

Раздел III

СОЦИАЛЬНЫЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

КОГНИТИВНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ЦЕЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО АУДИТА И ИНТЕРВЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ¹⁰

*Бардиер Галина Леонидовна – профессор, доктор психологических наук
Невский институт языка и культуры,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья посвящена когнитивному социальному капиталу, который в условиях глобальных изменений рассматривается как важный кумулятивный ресурс развития личности, организации, общества в целом; в статье когнитивный социальный капитал рассматривается в контексте разработки программ интервенции организационного развития.

Ключевые слова: когнитивный социальный капитал, психологический аудит, интервенция организационного развития.

В современных условиях глобальных изменений в обществе естественным образом изменяется и организационная среда: появляются новые риски и вызовы, возникают новые проблемы и запросы, предлагаются новые решения, разрабатываются новые программы организационного консультирования. Новые подходы к управленческому консультированию оформляются и в организационной психологии.

Сравнивая традиционные и относительно новые направления, виды формы работ психолога в организации, мы обращаем внимание на ряд важных для профессионального обсуждения моментов. Отметим некоторые из них.

1. Происходит глобальное расширение границ внедрения консультирующего психолога в консультируемую организацию – современные организации стали более открытыми, современные руководители стали больше доверять приглашенным специалистам, а специалисты, в свою очередь, стали практиковать новые, более смелые формы работы, например, такие как психологический и социальный аудит [1, с. 141], рефрейминг организации [7], интервенция организационного развития [3, гл. 5, 7]. В этой связи особого профессионального обсуждения требуют вопросы методологического, маркетингового, этического характера.

¹⁰ Статья подготовлена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, № 18-013-00532/18.

2. Рыночная экономика с ее жесткими законами требует от организаций строгого соответствия желаемого и возможного. Для достижения такого соответствия у организаций становится актуальным запрос оценки, коррекции и даже, возможно, полной перестройки своего ресурса – финансового, организационного, психологического, социального. Такой ресурс представляет собой реальный (финансовый) или символический (социальный) капитал организации. Понятие «капитал» – междисциплинарное, хорошо знакомое экономистам, философам и социологам [4, 8, 6, с. 122-139]. Психологические подходы к определению этого понятия еще только формируются. В качестве психологических составляющих социального капитала рассматриваются отношения, ценности и нормы [10, 11, с. 17-31.]. В целях проведения классификации видов социального капитала мы предлагаем рассматривать его как совокупность трех психологических ресурсов – аффективного, когнитивного и конативного. В зависимости от того, какой ресурс становится предметом нашего внимания, мы предлагаем выделять эмоциональный, когнитивный и коммуникативный (сетевой) социальный капитал.

3. Практическая консультативная работа психолога в организациях может быть ориентирована на разные виды социального капитала, но, если рассматривать эту работу в широком методологическом диапазоне, то наиболее доступной мишенью и психологического аудита, и интервенции организационного развития оказывается когнитивный социальный капитал [2, с. 242-266]. В этом случае возникает острая методическая потребность в существовании концептуальной и операциональной моделей когнитивного социального капитала. Без этих моделей нерационально приступать к разработке программ, направленных на его оценку, коррекцию, формирование. В особенности, если речь идет о программах интервенции в организацию с целью повышения уровня ее когнитивного социального капитала. Мы в качестве эмпирических индикаторов когнитивного социального капитала личности предлагаем включить в операциональную модель ассертивность, социальный интеллект и толерантность к разнообразию, а в качестве коррелирующего признака социального капитала в целом измерять степень удовлетворенности социальных потребностей данной конкретной личности: а именно, потребностей в любви, включенности и контроле [1]. Касательно когнитивного социального капитала организации, в особенности, если этот вид социального капитала становится мишенью интервенции организационного развития, мы предлагаем ориентироваться на модель, разработанную Л.Г. Почебут с соавторами [9, с. 47-71]. Модель включает ряд компонентов когнитивного социального капитала, позитивные и негативные факторы его формирования и «объективацию социального капитала», которая, по мысли авторов, выражается в карьерном продвижении сотрудников, благоприятном психологическом климате и организационной культуре. В число компонентов авторы включают доверие, приверженность, репутацию и нормы, к позитивным факторам относят лидерство, коучинг персонала, его материальное и моральное

стимулирование, к негативным – моббинг-процессы, конфликты и эмоциональное выгорание с сопутствующей ему профессиональной деформацией. На концептуальном уровне данная модель достаточно полно описана и обоснована. Остается разработать операциональный вариант этой модели, снабдить ее референтным методическим инструментарием и осуществить ее эмпирическую проверку. И уже после этого приступить к разработке программ психологического аудита и интервенции в организацию.

Список литературы

1. FIRO: A Three-Dimensional Theory of Interpersonal Behavior. – NY: Rinehart, 1958.
2. Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage // Academy of management review. – 1998. – V. 23. – № 2. – P. 242-266.
3. Боровикова Н., Парина А. Нововведения в организации: предупрежден – значит, защищен// Персонал-микс. – 2004. – № 3.
4. Бурдые П. Социология социального пространства. – М.: Институт экспериментальной социологии. – СПб.: Алетейя, 2005.
5. Галкина Т.П. Социология управления: от группы к команде. – М.: «Финансы и статистика», 2001.
6. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий// Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – С. 122-139.
7. Ли Дж. Болмен, Терренс Е. Дил. Рефрейминг организации. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 632 с.
8. Патнем Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. – М.: «Ad Marginem», 1996.
9. Почебут Л.Г., Чикер В.А., Волкова Н.В. Социально-психологическая модель когнитивного социального капитала организации: концепция и аспекты исследования // Организационная психология. – 2018. - № 2. – С. 47-71.
10. Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В. Социальный капитал личности: Монография. – М: ИНФРА-М, 2014. – 250 с.
11. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход// Общественные науки и современность. – 2003. – №2. – С. 17-31.

COGNITIVE SOCIAL CAPITAL AS THE GOAL OF THE SOCIAL AUDIT AND INTERVENTION FOR ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT

*Bardier Galina Leonidovna – Professor, Doctor of psychology
Nevsky Institute of language and culture,
St. Petersburg, Russia*

The article deals with cognitive social capital, which in the conditions of global change is seen as an important resource for the development of a cumulative individual, organization,

society as a whole; Article cognitive social capital within the context of organizational development intervention programming.

Keywords: cognitive social capital, psychological intervention, auditing for organizational development

ПРОБЛЕМА ВОСПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР, ПРИВОДЯЩИЙ К НЕГАТИВНЫМ ОТНОШЕНИЯМ В КОЛЛЕКТИВЕ

Быстрова Ирина Валерьевна – директор учебно-научного центра педагогической компаративистики, Институт «Высшая школа образования» Московский педагогический государственный университет, г. Москва, Россия,

В данной статье рассматриваются вопросы и факторы восприятия, приводящие к негативным отношениям сотрудников в коллективе образовательных организаций.

Ключевые слова: проблема восприятия, фактор, качество, сотрудник, коллектив.

В настоящее время проблема восприятия сотрудника в коллективе играет одну из важных ролей в образовательных организациях. Нередко специалисты сталкиваются с негативным к себе отношением со стороны коллег и руководства, так называемым, моббингом (эмоциональное насилие на работе, травля в отношении сотрудника со стороны коллег или руководства).

При взаимодействии руководства с коллективом возникает восприятие, которое может быть оценено как положительно, так и негативно. Любое восприятие связано с впечатлениями. Впечатление – это сложившееся в результате восприятия группы качеств определённого человека мнение других людей. Сами впечатления, как известно, могут возникать внезапно и зависят от некоторых факторов, которые связаны между собой и относятся к четырём категориям:

1) факторы, связанные с первым впечатлением; 2) факторы, связанные с бытующими наделяниями (штампами) в обществе; 3) факторы, которые связаны с состоянием и ситуацией, поведением и общением человека; 4) факторы, связанные с решением собственных потребностей [1, с. 93-95]. Этот процесс осуществляется с двух сторон: каждый уподобляет себя другому. Впечатления, которые возникают при этом, играют важную регулятивную роль. Во - первых, потому, что познавая другого человека формируется и сам познающий индивид, во- вторых, потому, что от меры точности «прочтения» другого человека зависит успех организации с ним согласованных действий и помощь в социальной поддержке. В ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько процессов: и эмоциональная оценка этого другого, и попытка понять его строй его поступков, и основанная на этом стратегия изменения его поведения, и построения стратегии своего