



Методологические основы изучения социального капитала организации: парадигмы и обоснование понятия

ПОЧЕБУТ Людмила Георгиевна

ЧИКЕР Вера Александровна

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

ВОЛКОВА Наталья Владимировна

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», филиал в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. Цель статьи состоит в методологическом обосновании понятия «социальный капитал организации» как единого смыслового пространства, объединяющего и сплачивающего сотрудников на решение важнейших задач. Социальный капитал организации основывается на доверии, нормах взаимодействия, приверженности целям и ценностям организации, создаёт её репутацию во внутренней и внешней среде. Проанализированы история и современные проблемы методологии научного познания. Методология — это область знания о способах и методах исследования, изучение путей постижения истины и точных знаний. Методология основана на научной парадигме, формирующей концептуальную схему постановки и решения актуальных проблем. Парадигма — это определённые объясняющие теории и концепции, на основании которых могут быть сформированы модели, определены основные базовые понятия исследования, сформирована система взглядов. Психология является «мультипарадигмальной» дисциплиной, это даёт возможность учёным изучать психику человека и включённость его в социальные группы с разных точек зрения научного познания. *Методология* данной статьи отражает основные парадигмы понятия «социальный капитал организации». *Результаты* научного анализа позволили выделить две научные парадигмы — социальный конструктивизм (теория феноменологии Э. Гуссерля и символический интеракционизм Дж. Мида) и когнитивизм (теория социальной идентичности А. Тешфела и теория самокатегоризации Дж. Тёрнера). Парадигма социального конструктивизма объясняет социальное поведение людей на основе общезначимых смыслов и значений, обусловленные дискурсом и символическими ресурсами культуры. В парадигме когнитивизма утверждается, что социальное взаимодействие основывается на когнитивных конструктах, создающих единое смысловое пространство. *Выводы.* На основе данных теорий возможно обоснование понятия «социальный капитал организации». Оригинальность статьи заключается в научном обосновании анализируемого понятия.

Ключевые слова: методология научного исследования; научная парадигма; обоснование понятия «социальный капитал организации».

Введение

Концептуальная модель социального капитала организации и необходимость его изучения были обоснованы нами в нескольких теоретических статьях, опубликованных в 2018 году (Почебут, Чикер, Волкова, 2018а, 2018б; Почебут, Безносков, 2018; Почебут, Чикер, Захарова, 2018). В статьях была представлена модель, включающая факторы формирования и объективации когнитивного социального капитала организаций, его базовые составляющие и научные аспекты исследования. Следующий шаг в освоении, уточнении и развитии концептуальной модели — её эмпирическая и экспериментальная проверка. Этот шаг может быть осуществлен только при наличии обоснованной теории из области избранной методологии исследования и конкретных методических разработок и приёмов исследования такого объёмного теоретического конструкта, как «социальный капитал организации». Широчайшая область исследования, которая описывается этим понятием, должна определиться, в первую очередь, в практической реализации методов и методик подтверждающих или опровергающих разработанную нами модель, которые детерминируются основной парадигмой исследования, направлением научного анализа, осмысленными и обоснованными подходами к практическому исследованию феномена.

Цель научного анализа состоит в методологическом обосновании понятия «социальный капитал организации». Научной базой для разработки методологии исследований в этой области могут стать труды и исследования в общей и социальной психологии российских и зарубежных учёных (Андреева, 2002; Журавлев, Корнилова, Юревич, 2012; Кузьмин, 1963; 1987; Липатов, 2018; Мансуров, 1977; Панферов, Безгодова, 2017; Рощин, 1977; Чикер, 2010; Шихирев, 1999; Шорохова, 1975; Янчук, 2000; Герриг, Зимбардо, 2004; Moscovici, 1972; Tajfel, 1972), социологии (Ядов, 1995; 2007) и менеджмента (Геберт, фон Розенштиль, 2006; Джуэлл, 2001; Лафта, 2003; фон Розенштиль, Мольт, Рюттингер, 2014), в которых можно найти главные идеи и подходы к изучению интересующего нас феномена. По мнению В. Н. Панфёрова и С. А. Безгодовой, «новшества накапливались в психологии труда и социальной психологии, ... достигнув критической точки, неизбежно трансформируют научную методологию в сторону целостных форм проявления психологии» (Панферов, Безгодова, 2017, с. 7). Именно целостность рассмотрения феномена определяет наше видение методологии психологического исследования социального капитала организаций. Для более чёткого понимания цели нашего исследования рассмотрим основные понятия, используемые нами при методологическом обосновании понятия «социальный капитал организации».

Методология научного исследования

Методология (греч. *methods* — путь исследования или познания и греч. *logos* — слово, понятие, учение) — это учение о методе научного познания, система философских, исторических, психологических принципов, обосновывающих способы построения и применения научных знаний. Методология содержится в любой научной теории, выделяется как её самостоятельный раздел. Кратко рассмотрим историю создания методологии отечественной социальной психологии.

Впервые в отечественной науке над методологией социальной психологии стал работать С. Л. Франк (1922). Он считал социальную философию методологической основой социальной психологии, которая должна изучать онтологическую природу общества и важнейшие принципы общественной жизни. Основными характеристиками человека он называл само-

определение, духовность и нравственный характер общественного бытия. Он критиковал «сингуляризм» (методологический индивидуализм), как основной принцип американской социальной психологии, и «универсализм» (методологический холизм), присущий европейской науке. Духовность человека и общества проявляется во взаимосвязанности индивидуальных сознаний, составляющих единство «мы» (см. Шихирев, 1999, с. 334–339). Методологические основы социальной психологии представлены также В. М. Бехтеревым в книге «Коллективная рефлексология» в 1921 г., А. Г. Ковалёвым в статье «О социальной психологии» в 1959 г., А. Г. Сороковым в книге «Социально-психологические основы руководства» 1971 г., Е. С. Кузьминым в книге «Методы социальной психологии» в 1977 г.

Методология определяется нами как область знания о способах и методах исследования, направленных на изучение путей постижения истины и добывание точных научных данных. Это логика построения исследования, «идеология» научного познания. «Методология предполагает приёмы дифференциации свойств предмета познания в общих для всех наук объектах познания. Это важно, чтобы определить специфику предметного содержания каждой частной науки» (Панферов, Безгодова, 2017, с. 10). Этот тезис полностью применим к системному и комплексному анализу такого феномена, как «социальный капитал организации», который нуждается в собственном методологическом обеспечении, выделении объекта и предмета исследования. *Объективацию* феномена можно понимать как проявление свойств объекта (социального капитала организации) и считать её основанием для его эмпирического изучения. Таким образом, основной проблемой методологии научного познания становится прояснение релевантных отношений между предметом науки и формами его объективации, а также способами их эмпирического изучения (Панферов, Безгодова, 2017, с. 12).

Научные парадигмы

Наиболее глубоким и обобщающим конструктом в методологии научного исследования является «*парадигма*», подразумевающая собой определённые объясняющие теории и концепции, на основании которых могут быть сформированы модели, определены основные базовые понятия исследования, сформирована система взглядов, характерная для сегодняшнего времени и определённых научных школ. Т. Кун понимал под научной парадигмой совокупность убеждений, ценностей и технических средств, принятых научным сообществом и обеспечивающих существование научной традиции (Kuhn, 1962). Он считал, что в парадигме отражается признанное всеми научное достижение, которое в течение определённого времени даёт научному сообществу модель постановки проблем и их решение. Развитие научного познания представляет собой процесс революционной смены парадигм, накопление фактов, противоречащих принятой парадигме, стимулирует выдвижение новых теорий, создающих новую научную парадигму (Кун, 1977). П. Н. Шихирев отмечал, что целесообразно говорить не о революции (полной смене парадигмы), а об эволюции, не исключающей параллельного сосуществования различных парадигм (Шихирев, 1999, с. 10).

Парадигма (от греч. — *παράδειγμα*, «пример, модель, образец») — главенствующая научная идея в определённый исторический период, а также тезаурус научного языка, формирующие концептуальную схему постановки и решения проблем в научном исследовании. Психология относится к «мультипарадигмальным» дисциплинам, что даёт возможность учёным изучать психику человека и включённость его в социальные группы с разных точек зрения научного познания. П. Н. Шихирев выделяет следующие критериальные элементы парадигмы (Шихирев, с. 18–25).

1. Выбор определённой науки в качестве базовой дисциплинарной матрицы. Для социальной психологии матрицей служат этос, правила и нормы поведения человека. Социальная психология ориентирована на две цели: а) поиск универсалий человеческого поведения; б) поиск кросс-культурных различий.

2. Решение вопроса о специфике наук о человеке по сравнению с науками о природе. Особенность человека состоит в том, что ему присущи и биологические и социальные свойства.

3. Соотношение теории и методов исследования. В настоящее время методология стала доминировать над теорией. Если до XX века метод был подчинён теории, то сейчас квалификация исследования как чисто теоретического рассматривается как показатель его неполноценности. Напротив, квалификация исследования оценивается на основе использования современных методов, в частности, проведённого эксперимента.

4. Соотношение между моделью человека и моделью общества. Например, в бихевиоризме представлена модель «человека реагирующего», что дополняется моделью бесконфликтно развивающегося общества, заимствованной из структурного функционализма. Бихевиористская модель к началу 1980-х годов была заменена на когнитивную модель, изучающую «человека мыслящего», обладающего способностью к восприятию и переработке информации. Соответственно, модель общества стала рассматриваться с позиций когнитивного конструктивизма.

5. Понимание предмета науки, то есть особый аспект той реальности, которую изучает социальная психология. Необходимость определения предмета науки обусловлена дифференциацией знаний, междисциплинарным размежеванием, специализацией методов и обретением статуса самостоятельной науки.

6. Определение приоритетов в соотношении «индивид — группа — общество». Так, одни научные направления сосредоточены на изучении психики индивида (например, гештальт-психология и когнитивизм), другие — на микрогрупповых процессах (социометрия), третьи — на макропроцессах (символический интеракционизм).

Существуют различные классификации научных парадигм. Базовой дихотомией является естественнонаучная и гуманитарная парадигмы. В любой науке, отмечает В. М. Розин, — формируется познавательная установка на рациональное объяснение и описание существующих феноменов (Розин, 2018). Психология занимает пограничную область между естествознанием и общественными науками. По мнению А. В. Юревича, для гуманитарной парадигмы, в отличие от естественнонаучной, характерно следующее:

- отказ от приоритета использования эмпирических методов;
- научным знанием признается не только верифицированное, но и подтверждённое «внесубъектным» эмпирическим опытом;
- опора на интуицию и здравый смысл исследователя;
- проведение исследований на основе изучения частных случаев;
- применение результатов исследования при практическом воздействии на человека;
- изучение целостной личности, включённой в её жизненный контекст (Журавлев, Корнилова, Юревич, 2012, с. 15).

Парадигма в социальной психологии формируется на основании доминирующих в данный период времени в научном сообществе философских, психологических и социологических концептов, общественных ценностей, перспективного видения, аналитических приемов, методов, методик и техник исследования. Результат работы учёных, придерживающихся определённой парадигмы — обобщающая концептуальная схема, модель постановки и путей решения научных проблем. Периодически встаёт вопрос о взаимодействии

новых и старых парадигм в психологии, их объяснительных возможностях. К началу XXI века сложились следующие психологические парадигмы: поведенческая, биологическая, когнитивная, психодинамическая, экзистенциальная, гуманистическая, герменевтическая, социально-конструктивистская, системная, деятельностьная, гендерная, синергетическая (Янчук, 2000). Более обобщённо рассматривает понятие «парадигма» А. В. Юревич. В качестве основных он выделяет парадигмы когнитивизма, бихевиоризма и психоанализа (Журавлев, Корнилова, Юревич, 2012). Смена, борьба и превалирование в той или иной мере главенствующих в профессиональных сообществах обобщающих теорий (парадигм) — естественный ход научного познания.

Начиная с середины прошлого века в психологии можно наблюдать явную смену парадигм с поведенческой и психодинамической на *когнитивную*, которая в последнее время занимает ведущие позиции в интерпретации не только индивидуальных данных в познании психики, но и в объяснении социальных явлений. По мнению приверженцев когнитивистских идей, цель сбора этих данных заключается в обосновании теорий о ненаблюдаемых конструктах, или внутренних ментальных репрезентациях (Лобанов и др., 2002). Таким образом, осуществляется познавательная функция парадигмы как интегратора системы знаний и методов познания. Основопологающим понятием когнитивистских теорий является познавательная активность человека, которая выражается в поиске, обработке, интерпретации информации, а в социальной психологии — в социальном познании, социальных взаимодействиях, аттитюдах, социальных репрезентациях, стереотипах. Общие идеи направления восходят к первой работе по когнитивной психологии У. Найссера «Cognitive Psychology» (1967), а также работам Дж. Миллера и Дж. Брунера, Л. Кольберга, Дж. Келли и многих других психологов.

Когнитивистская интерпретация социально-психологических явлений также имеет свою традицию. Это работы Л. Фестингера, Т. Ньюкома, Ч. Осгуда и П. Танненбаума, Ф Хайдера, Р. Нисбета и Л. Росса, С. Фиске и С. Тейлор и многих других. Считается, что когнитивистская парадигма как совокупность обобщающих частных теорий, объясняющих социальное поведение человека, удачно сочетает в себе достоинства естественнонаучной и гуманитарной парадигм, что важно для всех психологических исследований, хотя нейронаукам в этой парадигме всё-таки отводится ведущее место (Фаликман, 2015), а человек в основном рассматривается в контексте активного преобразователя информации. В наиболее общем виде в когнитивистской парадигме социальное поведение человека можно рассматривать как результат имеющихся индивидуальных знаний (возможно, неосознаваемых) и аттитюдов, которые, в свою очередь, являются отражением системы репрезентаций (формы знаний о внешнем мире). Такая теоретическая идея вполне может быть положена в основу изучения социального капитала организаций, когда социальное поведение и накопление социальных связей объясняется при помощи познавательных процессов, характерных для человека (Почебут, Чикер, Волкова, 2018а; 2018б).

Парадигма *социального конструктивизма* (Джерджен, 2003; Улановский, 2009; Назарова, 2011) связывается, прежде всего, с именем великого советского психолога Л. С. Выготского. Яркие представители этого направления — Ж. Пиаже, Дж. Келли, Дж. Брунер, Дж. Мид и другие. В этой парадигме в объяснении социального поведения людей на первый план выходят общезначимые смыслы и значения, обусловленные дискурсом (от лат. *discursus* — рассуждение, довод, движение, беседа, разговор) и конкретным культурным контекстом, символическими ресурсами культуры, а не экспериментальным подтверждением, что особым образом подчёркивает противоречия с основательно сложившимися парадигмами бихевиоризма и когнитивизма. Главное, что подвергается анализу — это коммуникативное событие, его время, контекст и составляющие (вербальные и невербальные). Дискурс-

анализ — это анализ и интерпретация текстов, языковой деятельности, а также продуктов деятельности, их символического и смыслового содержания. А. М. Улановский считает, что важнейшими для изучения в этой парадигме являются следующие понятия: «сообщество, отношения между людьми, социальные конвенции, язык, дискурс, нарратив, диалог, социальные практики» (Улановский, 2009, с. 39). Принципиальное значение эта парадигма имеет для обоснования широкого применения не только количественных, а, преимущественно, качественных методов исследования в социальных науках.

Главенствование той или иной парадигмы на разных этапах развития науки (в том числе организационной психологии) имеет относительную устойчивость и зависит от разных факторов влияния: уровня теоретических обобщений, широты влияния ведущего лидера научного направления, разработанности методических подходов в подтверждении выдвинутых теоретических моделей и, наконец, просто моды на то или иное объяснение полученных фактов и явлений.

В области социальной и организационной психологии многие годы важнейшими парадигмами были бихевиористская, когнитивистская парадигмы, парадигма социального конструктивизма, основные идеи которых представлены ниже. Их принципы заложены в основании объяснения большинства явлений в области психологического и социально-психологического познания. Современное состояние мирового сообщества и, в том числе, организаций, по словам А. Н. Занковского, связано с тем, что организационная психология во многом «оказалась неспособной приблизить нас к пониманию причин кризисных явлений в организациях, в конечном счёте, приведших к мировому экономическому кризису. Эти трудности обусловлены ограниченностью научной парадигмы, в рамках которой до сих пор развивалась организационная психология» (Занковский, 2012, с. 120–121). Действительно, в настоящий момент применительно к конкретным эмпирическим и экспериментальным исследованиям, трудно говорить об объяснительных возможностях только одной избранной парадигмы, определяющей путь научного исследования. Как правило, в реальности мы наблюдаем методологию интегрального синтеза (Панферов, Безгодова, 2017, с. 6), когда результаты исследований объясняются не одной, а множеством парадигм, отражающих структурные особенности объекта и предмета исследования.

Методологическое обоснование понятия «социальный капитал организации»

Исследование социального капитала организации, прежде всего, предполагает понимание самого феномена «*социальный капитал*», который определяется нами как единое смысловое пространство, объединяющее и сплачивающее сотрудников на решение важнейших задач, включающее организационную культуру, доверие, нормы взаимодействия, приверженность целям и ценностям организации, создающее ее репутацию во внутренней и внешней среде» (Почебут, Чикер, Волкова, 2018а, с. 55). Важное значение имеет также изучение символических смыслов и интерпретаций различных видов организационных культур, имеющих национальное своеобразие на уровне артефактов, социальных интеракций и другого. Социокультурный контекст изучения организационного социального капитала — основа интерпретации значительной части результатов исследования. В этом подходе центральным понятием становится понятие «социальное взаимодействие», которое сочетает в себе уникальность традиций и взаимовлияние культур и требует в своём изучении системного подхода.

Методологическое обоснование понятия «*социальный капитал организации*» возможно дать с позиций двух научных парадигм: 1) парадигма социального конструктивизма (теория феноменологии Э. Гуссерля, символический интеракционизм Дж. Мида); 2) парадигма когнитивизма (теория социальной идентичности А. Тешфела, теория самокатегоризации Дж. Тёрнера). В этих теориях утверждается, что социальное взаимодействие основывается на когнитивных конструктах, создающих единое смысловое пространство.

В теории феноменологии изучается то, как люди в процессе социального взаимодействия конструируют социальную действительность, цель которой состоит в создании возможности взаимопонимания между людьми. Такое взаимопонимание способствует тому, что «миры опыта», фактически обособленные, складывались в единый интерсубъективный мир, создающий основу смыслового пространства (Гуссерль, 1994, с. 7). Цель социального взаимодействия, следовательно, — это установление единого смыслового пространства. Методология феноменологии получила название «социальное конструирование действительности» или социальный конструктивизм. В результате этого конструирования возникает динамичная социальная общность. Восприятие и интерпретация окружающего мира осуществляется на основе психологического процесса типизации. Это означает, что социальная действительность складывается из различных мыслительных схем, которые делают возможным нашу идентификацию с миром (Почебут, 2017, с. 51). Методологическое определение понятия «социальный капитал» с точки зрения теории феноменологии означает, что люди стараются создать и укрепить единое смысловое пространство, воплощающееся в социальном капитале, приобретающее особое значение в процессе работы в организации. Основная идея феноменологии заключается в том, что люди создают социальную реальность путем установления единого смыслового пространства.

Разрабатывая идеи символического интеракционизма, американский социолог Дж. Мид пришел к выводу о том, что человек социально отзывчив. Он формирует свою личность благодаря социальности, способности воспринимать и оценивать самого себя, отражая своё «Я» в действиях и поведении других людей. В этом смысле понятие «социальный капитал организации» ассоциируется с понятием «обобщённый Другой» Дж. Мида. Это свидетельствует о неразрывной связи людей, поскольку каждый соотносит свои мысли и поступки с окружающими. Человек конструирует обобщённого Другого, формирует своё сообщество, вкладывает в него свои смыслы, определяет ценности и цели. Поэтому социальный капитал организации можно рассматривать в понятиях обобщённого Другого, объединившего сотрудников в единое целое. Благодаря социальному капиталу люди взаимозависимы друг от друга, вкладывают свои усилия и ресурсы в общее дело. Идея обобщённого Другого содержит мысль об универсальной общности, в которой, несмотря на индивидуальные и культурные различия, имеются возможности для договорённостей, сплочённости, солидарности.

Дж. Мид утверждал, что человек способен объединять свои действия с действиями других людей. Именно в процессе этого объединения и создается социальный капитал. Для успешного создания социального капитала необходимо развитие эмпатических способностей — понимание роли другого, его статуса и эмоционального состояния (Mead, 1934). С другой стороны, в современных условиях на этот феномен оказывают влияние информационные потоки, использующие средства или методы искусственного интеллекта (*knowledge-based resources*), а также ресурсы, связанные с культурой и менталитетом (*cultural and mentality related resources*), и регулятивные аспекты (*regulative resources*) (Skawińska et al., 2012).

Теория символического интеракционизма, по мнению Г. Блумера, объясняет то, как люди интерпретируют цели, смыслы, действия других, а не просто реагируют на них. Социальное

взаимодействие опосредовано символами, их интерпретацией и значением, которое люди придают действиям других (Блумер, 1998). Аналитическая сила символического интеракционизма дает объяснение о целенаправленных действиях индивида (или действиях, отклоняющихся от ожидаемых паттернов) и роль индивидуальной интерпретации значений в социальных связях, соответственно, по мнению М. Lee (2014), эта концепция может быть использована при изучении социального капитала организации.

Теорию социальной идентичности разработал А. Тешфел. Её основная идея заключается в следующем: человек стремится сформировать положительную Я-концепцию, а этого он достигает с помощью идентификации себя с конкретными группами. Социальная идентичность возникает при помощи трёх процессов. Первый процесс — это *социальная категоризация*, то есть упорядочение социального окружения таким образом, который имеет для индивида смысл. Второй процесс — *социальное сравнение* — преобразование когнитивных и перцептивных признаков в аттитюды и действия, обеспечивающие внутригрупповую сплочённость и межгрупповую дифференциацию. Третий процесс — *социальная идентификация* — достижение чувства общности (Tajfel, 1966).

Теория социальной категоризации Дж. Тёрнера объясняет когнитивную способность человека классифицировать окружающий социальный мир. *Социальная категоризация* — это способ познания посредством классификации окружающих людей (сотрудников организации) с помощью наиболее общего понятия с целью создания единого смыслового пространства, необходимого для регуляции поведения человека (Turner, 1991). Сотрудники организации категоризируют своих коллег, менеджеров, руководителей по различным критериям: статус в организации, наличие ресурсов, обладание властных полномочий, профессиональная компетентность и прочее. Таким образом, возникает единое смысловое пространство, в котором каждый сотрудник, занимая своё место и обладая определённым статусом, без проблем ориентируется в статусе и полномочий остальных сотрудников организации.

В настоящее время наблюдается тенденция сближения близких по смыслу научных парадигм. Поэтому синтез парадигмы социального конструктивизма и парадигмы когнитивизма, по нашему мнению, оказывается существенным объясняющим методологическим подходом к анализу такого сложного социально-психологического феномена как социальный капитал организации (Рис. 1). Интегральный синтез парадигм позволяет выработать объясняющие принципы, нацеленные на основные задачи исследования. Конкретные примеры сближения и синтеза парадигм будут представлены в планируемых нами эмпирических исследованиях основных компонентов когнитивного социального капитала организаций.

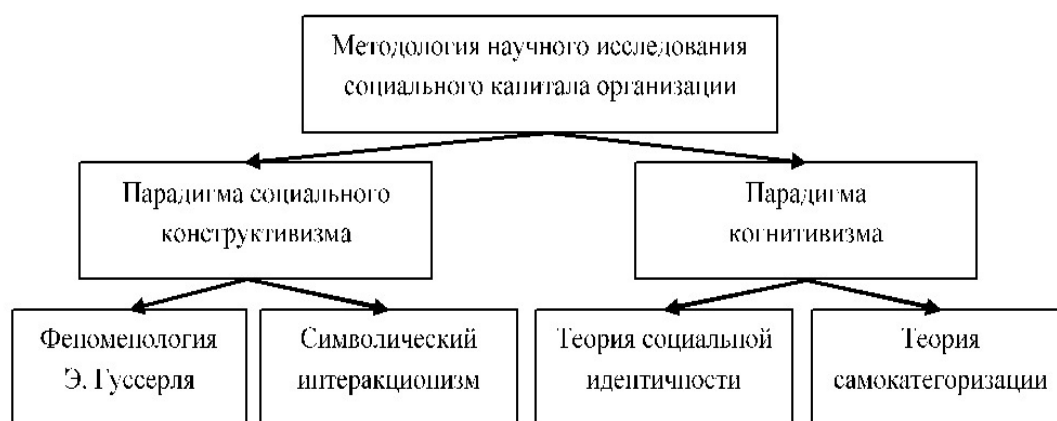


Рисунок 1. Методологическое обоснование понятия «социальный капитал организации»

Жизненный цикл парадигмы изучения социального капитала организации, по нашему мнению, находится в стадии становления и согласования с общими методологическими принципами социальной и организационной психологии. Вопросы изучения методологических принципов представлены нами во второй части данной статьи.

Выводы

1. Разработка методологии научного исследования необходима для создания научных теорий, определения основных понятий, грамотного и целенаправленного проведения подтверждающих эти теории эмпирических и экспериментальных исследований.
2. Методология определяется нами как область знания о способах и методах исследования, направленных на изучение путей постижения истины и добывания точных научных данных.
3. Понятие «парадигма» представляет собой наиболее глубокий и обобщающий конструкт методологии. На основе парадигмы формируются определённые теории и концепции, на базе которых создаются модели, образцы исследований, формулируются основополагающие понятия.
4. В современной психологии наиболее актуальными являются парадигмы социального конструктивизма и когнитивизма, объясняющие психологические процессы возникновения смыслов и значений, объединяющих людей в единое смысловое пространство.
5. Сближение и интегральный синтез научных парадигм позволяет объёмно и глубоко проанализировать понятие «социальный капитал организации» с методологической точки зрения.
6. Понятие «социальный капитал организации» определяется нами как единое смысловое пространство, объединяющее и сплачивающее сотрудников на решение важнейших задач, включающее организационную культуру, доверие, нормы взаимодействия, приверженность целям и ценностям организации, создающее её репутацию во внутренней и внешней среде.
7. Истоки понимания термина «социальный капитал организации», как социально-психологического явления, необходимо искать в направлениях социального конструктивизма (феноменология Э. Гуссерля, символический интеракционизм Дж. Мида) и когнитивной психологии (теория социальной идентичности А. Тешфела, теория самокатегоризации Дж. Тёрнера).
8. В когнитивистской парадигме социальное поведение и накопление социальных связей (социальный капитал) объясняется при помощи познавательных процессов, характерных для человека. Парадигма социального конструктивизма позволяет определить «социальный капитал» с точки зрения единого смыслового пространства, приобретающего особое значение в процессе совместной работы в организации.
9. В соответствии с этими парадигмами в практическом плане изучения социального капитала организаций предполагается применение как количественных, так и качественных методов исследования, позволяющих системно, целостно и комплексно исследовать проблемную ситуацию.
10. Проведённый методологический анализ имеет значение для развития современной социальной и организационной психологии, в частности, для изучения такого специфического феномена, как социальный капитал организаций.

Финансовая поддержка

Статья подготовлена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, № 19-013-00560.

Литература

- Андреева, Г. М. (2002). В поисках новой парадигмы: традиции и старты XXI в. В кн. Г. М. Андреева, А. И. Донцов (ред.). *Социальная психология в современном мире*. М.: Аспект-Пресс.
- Блумер, Г. (1998). Коллективное поведение. В кн. Д. Я. Райгородский (ред.). *Психология масс. Хрестоматия* (535–588). Самара.
- Геберт, Д., Розенштилль, фон Л. (2006). *Организационная психология*. Харьков: Гуманитарный центр.
- Герриг, Р., Зимбардо, Ф. (2004). *Психология и жизнь*. М., СПб.: Питер.
- Гуссерль, Э. (1994). *Идеи к чистой феноменологии*. М.: Лабиринт.
- Джерджен, К. Дж. (2003). *Социальный конструкционизм: знание и практика*. Минск: БГУ.
- Джуэлл, Л. (2001). *Индустриально-организационная психология*. СПб.: Питер.
- Журавлев, А. Л., Корнилова, Т. В., Юревич, А. В. (2012). *Парадигмы в психологии. Научно-исследовательский анализ*. М.: Институт психологии РАН.
- Занковский, А. Н. (2012). В поисках новой парадигмы организационной психологии. *Вестник МГОУ. Серия «Психологические науки», 2*, 120–129.
- Кузьмин, Е. С. (1963). О предмете социальной психологии. *Вопросы психологии, 1*, 142–145.
- Кузьмин, Е. С. (1987). *Актуальные проблемы социальной психологии*. Л.: ЛГУ.
- Кун, Т. (2001). *Структура научных революций. Логика открытия или психология исследования*. М.: АСТ.
- Лафта, Дж. К. (2013). *Теория организации*. М., Проспект.
- Липатов, С. А. (2018). Использование различных стратегий «смешанных методов» в диагностике организационной культуры. *Социальная психология и общество, 9(3)*, 62–70.
- Лобанов, А. П., Коптева, С. И., Игумнов, С. А. и др. (2004). *Введение в психологию*. Минск. Высшая школа.
- Мансуров, Н. С. (1977). Методологические проблемы общественно-психологических исследований. В кн. В. С. Швырев, Н. С. Мансуров, А. А. Брудный (ред.). *Методология и методы социальной психологии* (24–44). М.: Наука.
- Назарова, Н. М. (2011). Конструктивизм как методологическая основа научных исследований и инновационных тенденций в специальном образовании. В кн. *Специальная педагогика и специальная психология: современные проблемы теории, истории, методологии. Материалы Третьего международного теоретико-методологического семинара*. М.
- Панферов, В. Н., Безгодова, С. А. (2017). *Методологические основы и проблемы психологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры*. М.: Юрайт.
- Почебут, Л. Г. (2017). *Социальная психология*. СПб.: Питер.
- Почебут, Л. Г., Безносков, Д. С. (2018). Социально-психологическая теория социального капитала организации. В кн. Т. А. Нестик, Ю. В. Ковалева (отв. ред.). *Социальная и экономическая психология. Сборник научных трудов. Сер. «Труды Института психологии РАН», Часть 2* (269–275). М.: Изд-во ИП РАН.
- Почебут, Л. Г., Чикер, В. А., Волкова, Н. В. (2018а). Социально-психологическая модель когнитивного социального капитала организации: концепция и аспекты исследования. *Организационная психология, 8(2)*, 47–71.

- Почебут, Л. Г., Чикер, В. А., Волкова, Н. В. (2018б). Социально-психологическая модель когнитивного социального капитала организации: факторы формирования и объективация. *Организационная психология*, 8(3), 29–59.
- Почебут, Л. Г., Чикер, В. А., Захарова, М. В. (2018). Доверие и репутация как компоненты когнитивного социального капитала организации. *Социальная и экономическая психология*, 3–4(12), 150–177.
- Розенштиль, фон Л., Мольт, В., Рюттингер, Б. (2014). *Организационная психология*. Харьков. Гуманитарный центр.
- Розин, В. М. (2018). Противопоставление и переосмысление естественно-научного и гуманитарного подходов. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 15(2), 291–306.
- Рощин, С. К. (1977). Некоторые методологические проблемы психологии организации и управления на Западе. В кн. В. С. Швырев, Н. С. Мансуров, А. А. Брудный (ред.). *Методология и методы социальной психологии* (229–246). М.: Наука.
- Сороковой, А. Г. (1971). *Социально-психологические основы руководства*. М.: Наука.
- Улановский, А. М. (2009). Конструктивизм, радикальный конструктивизм, социальный конструкционизм: мир как интерпретация. *Вопросы психологии*, 2, 35–45.
- Фаликман, М. В. (2015). Когнитивная парадигма: есть ли в ней место психологии? *Психологические исследования*, 8(42), 3–3.
- Чикер, В. А. (2010). *Методология и методы социально-психологических исследований*. СПб.: СПбГУ.
- Шихирев, П. Н. (1999). *Современная социальная психология*. М.: ИПРАН.
- Шорохова, Е. В. (1975). Социальная психология (проблемы и задачи). В кн. Е. В. Шорохова (отв. ред.). *Методологические проблемы социальной психологии*. М.: Наука.
- Ядов, В. А. (1995). *Социологическое исследование. Методология. Программа. Методы*. Самара.
- Ядов, В. А. (2007). *Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности*. М.: Омега-Л.
- Янчук, В. А. (2000). *Методология, теория и метод в современной социальной психологии и персонологии: интегративно-эклетический подход*. Минск: Бестпринт.
- Kuhn, T. S. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lee, M. (Ed.) (2014). Bringing the Best of Two Worlds Together for Social Capital Research in Education: Social Network Analysis and Symbolic Interactionism. *Educational Researcher*, 43(9), 454–464.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society. From the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moscovici, S. (1972). Theory and society in social psychology. In J. Israel, H. Tajfel (Eds.). *The context of social psychology*. London: Acad. Press.
- Neisser, U. (1967). *Cognitive Psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Skawińska, E., Zalewski, R. I., Brzeczek, T. (2012). Methodology of Social Capital Research and Its Empirical Testing. *Ekonomista*, 6, 793–823.
- Tajfel, H., Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behavior. Psychology of intergroup relations* (7–24). Chicago.
- Tajfel, H. (1966). The Nature of Information in Social Influence. In *Unexplored Methodological Problem. XVIII International congress of psychologies* (262–263). Moscow.
- Tajfel, H. (1972). Introduction. In J. Israel, H. Tajfel (Eds.). *The context of social psychology*. Acad. Press, London.
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.



ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

Methodology of organizational social capital research: paradigm and underpinning the concept

Ludmila G. POCHEBUT

Vera A. CHIKER

St. Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation

Natalia V. VOLKOVA

National Research University «Higher School of Economics» in Saint-Petersburg, Saint-Petersburg, Russian Federation

Abstract. *Purpose.* The main aim of this article is to underpin methodologically the concept of “organizational social capital” as the unique semantic space that combines and unifies employees to deal with the challenges, based on the trust, cooperation standards, commitment to organizational goals and values as well as creating a reputation for internal and external environment. The methodology is a field of knowledge about research approaches and methods, studying ways to unearth the objective truth and accurate knowledge. The methodology is based on the scientific paradigm that identifies the conceptual scheme both to set and challenge actual problems. Paradigm is particular exploratory theories and concepts that can be a basis for new models, main basic definitions, and system of thought. Psychology is multiparadigm science which gives researchers a unique opportunity to study individual’ psyche and social group involvement under various points of scientific knowledge. The *methodology* of this article reflects the main paradigms for the concept of social capital in the organization. The *findings* of scientific analysis let us emphasize two scientific paradigms — social constructivism (E. Husserl’s phenomenology and symbolic interactionism developed by G. Mead) and cognitivism (the social identity theory developed by H. Tajfel and self-categorization theory introduced by J. Turner). The paradigm of social constructivism explains the social behavior of individuals based on common values and meanings that underpin modern discourse and symbolic resources of the culture. Cognitivism paradigm is that social interactions are based on cognitive constructs creating the sole semantic area. *Conclusions* are that it is possible to describe the concept of “organizational social capital” based on the above-mentioned theories. *Originality* is that there is a scientific underpinning of the studied definition.

Keywords: methodology research, scientific paradigm, underpinning the concept of organizational social capital.

Funding

The work was supported by a grant 19-013-00560 from the Russian Foundation for Basic Research.

References

- Andreyeva, G. M. (2002). V poiskakh novoy paradigmy: traditsii i starty XXI v. [In Search of a New Paradigm: Traditions and Starts of the 21st Century]. In G. M. Andreeva, A. I. Dontsov (Eds.). *Sotsial'naya psikhologiya v sovremennom mire*. M.: Aspekt-Press.
- Blumer, G. (1998). Kollektivnoye povedeniye [Collective behavior]. In D. Ya. Raygorodskiy (red.). *Psikhologiya mass. Khrestomatiya* (535–588). Samara.
- Chiker, V. A. (2010). *Metodologiya i metody sotsial'no-psikhologicheskikh issledovaniy* [Methodology and methods of socio-psychological research]. SPb.: SPbGU.
- Falikman, M. V. (2015). Kognitivnaya paradigma: yest' li v ney mesto psikhologii? [Cognitive paradigm: is there a place for psychology in it?]. *Psikhologicheskiye issledovaniya*, 8(42), 3–3.
- Gergen, K. J. (2003). *Sotsial'nyy konstruksionizm: znaniye i praktika* [Social constructionism: knowledge and practice]. Minsk: BGU.
- Gerrig, R., Zimbardo, F. (2004). *Psikhologiya i zhizn'* [Psychology and life]. M., SPb.: Piter.
- Hebert, D., Rosenstiel, von L. (2006). *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational Psychology]. Khar'kov: Gumanitarnyy tsentr.
- Husserl, E. (1994). *Idei k chistoy fenomenologii* [Ideas for Pure Phenomenology]. M.
- Jewell, L. (2001). *Industrial'no-organizatsionnaya psikhologiya* [Industrial and organizational psychology]. SPb.: Piter.
- Kuhn, T. (2001). *Struktura nauchnykh revolyutsiy. Logika otkrytiya ili psikhologiya issledovaniya* [The structure of scientific revolutions. The logic of discovery or the psychology of research]. M.: AST.
- Kuhn, T. S. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kuzmin, Ye. S. (1963). O predmete sotsial'noy psikhologii [On the subject of social psychology]. *Voprosy psikhologii*, 1, 142–145.
- Kuzmin, Ye. S. (1987). *Aktual'nyye problemy sotsial'noy psikhologii* [Actual problems of social psychology]. L.: LGU.
- Lafta, J. K. (2013). *Teoriya organizatsii* [Organization Theory]. M.: Prospekt.
- Lee, M. (Ed.) (2014). Bringing the Best of Two Worlds Together for Social Capital Research in Education: Social Network Analysis and Symbolic Interactionism. *Educational Researcher*, 43(9), 454–464.
- Lipatov, S. A. (2018). Ispol'zovaniye razlichnykh strategiy «smeshannykh metodov» v diagnostike organizatsionnoy kul'tury [The use of various strategies of “mixed methods” in the diagnosis of organizational culture]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo*, 9(3), 62–70.
- Lobanov, A. P., Kopteva, S. I., Igumnov, S. A. i dr. (2004). *Vvedeniye v psikhologiyu* [Introduction to Psychology]. Minsk: Vysshaya shkola.
- Mansurov, N. S. (1977). Metodologicheskiye problemy obshchestvenno-psikhologicheskikh issledovaniy [Methodological problems of socio-psychological research]. In V. S. Shvyrev, N. S. Mansurov, A. A. Brudnyy (red.). *Metodologiya i metody sotsial'noy psikhologii* (24–44). M.: Nauka.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society. From the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moscovici, S. (1972). Theory and society in social psychology. In J. Israel, H. Tajfel (Eds.). *The context of social psychology*. London: Acad. Press.
- Nazarova, N. M. (2011). Konstruktivizm kak metodologicheskaya osnova nauchnykh issledovaniy i innovatsionnykh tendentsiy v spetsial'nom obrazovanii [Constructivism as a methodological basis of scientific research and innovative trends in special education]. *Spetsial'naya pedagogika i spetsial'naya psikhologiya: sovremennyye problemy teorii, istorii, metodologii. Materialy Tret'yego mezhdunarodnogo teoretiko-metodologicheskogo seminara*. M.

- Neisser, U. (1967). *Cognitive Psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Panferov, V. N., Bezgodova, S. A. (2017). *Metodologicheskiye osnovy i problemy psikhologii: uchebnik i praktikum dlya bakalavriata i magistratury* [Methodological foundations and problems of psychology: a textbook and workshop for undergraduate and graduate programs]. M.: Yurayt.
- Pochebut, L. G. (2017). *Sotsial'naya psikhologiya* [Social Psychology]. SPb.: Piter.
- Pochebut, L. G., Beznosov, D. S. (2018). Sotsial'no-psikhologicheskaya teoriya sotsial'nogo kapitala organizatsii [Socio-psychological theory of social capital of an organization]. In T. A. Nestik, Yu. V. Kovaleva (otv. red.). *Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya. Sbornik nauchnykh trudov. Ser. «Trudy Instituta psikhologii RAN», Chast' 2* (269–275). M.: Izd-vo IP RAN.
- Pochebut, L. G., Chiker, V. A., Volkova, N. V. (2018a). Sotsial'no-psikhologicheskaya model' kognitivnogo sotsial'nogo kapitala organizatsii: kontseptsiya i aspekty issledovaniya [Socio-psychological model of the organization's cognitive social capital: concept and research aspects]. *Organizational Psychology*, 8(2), 47–71.
- Pochebut, L. G., Chiker, V. A., Volkova, N. V. (2018b). Sotsial'no-psikhologicheskaya model' kognitivnogo sotsial'nogo kapitala organizatsii: faktory formirovaniya i ob'yektivatsiya [Socio-psychological model of the organization's cognitive social capital: formation factors and objectification]. *Organizational Psychology*, 8(3), 29–59.
- Pochebut, L. G., Chiker, V. A., Zakharova, M. V. (2018). Doveriye i reputatsiya kak komponenty kognitivnogo sotsial'nogo kapitala organizatsii [Trust and reputation as components of an organization's cognitive social capital]. *Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya*, 3–4(12), 150–177.
- Rosenshtiel, von L., Molt, V., Ruttinger, B. (2014). *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational psychology]. Khar'kov: Gumanitarnyy tsentr.
- Roshchin, S. K. (1977). Nekotoryye metodologicheskiye problemy psikhologii organizatsii i upravleniya na Zapade [Some methodological problems of the psychology of organization and management in the West]. In V. S. Shvyrev, N. S. Mansurov, A. A. Brudnyy (red.). *Metodologiya i metody sotsial'noy psikhologii* (229–246). M.: Nauka.
- Rozin, V. M. (2018). Protivopostavleniye i pereosmysleniye yestestvenno-nauchnogo i gumanitarnogo podkhodov [Contrasting and rethinking the natural-scientific and humanitarian approaches]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 15(2), 291–306.
- Shikhirev, P. N. (1999). *Sovremennaya sotsial'naya psikhologiya* [Modern social psychology]. M.: IPRAN.
- Shorokhova, Ye. V. (1975). Sotsial'naya psikhologiya (problemy i zadachi) [Social psychology (problems and tasks)]. In Ye. V. Shorokhova (otv. red.). *Metodologicheskiye problemy sotsial'noy psikhologii*. M.: Nauka.
- Skawińska, E., Zalewski, R. I., Brzęczek, T. (2012). Methodology of social capital research and its empirical testing. *Ekonomista*, 6, 793–823.
- Sorokovoy, A. G. (1971). *Sotsial'no-psikhologicheskiye osnovy rukovodstva* [Socio-psychological foundations of leadership]. M.: Nauka.
- Tajfel, H. (1966). The Nature of Information in Social Influence. In (262–263). Moscow.
- Tajfel, H. (1972). Introduction. In J. Israel, H. Tajfel (Eds.). *The context of social psychology*. London: Acad. Press.
- Tajfel, H., Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of intergroup relations* (7–24). Chicago.
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Ulanovskiy, A. M. (2009). Konstruktivizm, radikal'nyy konstruktivizm, sotsial'nyy konstruksionizm: mir kak interpretatsiya [Constructivism, radical constructivism, social constructionism: the world as an interpretation]. *Voprosy psikhologii*, 2, 35–45.

- Yadov, V. A. (1995). *Sotsiologicheskoye issledovaniye. Metodologiya. Programma. Metody* [Sociological research. Methodology. Program. Methods]. Samara.
- Yadov, V. A. (2007). *Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Opisaniye, ob'yasneniye, ponimaniye sotsial'noy real'nosti* [Sociological research strategy. Description, explanation, understanding of social reality]. M., Omega-L.
- Yanchuk, V. A. (2000). *Metodologiya, teoriya i metod v sovremennoy sotsial'noy psikhologii i persono-logii: integrativno-eklekticheskiy podkhod* [Methodology, theory and method in modern social psychology and personology: integrative-eclectic approach]. Minsk: Bestprint.
- Zankovskiy, A. N. (2012). V poiskakh novoy paradigmy organizatsionnoy psikhologii [In search of a new paradigm of organizational psychology]. *Vestnik MGOU. Seriya «Psikhologicheskiye nauki»*, 2, 120–129.
- Zhuravlev, A. L., Kornilova, T. V., Yurevich, A. V. (2012). *Paradigmy v psikhologii. Naukovedcheskiy analiz* [Paradigms in psychology. Science analysis]. M.: Institut psikhologii RAN.

Received 11.07.2019