрерывности развития; их деятельность сосредоточена на текущих операциях. А для рынков капитала характерна *дискретность развития*; они сконцентрированы на созидании и разрушении. Рынок поощряет процессы быстрого и интенсивного созидания, а следовательно, и ускоренного накопления богатства. Рынок менее терпимо, чем корпорации, относится к низкой эффек-

тивности» [3, с. 22]. Надо сказать, что еще на рубеже 30-х–40-х гг. XX в. на это противоречие как потенциально заложенное в современной ему системе организации общественного производства обратил внимание американский философ, экономист и социолог Й. Шумпетер. По его мнению, «обычно в условиях капитализма внимание обращают на механизм управления существующими структурами, тогда как проблема кроется в механизме их созидания и разрушения» [5, с. 27].

Как показывают исследования зарубежных специалистов и практика наиболее успешных в современных условиях компаний, разрешение указанного противоречия лежит в сфере диверсификации производства и, прежде всего, систем управления. В первую очередь, это означает переход от вертикально интегрированных к горизонтально интегрированным схемам управления и принятия решений, делегирование полномочий (как заметил один из экспертов McKinsey & Co, «для того, чтобы сохранить хоть какой-то шанс удержать контроль над событиями в наше бурное время, необходимо отказаться от большей части средств и методов контроля» [3, с. 254], смещение фокуса управленческой деятельности от обеспечения эффективности текущего функционирования к обеспечению перспективного развития, осознание и принятие того факта, что любая инновация, в полном соответствии с законами диалектики, означает *разрушение* в той или иной степени сложившейся системы (причем значимость внедряемой инновации прямо пропорциональна степени такого разрушения).

Однако ключевым, системным ответом на вызовы рынка в условиях новой

экономики является полномасштабное осознание, что именно человек как личность и полноценный самостоятельный субъект является главным, а во многих случаях и единственным источником богатства в современных условиях.

Собственно говоря, то, что прибавочная ценность (как показано В.С. Автономовым, укоренившееся в советской экономической науке с подачи одного из первых переводчиков «Капитала» на русский язык словосочетание «прибавочная стоимость» является не вполне адекватным первоисточнику и, более того, искажающим суть дела [цит. по 5, с. 9]) создается именно человеком в процессе труда, было отчетливо показано еще К. Марксом. Однако сосредоточившись на выявлении экономических детерминант общественного развития, К. Маркс рассматривал человека как некую абстракцию, уделяя главное внимание средствам производства и связанным с ними отношениям собственности. На протяжении длительного времени многие мыслители и практики, в том числе и оппозиционные марксизму, именно в развитии средств производства видели главный источник повышения благосостояния и конкурентоспособности. Еще раз отметим, что такое видение было вполне адекватным в условиях индустриального общества. В условиях же информационной экономики средства производства составляют лишь незначительную часть рыночной стоимости наиболее успешных и динамично развивающихся компаний. Так, например, «реальные активы компании Microsoft составляют примерно 1 % ее рыночной стоимости» [3, с. 26]. Более того, как отмечают Р. Фостер и С. Каплан, «если уж говорить об активах, то производитель ком-

пьютеров фирма Dell фактически не имеет никаких активов. Многие компании, возникшие в Интернете, начинали практически без стартового капитала. Рентабельность капитала у этих фирм по сравнению со всеми известными стандартами невообразимо велика. Эффективность производства бьет все рекорды. Поток проектов в сфере новых технологий неиссякаем» [там же]. Добавим, что все сказанное в полной мере справедливо в отношении таких высокотехнологичных и сверхуспешных компаний, как Apple и Google. Вряд ли требует специального доказательства, что именно нематериальные интеллектуальные продукты являются главным источником их доходности и капитализации. Весьма показателен в рассматриваемом аспекте и тот факт, что перечисленные компании практически без потерь прошли активный этап мирового экономического кризиса. И напротив, крупнейшие международные корпорации, ориентированные на производство традиционных промышленных продуктов, на протяжении последних десятилетий показывают несравнимо более низкую эффективность, многие из них фактически ведут борьбу за выживание. Так, например, в середине 2011 г. капитализация Google составила \$ 148 млрд., в то время как аналогичный показатель компании Toyota, сохраняющей позиции одного из мировых лидеров среди автопроизводителей и обладающей огромными основными фондами по всему миру, — \$ 76 млрд. Заметим в этой связи, что именно интеллектуальные продукты являются наиболее отчетливым показателем роли человека как основного источника прибавочной ценности в современных условиях, поскольку для их создания (и, в первую очередь,

для генерирования лежащих в их основе идей) зачастую вообще не требуется «средств производства». Не случайно основатели Apple, Dell, Google начинали свою деятельность, не располагая сколько-нибудь значительным капиталом в классическом понимании. В то же время динамика развития не только мировой экономики, но и общества в целом в современных условиях такова, что систематическое, поставленное «на поток» создание интеллектуальных продуктов физически не под силу самому уникальному гению и требует кооперации и координации усилий в рамках совместной деятельности множества индивидов.

На этом фоне совершенно закономерным выглядит тот факт, что, как отмечает Ф. Фукуяма, «экономисты уже давно приняли на вооружение понятие «человеческого капитала» — понятие, базирующееся на предпосылке, что сегодня капитал все в меньшей степени воплощен в земле, предприятиях и оборудовании и все в большей — в человеческих знаниях и навыках» [4, с. 26]. При этом вполне очевидно, как уже отмечалось выше, что создание сложных интеллектуальных и высокотехнологичных продуктов, как правило, требует эффективного межличностного, а в целом ряде случаев и межгруппового взаимодействия. В этой связи совершенно обоснованным выглядит постулат Ф. Фукуямы, согласно которому «помимо навыков и знаний, человеческий капитал состоит и в способности людей составлять друг с другом некую общность, причем эта часть человеческого капитала имеет принципиальное значение не только для хозяйственной жизни, но и буквально для каждого аспекта социальной жизни в целом. В свою очередь, такая способность к ассоциации за-

висит от существования внутри сообщества норм и ценностей, разделяемых всеми его членами, а также готовности последних подчинять свои интересы интересам группы. Результатом общих норм и ценностей становится взаимное доверие, у которого... есть своя немалая и вполне конкретная экономическая величина» [там же]. Легко заметить, что речь идет, по сути дела, о социально-психологических детерминантах экономической эффективности в современных условиях. При этом необходимо сразу же оговорить, что полноценное и эффективное сотрудничество возможно только в том случае, когда готовность подчинить свои интересы интересам группы является совершенно осознанным, принятым на основе личностного самоопределения решением полнезависимого индивида.

В данной логике сформировался и активно развивается принципиально новый подход к проблемам организационного функционирования и развития, характеризующийся, прежде всего, тем, что в его рамках лидерство и руководство рассматриваются как взаимодополняющие, но при этом принципиально разные, с точки зрения организационного функционирования и развития, функции. Представители данного подхода исходят из того, что задачей руководства является управление существующими организационными структурами и технологическими процессами, в то время как задача лидерства — разработка и внедрение инноваций, создание новых структур и обеспечение их адекватными человеческими ресурсами. С известной степенью условности можно сказать, что с точки зрения рассматриваемого подхода, целевой задачей руководителя является рост капитала в традиционном по-

нимании, в то время как активность лидера направлена на развитие капитала интеллектуального и человеческого.

Благодаря такому принципиальному разведению руководства и лидерства представители данного направления в менеджменте (Д. Брэдфорд, П. Вейл, Д. Гринберг, Э. Донелон, А. Коэн, Ч. Фомбран и др.) сумели внести реальный вклад именно в развитие организационной психологии. Ими были радикально пересмотрены традиционные представления о влиянии и власти в организации, методах мотивации персонала, доказательно обоснована необходимость широкого делегирования полномочий и создание реально функционирующих команд в современных условиях ведения бизнеса, разработаны методы проектирования организаций, основанных на человеческом капитале.

В данном контексте совершенно закономерным представляется имеющее место в последние годы резкое расширение предметно-проблемного поля, а следовательно, теоретико-методологической базы и методического инструментария организационной психологии. Так, в частности, современные исследования данной направленности носят, как правило, полидисциплинарный характер и напрямую связаны наряду с социальной психологией с такими отраслевыми направлениями психологической науки, как психология развития, психология личности, возрастная и педагогическая психология. Более того, в исследованиях такого рода нередко (и совершенно обоснованно) используются данные и методический аппарат смежных наук гуманитарного спектра: философии, социологии, культурологии, а также экономических наук. По сути дела, речь идет о про-

цессе формирования новой полидисциплинарной практикоориентированной отрасли научного знания, направленной на разработку и реализацию принципиально новых форм структурирования межличностного и межгруппового взаимодействия как в сфере общественного производства, так и в самом широком социальном контексте. Однако в настоящее время этот процесс носит именно спонтанный, зачастую даже стихийный характер, что существенно затрудняет его системное осмысление, прогнозирование, а следовательно, и порождает сложности в определении предметно-проблемного поля и понятийного аппарата организационной психологии на современном этапе ее развития, о которых говорилось выше. Вполне понятно, что даже гипотетическое решение этих проблем никоим образом не укладывается в жанровую схему отдельно взятой статьи. В этой связи далее мы представим совершенно сознательно редуцированное определение предмета, задач и связанных с ними целевых исследовательских векторов организационной психологии, вместе с тем, с максимально возможным учетом обозначенных выше актуальных тенденций ее развития в современных условиях.

Итак, предметом организационной психологии в свете сказанного является социально-психологическое и психолого-акмеологическое обеспечение формирования, предметно-деятельностной реализации и развития «человеческого капитала» на всех уровнях функционирования современного общества и, прежде всего, в сфере общественного производства. Исходя из этого, «дорожная карта» основных предметно-содержательных задач и связанных с ними целевых прак-

тикоориентированных векторов исследований представляется в следующем виде.

1. Формирование и развитие кадрового потенциала организации. Решение данной задачи связано с целым рядом, по сути дела, развернутых самоценных направлений деятельности, каждое из которых должно осуществляться с обязательным учетом предметно-деятельностной, структурной, управленческой специфики конкретной организации, а также перспектив ее развития. К ним относятся: разработка и реализация методического обеспечения целенаправленной системы рекрутмента; социально-психологическое и психолого-акмеологическое обеспечение разработки и реализации системы мониторинга и оптимизации мотивации профессиональной деятельности как на индивидуально-личностном, так и на групповом, а также межгрупповом уровнях; социально-психологическое обеспечение разработки и реализации различного уровня программ аттестации персонала; социально-психологическое и психолого-акмеологическое обеспечение разработки и реализации программ внутрикорпоративного обучения и подготовки кадрового резерва.

2. Обеспечение эффективности руководства и лидерства в современной организации. Решение данной задачи связано, прежде всего, с углубленным анализом функциональных, а также социально-психологических различий между организационным руководством и лидерством в условиях информационной экономики. При этом совершенно очевидно, что наряду с данным фундаментальным основанием имеет место ряд практикоориентированных и прикладных аспектов. К ним относятся: диагностика, социально-психологическое и пси-

холого-акмеологическое обеспечение развития лидерского потенциала руководителей, в частности, разработка и реализация обучающих и личностно-развивающих программ, направленных на повышение человековедческой компетентности, развитие стратегического мышления, креативности, социального интеллекта; индивидуальное консультирование руководителей (коучинг).

3. Повышение эффективности функционирования организационной структуры. Решение данной задачи включает следующие основные направления целенаправленной деятельности: социально-психологическое обеспечение разработки и реализации стратегий организационного развития (данное направление связано, прежде всего, с созданием управленческих команд); выявление структуры отношений межличностной значимости в организационных подразделениях, разработка и реализация мероприятий по ее оптимизации (развитию до уровня коллектива); диагностика организационной культуры, анализ ее продуктивности с точки зрения обеспечения как актуальной эффективности, так и перспектив развития, разработка и реализация (в случае необходимости) программы ее трансформации.

4. Обеспечение здоровья и охраны труда сотрудников организации. Решение данной задачи связано, главным образом, с социально-психологическими, психолого-акмеологическими, а также психофизиологическими аспектами проблемы эмоционального «выгорания» в контексте профессиональной деятельности. Оно требует разработки, опять же с учетом предметно-деятельностной, структурной, управленческой специфики конкретной организации, в сочетании

с индивидуально-психологическими особенностями сотрудников, комплексного методического обеспечения диагностики, профилактики, а при необходимости и купирования синдрома эмоционального «выгорания».

5. Социально-психологическое обеспечение взаимодействия организации с внешней средой. Предметные направления деятельности, непосредственно связанные с решением данной задачи, по своему содержанию оказываются, как правило, вне формально-системных границ большинства конкретных организаций, а также отчасти психологической науки. Однако именно в современных условиях они представляются не только важными, но и попросту необходимыми, прежде всего, с точки зрения перспектив организационного развития. К ним относятся: системный анализ специфики внешней среды организационной деятельности; разработка и осуществление маркетинговых исследований; социально-психологическое обеспечение разра-

ботки и продвижения рекламных продуктов; социально-психологическое обеспечение всего комплекса организационных PR-мероприятий, включая целенаправленную работу по оптимизации публичного имиджа конкретных лиц, представляющих организацию.

В заключение еще раз подчеркнем, что представленную предметно-тематическую схему ни в коей мере не следует расценивать как окончательный вариант решения изложенных теоретико-методологических проблем организационной психологии. Она в большей степени является ориентиром для использования в исследовательских, образовательных и профессионально-практических целях огромного массива материалов различного уровня по данной проблематике, доступного сегодня российскому читателю, а также приглашением к дискуссии всех заинтересованных представителей науки и специалистов-практиков как в сфере собственно организационной психологии, так и в смежных областях науки и практики.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кондратьев М.Ю., Ильин В.А.* Азбука социального психолога-практика. М., 2007.
2. *Коэн А.* Критическая важность лидерства, влияние командной работы и управления изменениями / Курс МВА по менеджменту. М., 2004.
3. *Фостер Р., Каплан С.* Созидательное разрушение. М., 2005.
4. *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М., 2004.
5. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М., 2007.

On the Subject and Main Tasks of Organizational Psychology in Its Current Developmental Stage

V.A. ILYIN

*Doctor in Psychology, professor, professor at the Chair of Management Psychology,
Moscow State University of Psychology and Education*

The paper gives an overview of the development of organizational psychology as a practice-oriented branch of psychological science, outlines the author's views on the main methodological issues related to the subject and main research tasks of work psychology in the context of innovative economics, and suggests a way in which these issues can be addressed. As it is shown, in the course of its development organizational psychology has been evolving from the use of psychological knowledge for the purposes of increasing organizational efficiency within flow production to the solution of a wide range of problems referring both to social psychological and acmeological support of innovative development.

Keywords: *organizational psychology, organizational development, knowledge economy, human capital.*

REFERENCES

1. Kondrat'ev M.Yu., Il'in V.A. Azbuka social'nogo psihologa-praktika. M., 2007.
2. Koen A. Kriticheskaya vazhnost' liderstva, vliyanie komandnoi raboty i upravleniya izmeneniyami / Kurs MVA po menedzhmentu. M., 2004.
3. Foster R., Kaplan S. Sozidatel'noe razrushenie. M., 2005.
4. Fukuyama F. Doverie: social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniyu. M., 2004.
5. Shumpeter I. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, socializm i demokratiya. M., 2007.