
*Специальная тема выпуска:
Человек, бизнес, организация*

Приглашенный редактор — Н.Л. Иванова

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Материалы данного номера журнала посвящены теме, которую мы обозначили «Человек, бизнес, организация». Это ключевые составляющие предметной области психологических исследований, осуществляемых в рамках психологии бизнеса — современной отрасли психологии, которая находится на стадии своего формирования.

Возникновение научных исследований в области психологии бизнеса было обусловлено следующими причинами:

- изменением общественного отношения к бизнесу как к социальному институту, играющему важную роль в развитии экономики страны;
- необходимостью оптимизации работы бизнес-структур с помощью психологических знаний, применяемых в условиях бизнес-деятельности;
- возникновением проблем, связанных с профессиональной деятельностью, личностными особенностями, групповыми процессами субъектов бизнеса;

– ростом потребности бизнеса в специалистах с психологическим образованием, которые в мировой практике получили название бизнес-психологов.

Теоретическим и методологическим основанием исследований в области психологии бизнеса являются концепции, разработанные в рамках социальной, организационной, экономической психологии.

На кафедре организационной психологии НИУ ВШЭ в рамках магистерской программы «Психология в бизнесе» разрабатывается подход к изучению психологии бизнеса, в основе которого — понимание бизнеса как деятельности и социальной среды развития личности.

В этом подходе проявляется, прежде всего, влияние отечественной школы изучения деятельности и самоопределения личности в профессиональной и социальной среде (К.А. Абульханова, В.П. Зинченко, Е.И. Климов, Н.С. Пряжников, С.Л. Рубинштейн, В.Д. Шадриков).

Стержневым подходом к анализу профессиональной активности субъектов бизнеса является концепция системогенеза деятельности В.Д. Шадрикова. Деятельность бизнесмена рассматривается в тесной связи с его социализацией, особенностями взаимодействия с окружающими. Мы исходим из того, что бизнес как особая деятельность, направленная на получение прибыли и предъявляющая свои требования к личности, реализуется в определенной социальной и организационной среде, имеет свои особенности возникновения и функцио-

нирования и оказывает существенное влияние на социальные структуры и порядок в обществе, стандарты общественного поведения и т.д. Кроме того, развиваются идеи, сложившиеся в зарубежной психологии, в частности, при изучении социальной идентичности (А. Тэшфел, Дж. Тернер, А. Хаслам и др.), потребительского поведения, имиджа организаций и т.д.

Все эти направления исследования бизнеса нашли отражение в статьях, представленных в журнале.

Н.Л. Иванова