

2. Краткий отчет о практике

Я проходила производственную практику в ООО «Нювель Эстетик», г. Сургут, в качестве психолога.

Целями практики являются:

1. Закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний.
2. Ознакомление с деятельностью психологов различных учреждений системы народного хозяйства, образования, здравоохранения, управления, социальной помощи населению и т.п., в моем случае в экспедиторской организации в системе управления персоналом.
3. Приобретение первичных профессиональных умений, навыков и опыта.

Задачами практики являются:

1. Формирование представлений относительно своей будущей профессиональной деятельности и специальности.
2. Подготовка к осознанному и углубленному изучению общих профессиональных и специальных дисциплин.
3. Освоение практических профессиональных умений и навыков поведения и общения в рамках избранной специальности.
4. Получение первоначальных практических навыков в решении конкретных проблем.

Поскольку организация изначально не имела профессиональной психологической направленности в системе управления, что собственно не предполагало создания или выделения рабочей ставки на роль психолога, работы по усовершенствованию производительности организации, подготовки персонала для работы с клиентами и принятие соответствующих требованиям работников, мероприятия все-таки проводились.

Подобные виды работ, выполнялись по совместительству, хотя в целом они входят в трудовые обязанности работника отдела кадров, и менеджера по продажам, организующему работу специалистов по продажам, продавцов

консультантов, вплоть до грузчиков и персонала за уборкой помещений. К таким работам, как правило, относятся, организацией рабочей дисциплины, созданий вопросников для кандидатов на трудоустройство, профилактические беседы, индивидуальное тестирование, мероприятия по устранению конфликтных ситуаций и профилактика их возникновения, обучение персонала и прочие подобные организационные задачи.

Хотелось бы заметить что при выполнении таких работ по совместительству эффективность таких мероприятий значительно ниже чем в организациях, где такие вопросы решает непосредственно отдельный человек, т.е. важность выделения «Психолога» в организации в отдельную рабочую единицу считаю необходимостью, в чем собственно ярко выражена актуальность вопроса по внедрению психологии во все организационные структуры, предприятия и как сказано в задачах данного отчета о прохождении практики, в различные учреждения, системы народного хозяйства, образования, здравоохранения, управления, социальной помощи населению и т.п., если таковых еще не существует.

И так, из всего вышеизложенного можно выделить основные виды работ и обязанностей, выполняемых в процессе практики, основных из которых станут изучение и анализ материала по созданию опросников, исследование мотивационной сферы и направленности личности, использование методики изучения внутригрупповых отношений, а также психологическая диагностика способностей. Профилактические групповые беседы и индивидуальное консультирование, мероприятия по устранения и конфликтных ситуаций и причин их возникновения. Любая сфера трудовых отношений может стать предметом конфликта в организации, если какая, либо из сторон не будет справляться с возложенными на них обязательствами и функциями. И вовремя принятые меры могут значительно снизить возможность их возникновения.

В первую очередь хотелось бы выявить своеобразные «границы правления», т.е. структуру данной экспедиторской организации и вид ее деятельности.

Общими словами организация имеет структуризацию по функциям предприятия, такая организация получила широкое распространение, так как имеет широкую практику группировки видов деятельности в соответствии с функциями предприятия. Она включает все, чем обычно занимается предприятие. Поскольку в задачу всех коммерческих предприятий входит создание потребительской стоимости (в силу того, что это происходит в рамках экономики, базирующейся на товарообмене), их основные функции включают: производство (создание потребительской стоимости (продукта) или наделение потребительской стоимостью какого-либо вида услуг), реализацию (нахождению покупателей) и финансирование (первоначальное накопление и расширение фондов предприятия).

Главное преимущество структуризации по функциям заключается в логичности и, как показало время, оправданности данного метода. Это также и наилучший способ сделать так, чтобы основные направления деятельности предприятия находили поддержку у высшего руководства. Это соображение представляется весьма важным многим функциональным управляющим, поскольку вторжение в сферу их деятельности различных штабных групп и служб зачастую отрицательно сказывается на эффективности их работы.

Важность управления очень важна, поскольку видно прямую зависимость на организацию основного рабочего персонала, от которого в принципе зависит количество и качество продаж. Целями руководителя эффективно организовать рабочие условия для повышения производительности организации, но не всегда успех зависит от организации управления, если персонал не соответствует требованиям эффективности или не подготовлен, т.е. не проводились обучающие мероприятия и более тщательные отбор сотрудников при принятии на работу.

Управляющие некоммерческими предприятиями иногда заявляют, что высшим руководителям коммерческих предприятий живется легко, поскольку их цель прибыль. Но как показывает практика, прибыль является только показателем того, насколько доходы предприятия превышают расходы. Их

задача заключается в создании окружающих условий для групповой деятельности таким образом, чтобы индивиды вносили свой вклад в достижение групповых целей, с минимальной затратой денег, времени, усилий и материалов, а также минимальными неудобствами. Согласно самому определению задачи это становится целью управляющих. Эти цели не только должны быть известны управляющим, а желательно и всем тем, за кого они отвечают, но они должны быть, кроме того известны в такой форме, которая позволяет проверять достижение. В противном случае управляющие никогда не смогут измерить не свою собственную результативность, ни результативность и эффективность своей группы.

Здесь очень ярко прослеживается суть работы психолога на предприятии. Дело в том, что организация вроде бы устроена по всем правилам управленческих функций, но на практике можно увидеть, что работа, возлагаемая на нескольких лиц менее результативна, поскольку помимо оглавления целей организации сотрудникам фирмы, на них также возлагается и масса других задач.

Здесь и встала первая практическая задача, ознакомить сотрудников организации с обязанностями, подчеркнув важность обязательных и менее требуемых от него задач. Дело здесь скорее не в том, чтобы повторить работу сотрудника отдела кадров, а во времени, затраченного на его исполнение, о чем говорилось выше.

Психология труда - знания о психологических особенностях трудовой деятельности человека, психологических основах научной организации труда. В задачу специалистов по психологии труда входит изучение психологических особенностей людей в связи с их профессиональной деятельностью. При этом исследуются закономерности формирования трудовых умений и навыков, выясняется влияние производственной обстановки на состояние и эффективность деятельности человека.

В настоящее время психология труда включает в себя целый ряд отраслей психологического знания. В отечественной психологии круг прикладных

проблем, связанных с анализом трудовой деятельности, изучается в таких дисциплинах как психология труда, инженерная психология, эргономика, психология управления, организационная психология, космическая и авиационная психология.

Сферы деятельности специалистов по психологии труда и задачи, решаемые ими в сфере организации, рационализации, оптимизации труда и профессионального образования, приведены Е.А. Климовым в следующем достаточно полном перечне:

В отделе организации труда предприятия. Возможные задачи: участие в решении вопросов подбора, расстановки и оценки работников по их деловым, морально-политическим качествам; психологический анализ рабочих мест с точки зрения их удобства для человека и в целях рационализации, а также проектирования более совершенных рабочих мест; участие в анализе факторов удовлетворенности трудом, отношения к труду, трудовому сообществу, коллективу, соответствующей малой группе, а также предприятию, отрасли хозяйства (в широком смысле), профессии; анализ психологических причин повышенной текучести кадров на определенном предприятии, в учреждении и поиск психологических условий, регуляторов стабилизации соответствующих процессов; участие в анализе и создании психологических факторов безопасного труда; анализ взаимоотношений в производственном коллективе в целях их оптимизации с точки зрения продуктивности производства, социального развития производственного коллектива и личностного развития работников; анализ мотивации трудовой деятельности и разработка рекомендаций по повышению ее уровня; изучение и описание профессиональной деятельности в целях пропаганды профессий среди молодежи, информационного обеспечения работы по профориентации, профконсультации, в целях улучшения содержания профессионального воспитания и обучения, трудового воспитания и обучения, в целях профотбора, рационализации трудовых процессов; участие в разработке компьютеризованных баз профессиографических данных для информационной

поддержки психологов профконсультантов (по вопросам выбора профессии или вынужденной перемены труда в связи с явлениями безработицы), а также и лиц, выбирающих профессии (оптантов); проведение психодиагностических исследований, обследований; консультирование по вопросам адаптации к профессии (при смене человеком профессии, при внедрении новой техники, при вступлении человека в новый трудовой коллектив, при организационной модернизации производства); работа по индивидуальной коррекции стиля деятельности работника, стиля межличностных отношений в деловой сфере; работа по проектированию и осуществлению средств условий и средств «психологической разгрузки» работников, занятых напряженным трудом; организация и осуществление психотренажа; психологическое просвещение кадров (дифференцированно в зависимости от возрастно-половых, профессиональных, статусных характеристик); разработка рекомендаций руководству предприятия (по всем психологическим вопросам, связанным с рационализацией труда, его научной организацией, оптимизацией «социального климата» в коллективе, составлением планов его социального развития и т.д.).

Очевидно, что для того, чтобы иметь способности и возможности решать вышеобозначенные проблемы, претендент на должность психолога должен соответствовать определенным требованиям. Обозначим наиболее важнейшие из них. Во-первых, это хорошее (желательно Вузовское специальное) образование. Во-вторых, это наличие опыта работы. Однако здесь работодателю необходимо быть внимательным, так как в этой области знаний количество далеко не всегда переходит в качество. Третье условие - психолог должен обладать определенными личностными качествами, то есть должен удовлетворять критериям психологической профессиональной пригодности. Во внешнем поведении это - умение вести себя открыто и доброжелательно, умение ясно выражать свои мысли, внешняя уравновешенность, широта интересов, в мышлении это - примерно одинаковое соотношение как

аналитического, так и интуитивного стилей восприятия и переработки информации.

Выполнение столь разнообразных видов деятельности требует не только самодисциплины от психолога, но и определенных нормативов времени для решения той или иной поставленной перед психологом задачи. Снижение этих нормативов способно резко ухудшить качество работы психолога и достоверность получаемых им результатов.

Организационно существует несколько способов включения психолога в коллектив. Он может быть прикреплен к отделу кадров, может работать как помощник руководителя, также возможна работа без его включения в какое-либо подразделение. Если же по каким-либо причинам организация предпочитает не иметь в штате «профессионала-человековеда», целесообразно привлечение внешнего консультанта для решения актуальных разовых задач. В каждом конкретном случае существует оптимальный вариант, и его можно найти.

Определенные особенности работы психолога зачастую связаны с тем, что в среде психологов приняты профессиональные этические стандарты, и в своей деятельности в организации психолог должен им следовать. Соблюдение принципа конфиденциальности, принципа благополучия обращающегося к психологу человека, принципа морально-позитивного эффекта должны быть законом для работы психолога. Однако нередко подобные условия работы психолога с трудом понимаются руководителями, и могут стать причиной недопонимания между ними или конфликта. И его авторитет, благополучие и профессиональный рост во многом зависят от того, насколько психолог сможет выполнить поставленную перед ним задачу, не поступившись интересами каждого обратившегося к нему человека.

По роду своей деятельности психолог обладает ценной информацией о положении дел в коллективе. Поэтому при принятии управленческих решений психолог должен иметь «совещательный» голос, к которому чуткий руководитель всегда прислушается.

В настоящее время все большее число руководителей осознали тот факт, что успешность деятельности предприятия во многом зависит от людей, которые на нем работают. Это привело к тому, что услуги по работе с персоналом организации (обучение путем проведения тренингов, мероприятия на сплочение команды, отбор и подбор персонала и т.д.) являются все более и более актуальными. Выделяются следующие профессии, в чью компетенцию входит работа с людьми. Это менеджер по персоналу, внутренний тренер, психолог.

Многие понимают, что психолог в организации необходим. Однако вопрос, чем же психолог на самом деле должен заниматься, зачастую не ясен как для самих психологов, так и для их работодателей.

И руководство, и сам психолог заинтересован в учете проведенной им психологической работы. Подобный учет, с одной стороны, позволяет психологу показать, а руководителю увидеть, на что он тратит свои деньги. С другой стороны, подобный учет позволяет психологу лучше организовать свою работу. Обычно заводятся журналы на каждый из разделов работы, и в этих журналах в хронологическом порядке психолог отмечает проведенную работу и полученные результаты.

Наиболее востребованная услуга психолога - отбор и подбор работников на вакантные места (или при ротации кадров) с учетом их психологической пригодности к выполнению планируемой работы.

Другая задача, тесно связанная с первой - формирование команды: подбор работников, которые психологически максимально подходят друг к другу и одновременно соответствуют задаче, решаемой подразделением. Задача подбора и формирования команд решается как путем индивидуальной работы, так и с использованием специальных групповых занятий.

Еще один раздел работы психолога на фирме - помощь работникам (в том числе и руководителям) в формировании профессионально значимых для них качеств. Именно здесь обычно может пригодиться опыт психологического консультирования.

Задача, актуальная в наше время в любом временном и постоянном коллективе - обучение работников приемам психологической саморегуляции, которая является профилактикой стрессовых состояний.

И, наконец, для многих организаций в последнее время становится актуальной изучение нравственного потенциала работников. Руководители могут ожидать от психолога объективной оценки этого потенциала и прогноза возможных действий работника, способных нанести организации существенный ущерб.

Поставленные задачи в целом были выполнены успешно, сформировано отличное представление относительно своей будущей профессиональной деятельности и специальности. Освоение практических профессиональных умений и навыков поведения и общения в рамках избранной специальности. Получены первоначальные практические навыки в решении конкретных проблем.

В настоящее время психолог целенаправленно прилагает немалые усилия:
-проводит анализ стоимости и потенциальных выгод (экономических, социальных, корпоративных, психологических, имиджевых и т.д.) от проведения соответствующих работ психологом (конечно, эта сложная работа проводится в тесном контакте с другими службами организации);

-инициирует руководство (через референтов, помощников, авторитетных менеджеров) к участию в проектах по проблеме кадровой политики, в семинарах по вопросам человеческих ресурсов организации;

-предоставляет руководству информационную базу и собственные предложения по разработке концептуального подхода к решению психологических аспектов работы с персоналом.

Проведение профессионального отбора кандидатов, максимально соответствующих по своим качествам планируемой должности (при найме или ротации кадров) - одна из наиболее востребованных услуг специалиста-психолога.

Для этого используются компьютерные экспертные психодиагностические системы, позволяющие решать не только задачи проведения психологического и психофизиологического тестирования при приеме на работу, но и проводить тренинги по психологическим профессионально важным качествам уже работающего персонала.

Как правило, отношение к психологу бывает настороженным, ориентирующим работников на ожидание неблагоприятных для себя последствий, поэтому психолог вынужден быть и корпоративным дипломатом, и социальным психологом и просветителем.

Другая задача, тесно связанная с первой - формирование команды: подбор работников, которые психологически максимально подходят друг к другу и одновременно соответствуют задаче, решаемой подразделением. Задача подбора и формирования команд решается как путем индивидуальной работы, так и с использованием специальных групповых занятий.

Еще один раздел работы психолога на предприятии - помощь работникам (в том числе и руководителям) в формировании профессионально значимых для них качеств. Именно здесь обычно может пригодиться опыт психологического консультирования. Задача, актуальная в наше время в любом временном и постоянном коллективе - обучение работников приемам психологической саморегуляции, которая является профилактикой стрессовых состояний.

А в последнее время становится актуальной задачей еще и изучение нравственного потенциала работников. Руководители могут ожидать от психолога объективной оценки этого потенциала и прогноза возможных действий работника, способных нанести организации существенный ущерб.

Таким образом, в качестве менеджера по персоналу психолог выполняет целый ряд задач:

- подбор персонала на основе оценки личностных и профессиональных качеств кандидатов;
- помощь в адаптации новым сотрудникам;

- развитие персонала с помощью проведения различных обучающих программ и тренингов;

- обеспечение грамотной расстановки кадров на основе психодиагностики и оценки психологической совместимости специалистов.

Кроме того, психолог способствует развитию управленческих технологий.

Деятельность психолога на предприятии во многом зависит и от того, насколько он сможет выполнить поставленную перед ним задачу, не поступившись интересами каждого обратившегося к нему человека. По роду своей деятельности психолог обладает ценной информацией о положении дел в коллективе, поэтому при принятии управленческих решений психолог должен иметь «совещательный» голос, к которому руководитель должен всегда прислушиваться. Все это, в конечном итоге, должно привести к повышению эффективности работы предприятия, так что психолог на предприятии играет очень важную роль.

Успех деятельности организации во многом определяется уровнем квалификации ее сотрудников, степенью сплоченности команды, работающей на одну идею. Поэтому подбор персонала дело первостепенной важности для любой фирмы, будь то завод-гигант или частная парикмахерская.

Методы отбора персонала, используемые российскими предприятиями, разнятся в зависимости от того, к какой «волне» принадлежит оно. Если речь идёт о предприятиях старого образца - большинство (но не все!) государственных предприятий, часть «номинальных» акционерных обществ, то для отбора персонала используются преимущественно стандартные варианты. Наибольшее значение уделяется формальным подтверждениям квалификации и опыта работы кандидатов, которые компании черпают из трудовых книжек, дипломов и свидетельств о полученном образовании, анализа автобиографий. Большинство компаний при отборе используют различные виды собеседований. Всё, на этом у данной группы компаний фантазия заканчивается и такой ценный фактор производства как трудовой ресурс очень

часто оказывается совсем не того уровня, как хотелось бы руководству. Другое дело, компании - поколения «next». Частные компании при самостоятельном отборе персонала используют не только стандартные методы, но стараются внедрять и новаторские идеи: компьютерное тестирование с оценкой результатов профессиональным психологом, решение кандидатом реальных практических задач в сфере его будущей работы, оценка творческой или креативной составляющей кандидата с помощью нестандартных заданий (например, даётся задание за ограниченный промежуток времени - обычно 10 минут – придумать максимальное число вариантов использования какого-либо предмета: кирпич, презерватив, пустая бутылка), оценка способностей кандидата к учёбе, оценка способности работы в команде, поведения в экстремальных ситуациях и т. д.

Открытый рекрутинг представляет собой один из новейших инструментов кадровой политики компаний. Уникальная методика подбора персонала с использованием видеоинтервью и деловых игр применима в основном кадровыми агентствами для организации наиболее быстрого и максимально полного поиска запрашиваемого кандидата.

В отличие от большинства стандартных методов рекрутерских фирм, открытый рекрутинг не предлагает клиенту какого-то конкретного человека или нескольких лиц, а дает возможность увидеть всех потенциальных претендентов на данную должность (обычно их число - от 50 до 250 человек).

А выбирает конкретные кандидатуры сам руководитель фирмы. Это очень важный момент, так как главный принцип этой методики - максимальное использование потенциала, опыта, интуиции руководителя при создании наиболее удобных и комфортных для него условий отбора персонала. Только сам руководитель и его ближайшие помощники-менеджеры по персоналу по-настоящему знают, какой именно человек им нужен, и могут увидеть «своего» человека среди многочисленных претендентов. Обычно при формулировании заданий посредникам весь комплекс требований уместается в 3 слова: коммуникабельный, инициативный, ответственный. Однако даже наличие этих

качеств у кандидата не дает гарантии, что это именно тот человек, который нужен фирме. Описать и расхвалить претендента можно как угодно (этим и занимаются рекрутерские фирмы, так как их главная цель - продать человека), но, чтобы сделать правильный выбор, лучше, как говорится, один раз увидеть, чем 100 раз услышать.

Однако организация личных встреч первого лица компании с кандидатами - не лучший выход. Во-первых, личные беседы даже с небольшим количеством кандидатов (50-60) могут занять до двух недель сплошных встреч в ущерб основной работе. Во-вторых, такой объем информации персонально удержать в памяти без искажения практически невозможно. В-третьих, утомляемость наступит на первой двадцатке, и руководитель, в угоду решения других насущных вопросов, может выбрать практически первую попавшуюся кандидатуру. А при использовании методики открытого рекрутинга процедура знакомства с 100-150 кандидатами займет у руководителя 1-1,5 часа.

На этом первом этапе происходит предварительный отбор. На второй этап, как правило, проходит не более 30% участников конкурса. Руководитель при выборе опирается, прежде всего, на личный опыт и интуицию, те кто не соответствует духу и стилю организации и заведомо не впишется в коллектив, на 1 туре отсеиваются. Поэтому те кандидаты, которые по каким-либо причинам ему не понравились, которые, по его мнению, не соответствуют духу и стилю организации и заведомо не впишутся в коллектив, на первом туре отсеиваются¹.

Большой плюс такого способа знакомства с кандидатами в том, что просмотр видеоматериалов проходит в спокойной обстановке, где руководителю не надо напрягаться, выступая в непривычной для него роли интервьюера; видеобазы позволяют ему очень тщательно просмотреть и сопоставить своих будущих сотрудников. Естественно, что видеointервью позволяют сделать лишь приблизительный, предварительный отбор.

Второй этап конкурса - деловые игры, которые тоже снимаются на видеокамеру. В ходе деловой игры (обычно она длится 30-45 минут) участники

раскрываются и с человеческой, и с деловой стороны; четко виден их коммуникативный потенциал, способы достижения целей, стиль в принятии решений, поведение в конфликтных ситуациях и многое другое.

Таким образом, в течение двух недель формируется группа, обеспечивающая 60-80% потенциального рынка на данную вакансию с данными условиями оплаты труда. А затем из этой выборки (ее объем определяется заказчиком) в ходе просмотра видеointервью и деловых игр руководитель выбирает нужных ему специалистов среди самых лучших претендентов на данную вакансию. Весь процесс подбора персонала занимает около 3-4 недель. Но результаты превосходят все ожидания заказчиков. Главное преимущество данной методики - она позволяет руководителя компании в максимально сжатые сроки лично, минуя субъективный отбор посредников, рассмотреть практически всех потенциальных кандидатов на вакантную должность.

Методике открытого рекрутинга около 7 лет. Она активно используется в России. Такие известные компании как АО «Газпром», «Русский торгово-промышленный банк», «Строймонтаж», «Экотон», «Неда-пейджинг», НПО «Катод», «АРС-График», «Биостар», «Смарт-телеком», «Pinta Lab Ltd» и др. уже осознали все преимущества такого рода отбора персонала и в договорённости с рекрутинговыми агентствами используют преимущественно именно данную методику.

В связи с тем, что собеседование на сегодняшний день является практически основным методом отбора, руководителям предприятий, менеджерам по персоналу, линейным руководителям необходимо повысить свою квалификацию в его применении, наполнить конкретным содержанием технологию собеседования в зависимости от профессии или должностного уровня, отработать правила описания результатов собеседования и представления заключений.

При подборе персонала в современных условиях необходимо учитывать личностные психологические характеристики кандидатов с целью повышения

эффективности деятельности компании благодаря укреплению ее сплоченности, созданию команды. Ряд компаний уже привлекают для этого профессиональных психологов, которым поручается тестирование персонала.

Современным методом отбора персонала является методика открытого рекрутинга, который позволяет быстро и очень качественно осуществить выбор именно тех кандидатов, которые реально достойны работы в компании по своим личным качествам и профессиональной подготовке.

Проблемы, связанные с психодиагностикой адаптации личности, очень разнообразны и сложны. В настоящее время, пожалуй, нет какой-либо специальной методики, которая бы надежно решала задачу комплексного изучения адаптации личности. При этом необходимо отметить, что, конечно, существуют методики, связанные с проблематикой адаптации. Но все они направлены на диагностику только какой-то одной составляющей адаптационного процесса или адаптированности, хотя в описании методик это важное обстоятельство вовсе не всегда оговаривается. Сложность же проблемы состоит в том, что комплексная психодиагностика адаптации должна быть одновременно направлена на диагностику общего уровня социальной адаптации личности, на диагностику адаптированности как конкретного состояния личности, на диагностику адаптационного потенциала личности.

Разработка адекватного психодиагностического инструментария в этой области затрудняется к тому же и существованием ряда проблем в рамках самой теории социальной адаптации личности. Обратимся к рассмотрению некоторых из возможных методов исследования.

1. Опросник «Диагностика социально-психологической адаптации» (СПА) К. Роджерса и Р. Даймонд (в адаптации А. К. Осницкого).

Методика предназначена для диагностики приспособленности человека к условиям взаимодействия с окружающими его людьми в системе межличностных отношений. Социально-психологическая адаптация зависит от умения личности ориентироваться в социальных ситуациях, правильно определять личностные особенности и эмоциональные состояния других

людей, выбирать адекватные способы обращения с ними и реализовывать эти способы в процессе взаимодействия. Адаптивность означает соответствие целей и ценностных ориентаций личности результатам, достигаемым в процессе деятельности. Намерения человека, как правило, совпадают с поступками, замыслы – с воплощением, побуждения к действию – с его итогами.

Используются следующие шкалы:

а) самопринятие (любовь к себе такому, каков я есть; вера в себя и свои возможности, доверие собственной природе, организму – экстраперсональный критерий личностного роста);

б) принятие других (способность к принятию других такими, какие они есть, к уважению их своеобразия и права быть собой – интраперсональный критерий личностного роста);

в) эмоциональная комфортность (эмоциональная напряженность связана с противоречиями между высоким уровнем притязаний и недостаточным развитием базовых психических свойств; затрудняет планирование, предвидение результатов и оценку последствий, что обуславливает низкие результаты в учебной деятельности);

г) социальная адаптированность (интегральная шкала).

2. Методика оценки копинг-поведения WCQ (копинг-тест) (Р. Лазарус, С. Фолкмен).

Методика предназначена для определения копинг-механизмов, способов преодоления трудностей в различных сферах психической деятельности. Применяемые шкалы:

а) конфронтативный копинг – агрессивные усилия по изменению ситуации – предполагает определенную степень враждебности и готовности к риску;

б) дистанцирование – когнитивные усилия по отделению от ситуации и уменьшению ее значимости;

в) самоконтроль – усилия по регулированию своих чувств и действий;

г) поиск социальной поддержки – усилия в поиске информационной, действенной и эмоциональной поддержки;

д) принятие ответственности – признание своей роли в проблеме с сопутствующей темой попыток ее решения;

е) бегство – избегание – мысленное стремление и поведенческие усилия, направленные на избегание или бегство от решения проблемы;

ж) планирование решения проблемы – произвольные проблемно-фиксированные усилия по изменению ситуации, включающие аналитический подход к решению проблем;

з) положительная переоценка – усилия по созданию положительного значения ситуации с фокусированием на росте собственной личности.

3. Опросник субъективной адаптированности (ОСАда).

Диагностируемые параметры (шкалы):

а) удовлетворенность собой;

б) удовлетворенность ситуацией;

в) удовлетворенность общением;

г) удовлетворенность здоровьем и образом жизни;

д) удовлетворенность деятельностью;

е) общий уровень адаптивности.

4. Автоматизированные системы мониторинга адаптации.

Психологические исследования адаптации находят выход в разнообразных продуктах: учебные курсы, рекомендации, тренинги, семинары и т.п. Это эффективные формы коррекции дезадаптации и профилактики девиаций. В настоящее время сформировалась потребность в постоянном мониторинге адаптации сотрудников.

Системы мониторинга способствуют ускорению диагностики адаптированности сотрудников и ее более качественному проведению, автоматизируя процессы обработки данных и интерпретации результатов. Данные системы также способствуют мониторингу формирования компетенций сотрудников.

Психологический климат трудового коллектива следует исследовать на основании данных комплекса разнообразных методов, позволяющих получить и использовать как субъективную информацию в виде оценок, мнений и суждений членов коллектива, так и информацию объективного характера.

В число наиболее часто используемых методов изучения психологического климата трудового коллектива входят:

- наблюдение;
- опросные методы (интервью, беседа и др.);
- диагностика членов трудового коллектива по стандартизированным опросникам;
- социометрические методы.

Рассмотрим их более подробно.

1. Наблюдение - один из наиболее объективных и надежных методов в психологии. Он представляет собой целенаправленное и систематическое изучение действий, поступков, поведения члена коллектива. При этом достигается цель обнаружения, регистрации и анализа тех фактов, которые могут характеризовать направленность, характер, способности и другие личные качества сотрудников, отношения в коллективе.

2. Индивидуальная беседа. В зависимости от целей использования данного метода, беседа может быть ознакомительной, диагностической, экспериментальной, профилактической ит. д.

Опрос. Источником информации в опросе являются письменные или устные суждения - ответы опрашиваемого. С помощью опроса можно получить как информацию о фактах, событиях, так и сведения о мнениях, оценках и предпочтениях опрашиваемых, их потребностях, интересах, ценностных ориентациях, жизненных планах.

3. Применение психодиагностических методик.

Изучение социально-психологических процессов и явлений в группе организуется и проводится психологом.

Изучение осуществляется в плановом порядке или по мере необходимости, по запросам руководства и членов коллектива, в подразделениях, где имеет место внутригрупповая напряженность, межличностные конфликты и т.п.

Во вновь сформированных коллективах изучение социально-психологических процессов проводится не ранее чем через 2-4 месяца после их комплектования. Динамика социально-психологических процессов оценивается по результату двух-трехкратного обследования.

Психологическое изучение коллектива включает:

- оценку групповых социально-психологических процессов (интеграция, дифференциация), общения (межличностное восприятие, взаимодействие, конфликтность и т.п.) и внутриколлективного поведения отдельных членов коллектива (конформность, лидерство, групповое самоопределение и самоутверждение);

- оценку групповых социально-психологических образований (групповые цели, нормы и ценности, микрогруппы, традиции).

Конкретное соотношение названных компонентов зависит от решаемых задач, условий деятельности, а наиболее общим, комплексным показателем выступает морально-психологическое состояние сотрудников.

К наиболее известным методикам диагностики психологического климата трудового коллектива относятся следующие:

1) Методика диагностики психологического климата группы (автор методики Л. Н. Лутошкин)

Для оценивания некоторых основных проявлений психологического климата коллектива можно воспользоваться картой-схемой Л. Н. Лутошкина. В левой стороне листа описаны те качества коллектива, которые характеризуют благоприятный психологический климат, в правой - качества коллектива с явно неблагоприятным климатом. Степень выраженности тех или иных качеств можно определить с помощью семибалльной шкалы, помещенной в центре листа (от +3 до -3). Используя схему, следует прочесть сначала предложение

слева, затем справа и после этого знаком «+» отметить в средней части листа ту оценку, которая наиболее соответствует истине.

Следует иметь в виду, что оценки означают:

+3 - качество, указанное слева, проявляется в данном коллективе всегда;

+2 - качество проявляется в большинстве случаев;

+1 - качество проявляется достаточно часто;

0 - ни это, ни противоположное (указанное справа) свойства не проявляются достаточно ясно, или то и другое проявляются в одинаковой степени;

-1 - достаточно часто проявляется противоположное качество (указанное справа);

- 2 - качество проявляется в большинстве случаев;

- 3 - качество проявляется всегда.

Чтобы представить общую картину психологического климата коллектива, надо сложить все положительные и отрицательные баллы. Полученный результат может служить условной характеристикой психологического климата большей или меньшей степени благоприятности.

2) «СПСК» - социально-психологическая самооценка коллектива (методика Р.С. Немова)

Инструкция. Ознакомившись со списком суждений, оцените, какое количество ваших коллег проявляет отношения и формы поведения, зафиксированные в содержании этих суждений.

Варианты ответов: «все» - 6 баллов; «почти все» - 5 баллов; «большинство» - 4 балла; «половина» - 3 балла; «меньшинство» - 2 балла; «почти никто» - 1 балл; «никто» - 0 баллов.

Обработка результатов. Подсчитайте сумму баллов по каждой из приведенных ниже групп для каждого сотрудника подразделения. После этого найдите интенсивность развития каждого из показателей в подразделении по формуле: сумма полученных баллов по определенной шкале всех сотрудников подразделения, принявших участие в опросе, делится на количество принявших

участие в опросе. Шкала достоверности - вопросы 16; 31; 46; 61. Чем больше положительных ответов дал сотрудник по этой шкале, тем менее правдиво он отвечал на вопросы методики.

3) Экспресс-методика оценки социально-психологического климата в трудовом коллективе (А. С. Михайлюк, Л. Ю. Шарыто)

Предлагаемая методика позволяет делать периодические «срезы» с целью диагностики состояния психологического климата в коллективе, прослеживать эффективность тех или иных мероприятий и их влияние на психологический климат. Такие измерения полезны при изучении степени адаптации новых сотрудников, отношения к труду, причин текучести кадров, эффективности руководства, продуктивности деятельности. Методика позволяет диагностировать три компонента психологического климата: эмоциональный, поведенческий и когнитивный. Для измерения эмоционального компонента используется критерий привлекательности - на уровне понятий «нравится - не нравится», «приятный - неприятный». Вопросы, направленные на измерение поведенческого компонента, конструируются на основе критерия «желание - нежелание работать в данном коллективе», «желание - нежелание общаться с членами коллектива в сфере досуга». Основным критерием когнитивного компонента избрана переменная «знание - незнание особенностей характера членов коллектива». Инструкция: «Просим Вас принять участие в исследовании, целью которого является оптимизация психологического климата в коллективе. Внимательно прочитайте варианты ответа. Выберите один из них, наиболее соответствующий Вашему мнению. Поставьте рядом с ним знак «+» или предлагаемую оценку».

4) Зрительно-аналоговая шкала оценки организационного климата (Р.С. Немов)

Результаты двух описанных выше тестов можно дополнить зрительно-аналоговым выражением различных показателей, характеризующих те или иные аспекты социально-психологического климата в подразделении. Мы предлагаем Вам для оценки три параметра: сработанность, совместимость и

успешность выполнения задач. В зависимости от конкретных проблем в том или ином подразделении Вы по своему усмотрению можете дополнить этот перечень любым показателем. Графические данные можно перевести в количественные показатели. Для этого перед проведением исследования выбирается определенная длина линии (например, 20 см). Для полученных от каждого сотрудника ответов находятся численные показатели. После чего подсчитывается среднее значение каждого показателя в подразделении.

4. Самым распространенным инструментом социально-психологического изучения малых групп и коллективов является метод социометрии. С его помощью можно установить популярность (непопулярность) членов группы, изучить типологию социального поведения сотрудников в условиях коллективной деятельности, вскрыть неформальную структуру группы, выявить социально-психологическую совместимость (несовместимость) ее членов.

Социометрическая методика была предложена и разработана Дж.Морено. Данная методика позволяет определить положение испытуемого в системе межличностных отношений той группы, к которой он принадлежит. Испытуемым предлагался следующий критерий выбора: «С кем из членов своего класса в наибольшей степени вы хотели бы отправиться в длительный поход?». Разрешалось сделать 3 возможных выбора. Отрицательный критерий выбора не предлагался.

Листы с ответами испытуемых обрабатываются, и имеющаяся в них информация переносится в специальную таблицу, называемую социометрической матрицей.

В результате можно определить следующие групповые статусы:

- «звезда» - члены группы, которые получили 6 и более выборов;
- «предпочитаемые» - члены группы, которые получили от 3 до 5 выборов;
- «пренебрегаемые» - члены группы, которые получили 1-2 выбора;

- «изолированные» - члены группы, которые не получили ни одного выбора.

Метод социометрии позволяет получить количественные критерии - социометрические индексы, характеризующие социально-психологические явления в группе. Различают персональные и групповые индексы. К персональным социометрическим индексам относятся индексы социометрического статуса и эмоциональной экспансивности (деловая и эмоциональная авторитетность, деловая и эмоциональная экспансивность).

Анализ авторитетности в группе. Каждой группе присущи определённая социально-психологическая атмосфера, совокупность различных социально-психологических явлений: межличностные отношения, групповые привычки, обычаи и традиции, групповые настроения и мнения.

Межличностные отношения лежат в основе формирования и проявления других социально-психологических явлений. Они определяют взаимную привязанность людей, обуславливаются их потребностью друг в друге, взаимным дополнением иди сближением их личностных качеств, ролей, точек зрения, эмоциональных реакций, а также стабильной системой общения в процессе их совместной деятельности.

Определение деловой и эмоциональной авторитетности. Определение деловой и эмоциональной авторитетности проводится в группах, где члены имеют опыт совместной деятельности, общении минимум 3-4 месяца.

Особенности интерпретации показателей. Социометрический статус является объективной мерой авторитетности членов группы. Деловой социометрический статус отражает профессиональный компонент отношения группы к своему члену и характеризует уровень его потенциального лидерства во взаимодействии.

Сотрудник с большим положительным деловым статусом оказывает большее влияние на структуру деловых межличностных взаимоотношений группы. Его отличают, как правило, такие качества, как дисциплинированность, добросовестное отношение, трудолюбие, самостоятельность, честность,

аккуратность, серьезность, уважительное отношение к коллегам. Сотрудник с отрицательным деловым статусом оказывает меньшее влияние на структуру деловых межличностных отношений группы. Его характеризуют противоположные черты. К его мнению менее прислушиваются, редко опираются при решении стоящих задач, спорных вопросов и т.д.

Выраженность потребности члена группы во взаимодействии, общении с группой определяется величиной индекса экспансивности. Сотрудник с большим положительным индексом деловой экспансивности активнее идет на сотрудничество, помогает коллегам. Сотрудник с отрицательным индексом деловой экспансивности категоричен в суждениях, предъявляет высокие требования к другим людям.

Эмоциональный социометрический статус отражает экспрессивный компонент отношения группы к своему члену, а также характеризует уровень его потенциального лидерства в общении.

Сотрудник с большим положительным эмоциональным статусом оказывает значительное влияние на структуру эмоциональных межличностных отношений. Ему присущи такие качества, как честность, отзывчивость. Сотрудник с отрицательным эмоциональным статусом оказывает меньшее влияние на структуру эмоциональных межличностных отношений группы. Его отличают противоположные черты. К мнению такого ученика нечасто прислушиваются, реже учитывают его предложения при решении вопросов организации досуга и т.д.

Индекс эмоциональной экспансивности характеризует потребность личности в общении. Сотрудник с большим положительным индексом эмоциональной экспансивности легко вступает в контакт с людьми, получает удовлетворение от общения, любит высказывать свою точку зрения и прислушивается к другому мнению. Сотрудник с отрицательным индексом эмоциональной экспансивности замкнут, испытывает затруднения при вхождении в контакт с людьми, предпочитает индивидуальную деятельность.

Социометрический анализ авторитетности каждого сотрудника может проводиться и по другим критериям. Он позволяет получить детальные знания о системе взаимоотношений в изучаемом коллективе, организовать воспитательную работу с лицами, имеющими низкие и отрицательные показатели.

Наиболее важными из групповых социометрических показателей являются индексы взаимности (сплоченности) и конфликтности группы.

Изучение формальной и неформальной структур группы связано также с изучением лидерства в данных группах. Лидер может быть официальным, он назначается и является руководителем. Лидер может быть и неофициальным, он является членом группы и пользуется авторитетом. Авторитет такого лидера обусловлен особенностями его личности, способностями, теоретическими знаниями, практическим опытом, более тонким пониманием специфики решаемых задач и сложностей, возникающих у разных членов группы, умением помочь и подбодрить каждого в минуты растерянности, твердостью и инициативой, общительным характером и пр. Неформальный лидер определяется по наибольшей величине социометрического статуса. Лидер обычно располагает достаточно полной информацией для решения групповых задач, он регулирует межличностные отношения, ослабляет возникшую напряженность, поддерживает эмоциональный тонус, определяет тактику ведомых, т.е. склонных к одобрению любого решения, предложенного лидером, и в целом всей группы.

Таким образом, рассмотренные методы изучения социально-психологического климата в трудовом коллективе помогут объективно оценить деловые, нравственные и другие индивидуальные качества каждого сотрудника, выявить межличностные конфликты и определить их остроту, сравнить между собой положение дел в различных трудовых коллективах. Они дают возможность сделать гораздо более обоснованной, конкретной и адресной работу с сотрудниками. Регулярная оценка работников и межличностных отношений в коллективах позволяет своевременно выявить тенденции в их

развитии (в том числе и негативные). Это, в свою очередь, может способствовать положительному влиянию на результативность трудовой деятельности.

Нами была разработана модель коррекции адаптивных свойств личности в период начала прохождения службы молодыми сотрудниками, включающая в себя пять основных блоков. Также нами была построена 64 схема целеполагания процесса коррекции. Основным методом коррекции выбран тренинг согласно возрастным особенностям. Цель тренинга – улучшение межличностного взаимодействия, снижение эмоциональной напряженности и формирование конструктивных стратегий поведения в конфликтных ситуациях на службе в период адаптации. Программа проводилась в форме тренинга из 10 занятий, каждое длилось 40 - 50 минут, проводились они два раза в неделю. Занятия включают этапы приветствия, основной рабочий и рефлексии. Повторный анализ результатов показал, что у молодых сотрудников УИС после проведенных нами мероприятий значительно увеличился в среднем показатель эмоциональной стабильности, нормативности поведения и смелости, снизился уровень жестокости, выросла дипломатичность. Менее значительно, но повысилась общительность, интеллект, стремление к доминированию и высокий самоконтроль. Молодые сотрудники стали проявлять более осознанное соблюдение норм и правил поведения, смелости, жестокости. В среднем у молодых сотрудников снизился уровень несдержанности, благожелательности по отношению к другим людям, подозрительности, тревожности, консерватизма, конформизма, расслабленности и самооценка стала более адекватная. После формирующего этапа равное количество молодых сотрудников имеют средний и высокий уровень адаптации, а низкий не выявлен. Также удовлетворительный уровень НПУ не выявлен, а высокий уровень выявлен у 21,4% сотрудников. После формирующего этапа исследования патристический мотивационный тип личности наиболее характерен 21,4% сотрудников, профессиональный тип мотивации свойственен 57,1% молодых сотрудников, хозяйский тип мотивации после формирующего

этапа 65 выявлен у 21,4% человек, а инструментальный и люмпенизированный типы трудовой мотивации не выявлены. Математический анализ результатов показал, что уровень нервно-психической устойчивости после формирующего этапа значимо отличается от уровня до у молодых сотрудников УИС и значимо изменились уровни некоторых личностных черт молодых сотрудников. На основании полученных результатов нами были разработаны рекомендации по профилактике и коррекции адаптивности молодых сотрудников, а также составлена технологическая карта внедрения нашей программы. Карта включает 7 этапов внедрения.

Список использованной литературы

1. Брунер, Дж Психология познания. - М, 2019. – 90 с.
2. Выготский, Л.С Избранные психологические исследования. -М.: Издательство ЭКМОС., 2018. – 416 с.
3. Леонтьев, А. Н. Проблемы развития психики. – М., 2018. С. 412.
4. Петровский, А. В Психология развивающейся личности. / Под ред. Петровского, А. В. – М., 2015. – 147 с.
5. Пиаже, Ж Избранные психологические труды. М., 2019. – 74 с.
6. Кунц, Г Управление: Системный и ситуационный анализ управленческих функций. / Под. Ред. «Прогресс» 2019. - 493с.
7. Шпаргалка по конфликтологии. – М.: Издательство «Окей-Книга», 2018. - 32с.

подпись ФИО студента