

Круглов К.О. Психологічне аналізування структури соціального капіталу організації та особистості. Психологічні ресурси в умовах життєвої та суспільної кризи: соціальний та особистісний виміри / Колект. моногр. / наук. ред. О.Є. Блинова, відпов. ред. В.Ф. Казібекова.– Херсон : Вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2021. – С. 90–108. (364 с., 0,96 д.а.) ISBN 978-617-7941-22-3

**Костянтин Круглов**

*Аспірант кафедри загальної та соціальної психології*

Херсонський державний університет

[kruglov@universum.com.ua](mailto:kruglov@universum.com.ua)

## **ПСИХОЛОГІЧНЕ АНАЛІЗУВАННЯ СТРУКТУРИ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОСОБИСТОСТІ**

### **Вступ**

Проблема впливу соціально-психологічних чинників на соціально-економічний розвиток суспільства є надзвичайно важливою та досліджується порівняно нещодавно (Glaeser & Redlick, 2009; Татарко, Лебедева, 2009). Тому при дослідженні соціально-психологічних ресурсів економічного розвитку організаційної структури, слід розглянути цілісну систему соціально-психологічних чинників, що впливають як на добробут суспільства, певної організації, так і на суб'єктивне благополуччя окремого співробітника. У зв'язку з цим, важливим серед соціально-психологічних чинників є дослідження соціального капіталу певної організації та особистості.

При розгляді проблеми виявлено певну суперечність: високий рівень залученості людей до різних груп та організацій є важливими умовами соціально-економічного розвитку підприємства (Avey & Wernsin, 2008; Bowles, Gintis, 2002; Dale & Newman, 2010; Esser, 2008), проте висока соціальна активність потребує від особистості певних витрат на підтримку соціальних зв'язків, що не завжди є для неї сприятливим. Тому, актуальним є визначення системи соціально-психологічних чинників, що впливають на суб'єктивне благополуччя окремого співробітника, тобто є ресурсом його суб'єктивного

благополуччя. На наш погляд, найбільш значущими є ті соціально-психологічні відносини, які дозволяють особистості успішно адаптуватися у виробничому середовищі, та сприяють розвитку особистості та підприємства, тобто соціальний капітал особистості.

### **1. Наукові підходи до визначення соціального капіталу**

Теорію соціального капіталу представлено низкою концепцій, які стосуються різних аспектів даного феномену. Ці концепції не зводяться до єдиної теорії і можуть суперечити одна одній (Бурдьє, 2002; Коулмен, 2001). Слід відзначити, що більшість досліджень, які присвячені поняттю «соціальний капітал», належать до соціології та економіки (Андрущенко, 2013; Головаха, 2014; Семикіна, Волчкова, 2018). Категорія «соціальний капітал» виникла у соціології стосовно до сфери шкільної освіти (Л. Дж. Ханіфан, Дж. Коулман), потім ідеї розвивались у соціальній та педагогічній психології. Поняття «соціальний капітал» введено в науковий обіг соціологом Д. Коулменом та політологом Р. Патнемом (Коулмен, 2001; Putnam, 2000). «Соціальний капітал це традиції соціальної взаємодії, які передбачають норми взаємності та довіри між людьми, широке розповсюдження різного роду добровільних асоціацій та залучення громадян до політики заради вирішення суспільних проблем» (Свенцицкий, Почебут, Килошенко, Кузнецова, Марарица, Казанцева, 2009).

В соціології виділяють три підходи до аналізу соціального капіталу: на макро-, мезо- та мікрорівні. На *макрорівні* соціальний капітал є соціетальною характеристикою, яка відображає відповідність індивідуальної поведінки колективним очікуванням, забезпечується механізмами неформального соціального контролю та може сприяти колективним соціальним діям (Безпарточний, 2010). На *мезорівні* одиницями аналізу є соціальні мережі та соціальні спільноти; розглядається структура зв'язків, ресурси різних груп, мереж та організацій, механізми їх акумулювання, розподілу та обміну у межах соціальної мережі. На *мікрорівні* соціальний капітал представляється властивістю соціального актора та розуміється як сукупність реально та

потенційно існуючих ресурсів, які актор застосовує, користуючись членством у соціальних мережах (Безпарточний, 2010; Татарко, 2011).

Спираючись на таку класифікацію, можливо розглянути основні концепції соціального капіталу. З іменем Р. Патнема пов'язано розуміння соціального капіталу як характеристики суспільства в цілому (цит. за Почебут, 2011). На думку Р. Патнема, за аналогією з поняттями фізичного капіталу та людського капіталу – засобів та навичок, які покращують індивідуальну продуктивність, – соціальний капітал належить до характеристик соціальної організації, зокрема, до соціальних зв'язків, норм та довіри. Останні сприяють координації та співробітництву для взаємної користі. Таким чином, за Р. Патнемом, соціальний капітал утворюється із активних взаємозв'язків між людьми, у межах якого довіра та спільні цінності пов'язують членів мереж та спільнот та спрощують спільну діяльність. Формами соціального капіталу є соціальні норми, які інституціоналізовані у зразках домінуючої соціальної практики, довіра та людські взаємовідносини, які він називає «горизонтальними» зв'язками співпраці на відміну від «вертикальних» суспільних відносин ієрархії, підпорядкування та залежності (Блинова, Круглов, 2019; Блозва, 2016; Нестик, 2009; Ніздрань, 2016; Почебут, 2011; Татарко, 2011).

Соціальний капітал є основою добровільної співпраці між членами спільноти. Р. Патнем зауважує, що «добровільну співпрацю» легше підтримувати у спільноті, що має значні накопичення соціального капіталу у вигляді норм взаємності та мережі суспільної активності. Завдяки соціальному капіталу (нормам, цінностям, довірі) у суспільстві стверджуються певні зразки взаємодії, що підвищують ефективність функціонування соціальних інститутів. Отже, соціальний капітал в інтерпретації Р. Патнема є інтегральною соціальною характеристикою, яка охоплює рівень розвитку громадянської співпраці та здатності громадян до об'єднання, а також норми та цінності суспільних відносин, перш за все, взаємність та довіру (цит. за Татарко, 2011).

Важливою у поясненні концепцій групового соціального капіталу є систематизація механізмів соціального капіталу макrorівня А. Портеса та Дж. Сенсенбренера (цит. за: Безпарточний, 2010). Під соціальним капіталом ці автори розуміють очікування стосовно соціальної дії у межах колективу, що впливають на поведінку членів цього колективу. *Першим із механізмів формування* автори розуміють ціннісну орієнтацію, яка засвоєна акторами у процесі соціалізації. Ціннісна орієнтація стимулює поведінку, керуючись не тільки егоїстичними мотивами, а тому сприймається як ресурс.

*Друге джерело* соціального капіталу полягає в індивідуальній соціальній взаємодії. Це джерело соціального капіталу аналізували представники теорії обміну та раціонального вибору. Соціальна реальність у межах цих напрямів є серією трансакцій, у процесі яких відбувається обмін послугами, інформацією, позитивними та негативними підкріпленнями та іншими ресурсами. На відміну від ціннісної орієнтації, від індивідів не очікують, що вони будуть поводитися у відповідності до групової моралі. Вони мають дотримуватись певних правил заради досягнення особистих цілей (Лебедева, Татарко, 2007).

*Третім джерелом* соціального капіталу є обмежена солідарність. Мова йде про соціальну поведінку, яка зорієнтована на групу. Вона формується не із ціннісної орієнтації або індивідуальних взаємних обмінів, в із ситуативної реакції соціальної групи, яка стикається з певною спільною проблемою. Тобто члени групи дотримуються певних норм взаємної підтримки, що сприймається як ресурс (Лебедева, Татарко, 2007; Нестик, 2011; Семикіна, Волчкова, 2018).

Отже, основними джерелами формування соціального капіталу особистості є ресурси соціальних мереж, які пов'язані ціннісними орієнтаціями, довірою, соціальною взаємодією у межах спільної діяльності.

Останнім часом, як важливі чинники розвитку суспільства, розглядаються не тільки економічні та культурні, але й соціальні чинники, що відображають специфіку взаємовідносин людей у певних соціально-економічних умовах. У зв'язку з цим, поняття «капітал» інтерпретується більш широко, виділяються його різні форми. Наприклад, В. В. Радаєв виокремлює такі форми капіталу:

економічний, культурний, людський, соціальний, адміністративний, політичний, символічний (Радаев, 2002 : 124). Зараз існує достатня кількість визначень поняття «соціальний капітал»:

– сукупність актуальних або потенційних ресурсів, які пов’язані із наявністю міцних зв’язків, інституціоналізованих відносин знайомства та визнання (П. Бурд’є);

– ресурси, які люди отримують із специфічних соціальних структур та використовують, виходячи із власних інтересів (У. Бейкер);

– дружні контакти між колегами по роботі та більш широкі контакти, завдяки яким людина може використати свій фінансовий та людський капітал (Р. Барт);

– здатність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на основі свого членства у певній соціальній мережі або більш широкій соціальній структурі (А. Портес);

– «клей», який дозволяє мобілізувати додаткові ресурси відносин на основі довіри людей один до одного (М. Пелдем) (цит. за Социальный капитал личности..., 2014).

Таким чином, всі визначення соціального капіталу підкреслюють, що це є певним ресурсом, в який конвертуються відносини між учасниками соціальної взаємодії, що характеризуються взаємною відповідальністю, а також надійністю та довірою. Подібно до інших форм, соціальний капітал є продуктивним, сприяє досягненню певних цілей, досягти яких при його відсутності неможливо.

І. О. Бондаревська, В. О. Михайленко (Бондаревська, Михайленко, 2017), аналізуючи науковий підхід Н. Esser з колегами (Esser, 2008), відмічають, що вчений розрізняє соціальний капітал відносин і системний соціальний капітал. В соціальному капіталі відносин можна виділити три види: соціальний капітал положення, соціальний капітал довіри і соціальний капітал зобов’язань. До системного соціального капіталу Н. Esser відносить системний контроль, системну довіру і системну мораль. І. О. Бондаревська, В. О. Михайленко

зауважують, що соціальний капітал відносин і системний соціальний капітал відрізняються, принаймні, за одним важливим аспектом. «Актори можуть інвестувати в соціальний капітал відносин за допомогою індивідуальних дій, в той час як вони не можуть індивідуально інвестувати в системний соціальний капітал, оскільки в цьому випадку мова йде про колективну дію» (Бондаревська, Михайленко, 2017 : 20).

П. І. Блозва досліджує феномен соціального капіталу через взаємозв'язок з громадянською компетентністю та зауважує, що психологічним ресурсом соціального капіталу слід вважати стан соціальної групи, який характеризується концентрацією соціально-психологічних можливостей, використовуючи які, особа досягає поставлених власних чи групових цілей (Блозва, 2016).

Останнім часом поняття «соціальний капітал» викликає особливий інтерес у психологів, оскільки воно, як відмічає О. М. Татарко, «за своєю суттю є психологічним». Аналіз наукової літератури дозволив науковцю сформулювати таке визначення даного поняття: «соціальний капітал – основа, засіб та результат встановлення та збагачення відносин людини з іншими людьми, що проявляється в когнітивному, емоційному та поведінковому компонентах» (Татарко, 2011).

Т. О. Нестик вважає, що «соціальна психологія потребує введення поняття «соціальний капітал» як «загального, інтегративного позначення для сукупності різних групових характеристик, що відображають рівень соціальної інтеграції груп, організацій та суспільства. Жодне із традиційних понять соціальної психології, включаючи довіру, згуртованість, толерантність та багато інших категорій, цю роль виконати не може» (Нестик, 2009 : 54).

Л. Г. Почебут, Л. В. Марарица, А. Л. Свенцицкий розглядають соціальний капітал особистості та стратегії його накопичення та використання, відмічають його роль у соціальній мобільності (Почебут, Свенцицкий, Марарица..., 2014); дослідження Т. О. Нестика присвячено соціальному капіталу організації

(Нестик, 2009), П. М. Шихирєв визначав соціальний капітал через якість зв'язків між людьми (Шихирєв, 2003).

Таким чином, соціальний капітал може бути локалізованим на рівні індивіда, неформальної соціальної групи, формальної організації, спільноти, етнічної групи та нації, тобто соціальний капітал належить групі та може бути використаний групою або індивідами, які є членами даної групи.

## **2. Структура та характеристика основних компонентів соціального капіталу організації та особистості**

В структуру соціального капіталу для груп О. М. Татарко включає: довіру (міжособистісну, інституційну), толерантність до представників інших груп, громадянську ідентичність (її характеристики, наприклад, виразність та міра позитивності), сприйняття групами соціального капіталу суспільства (Татарко, 2011). О.Г. Михайловська виділяє довіру (як провідний індикатор соціального капіталу), соціальну згуртованість, позитивну та «сильну» групову ідентичність, толерантність (Михайловська, 2010). Т. О. Нестик в структурі соціального капіталу для організацій виділяє дві групи компонентів: змістовні та структурні (Нестик, 2009). До змістовних характеристик належать: рівень організаційної довіри, низка характеристик корпоративної культури, організаційна ідентичність, схильність співробітників до внутрішньоорганізаційної просоціальної поведінки, соціокогнітивні характеристики організації (опора у спільній діяльності на групові уявлення, наявність командних ментальних моделей), правила обміну та санкції за їх порушення. До структурних характеристик автор відносить: конфігурацію, сталість та тісноту соціальних мереж в організації, інтенсивність участі співробітників організації в неформальних спільнотах (Нестик, 2009).

I. Maderinskiene, J. Vasiliauskaite пропонують трикомпонентну структуру соціального капіталу: загальні норми, переконання, досвід, які підтримують соціальні мережі і заохочують співробітництво. Автори вважають, що окремо виділяти норми і переконання як самостійні компоненти, недоцільно, оскільки

норми, які не підкріплено загальними переконаннями, не будуть визнані усіма членами соціальної мережі. Третім компонентом є довіра (Maderinskiene & Vasiliauskaite, 2003).

Існує цілий ряд можливих варіантів розділення соціального капіталу, беручи до уваги його різні аспекти – залучені сторони, відносини, зв'язки між учасниками тощо. Одна із найбільш розповсюджених класифікацій, автором якої є Р. Д. Патнем, та яка пізніше була доповнена іншими дослідниками, ґрунтується на співвідношенні характеристик, створюючи дві або іноді три групи соціального капіталу (Свенцицкий, 2015; Татарко, 2011):

- поєднуючий (перехідний або капітал, що пов'язує) соціальний капітал ґрунтується на так званому «мостовому принципі» (bridg-ing social capital);

- згуртований, який заснований на принципі тісних зв'язків (bonding social capital);

- інституційний соціальний капітал надає суспільству можливість для більш тісної співпраці (linking social capital).

Ще один вид соціального капіталу – капітал, що заснований на слабких або сильних зв'язках (Kim & Aldrich, 2005). Сильні зв'язки надають більш інтенсивну форму підтримки. У більшості людей є дуже мало сильних зв'язків, які компенсуються низкою слабких зв'язків. Слабкі зв'язки мають низку переваг, у тому числі доступ до інформації, проте, такими зв'язками більш складно керувати.

Дослідники А. Л. Свенцицкий та Т. В. Казанцева вважають, що з метою різнобічного підходу до проблем соціального капіталу доцільно звернути особливу увагу на феномен соціального капіталу окремої особистості. На їх думку, мірилом такого капіталу виступає багатство соціальних зв'язків даної особистості. Якщо у тієї чи іншої людини є багато знайомих, які доброзичливо налаштовані до неї, то можна стверджувати, що людина має своєрідне багатство – соціальний капітал. Наявність такого капіталу передбачає можливість індивіда не тільки звернутися за допомогою, але й у певній спосіб підтримати того чи іншого учасника своєї соціальної мережі (Свенцицкий,



Казанцева, 2015). В їх дослідженні виділяється широка різноманітність тактик, які застосовуються людьми для накопичення свого соціального капіталу у повсякденній взаємодії з іншими. Отримана факторна модель соціального капіталу особистості відображає традиційне виділення двох орієнтацій особистості: на інших та на себе (Свенцицкий, Казанцева, 2015).

В роботах Л. Г. Почебут, А. Л. Свенцицького, Л. В. Марарици, Т. В. Казанцевої, І. В. Кузнецової соціальний капітал розглядається як результат долучення індивіда до системи соціальних зв'язків через механізми присвоєння соціального досвіду, цінностей, домінуючих у суспільстві культурних норм та соціальних ролей. Нормативно-ціннісна орієнтація виражає ставлення до соціального обміну як до самостійної індивідуальної та суспільної цінності, що є надбанням суспільства. Така логіка авторської інтерпретації соціального капіталу пов'язана із процесуальними та змістовими ефектами соціалізації особистості, зокрема, з тим, що відтворення засвоєного змісту соціального досвіду передбачає активність особистості в його перетворюванні та реалізації. Відтворення призводить не тільки до «збагачення» соціальних зв'язків та відносин, але й до просування особистості та суспільства в цілому на новий ступінь соціального розвитку (Почебут, Свенцицкий, Марарица, и др., 2014).

У дослідженні Л. Г. Почебут (Почебут, 2011) наведено аргументи, які свідчать про необхідність вивчення психологічного змісту соціального капіталу через сукупність міжособистісних зв'язків індивіда, актуалізація яких пов'язана із досягненням власних цілей. У цьому випадку міжособистісні відносини набувають інструментальної функції.

Суттєвий внесок у розробку проблеми соціального капіталу та його психологічної складової зроблено П. М. Шихиревим, згідно з яким соціальний капітал є якістю соціальних зв'язків. До ключових елементів соціальної мережі дослідником віднесено: суб'єкти взаємодії, відносно стійкі зв'язки, суб'єктивні оцінки цих зв'язків залежно від позиції у системі зв'язків, прийняті правила взаємодії (Шихирев, 2003).

Отже, для формування соціального капіталу необхідні три основних елементи – *соціальні мережі, спільні норми та довіра*, які разом створюють специфічну форму капіталу. І такий підхід притаманний багатьом дослідженням – дослідники відмічають його потрійну структуру: норми, довіру, мережі (Блинова, Круглов, 2019; Вінков, 2013; Bauernschuster, Falck & Hebllich, 2010; Kim & Aldrich, 2005). Ці елементи пов'язані один з одним: мережі є необхідними для передавання інформації, налагодження контактів, вони сприяють розповсюдженню норм взаємодії, норми та довіра укріплюють та сприяють розширенню мереж і контактів та зниженню трансакційних витрат при взаємодії.

Розглянемо послідовно зміст основних компонентів соціального капіталу.

*Соціальні мережі (комунікації)*. Ю. Е. Клейменова, аналізуючи функції спілкування, розглядає їх в контексті корпоративного соціального капіталу. На думку дослідника, спілкування в організації виконує низку функцій (Клейменова, 2016):

- інформаційно-комунікативна функція спілкування виражається у прийманні – передаванні інформації, вирішується питання кому і в якому обсязі надавати інформацію. Збільшення корпоративного соціального капіталу сприяє зняттю комунікативних бар'єрів, а тому – більш швидкому та повному проходженню інформації;

- регулятивно-комунікативна (інтерактивна) функція полягає у регуляції керівником поведінки підлеглих та у безпосередній організації їх взаємодії. Збільшення корпоративного соціального капіталу полягає у посиленні самостійного регулювання співробітниками власної поведінки завдяки усвідомленості та почуттю відповідальності за результат. Таким чином, у керівника немає потреби у постійному контролі за діяльністю співробітників, в їх санкціонуванні, а вивільнений час можна спрямувати на вирішення інших важливих виробничих завдань;

- афективно-комунікативна функція спілкування пов'язана з регуляцією емоційної сфери співробітників: відбувається або зближення емоційних станів,

або їх поляризація, взаємне посилення чи послаблення. Почуття взаємної довіри та симпатії між людьми сприяє покращенню результату комунікації (Блозва, 2016; Ніздрань, 2016; Свенцицкий, Казанцева, 2015).

Н. П. Козлова, розглядаючи корпоративні комунікації, звертає увагу на політику інформаційної відкритості організації, як чинник її успішності. (Козлова, 2011). У сучасних умовах успішною може бути тільки інформаційно відкрита компанія, до принципів якої належить: регулярність та оперативність надання інформації; доступність інформації для більшості зацікавлених осіб; достовірність та повнота змісту інформації; дотримання розумного балансу між відкритістю компанії та корпоративними інтересами.

Корпоративні комунікації відіграють важливу роль у формуванні іміджу та ділової репутації. По-перше, корпоративні комунікації надають можливість розповісти про успіх та потенціал компанії. По-друге, це основний засіб для позиціонування ідеального іміджу організації. І по-третє, це можливість показати корпоративній аудиторії, що діяльність компанії спрямована на підтримку цінностей, які є близькими до цієї аудиторії.

Успішна комунікативна політика організації має відповідати трьом принципам:

1. Достовірність. Кожний, хто виступає від імені компанії, розповсюджує достовірну інформацію, яка може бути підтвердженою.

2. Відкритість. Підтримуючи комунікації, організація демонструє свою суспільну значущість та відповідальність. Відмова вступати до комунікації може бути зумовлена тільки вимогою конфіденційності.

3. Динамічність. Комунікації сприяють розвиткові компанії, змушують відповідати часу, темпам ділової активності (Козлова, 2011).

На думку Т. О. Нестика, соціальний капітал організації має низку специфічних характеристик, на відміну від соціального капіталу малої групи. Зокрема, у малій групі соціальний капітал накопичується у міжособистісних стосунках, тоді як в організації основним носієм є міжгрупові відносини. У малій групі соціальний капітал ґрунтується на довірі до колег та до

безпосереднього керівника. Соціальний капітал організації спирається, перш за все, на організаційну довіру. В малій групі механізмом поєднання індивідуальних соціальних капіталів є міжособистісна атракція; в організації індивідуальні та групові соціальні капітали поєднують через організаційну ідентичність. Нарешті, для соціального капіталу малої групи характерними є: високий рівень довіри, сильні зв'язки, закрита та порівняно однорідна соціальна мережа. Навпаки, соціальному капіталу в організації властиві слабкі зв'язки, відкрита та різнорідна соціальна мережа (Нестик, 2009 : 54).

*Спільні норми (цінності).* Оскільки система цінностей перебуває в основі культури, то вона детермінує всю свідому поведінку індивіда. Саме цінності мотивують людей змінювати своє положення у суспільстві, оцінювати його та визначати належність до тієї або іншої групи. Ціннісні характеристики не тільки безпосередньо відображають погляди людей на існуючу ситуацію, але й опосередковано можуть виражати їх вимоги до змісту та тенденцій розвитку організації в цілому та свого професійного шляху (Грішнова, 2011; Блинова, Круглов, 2019; Круглов, 2020).

Слід відзначити, що явища та предмети дійсності є цінностями тільки тоді, коли їх необхідність та корисність не викликає сумнівів як для окремої людини, так і для колективу та суспільства. Без цінностей життя суспільства є неможливим, функціонування соціальної системи не змогло б зберігати спрямованість на досягнення групових цілей, а люди не змогли б отримувати від інших те, що є необхідним в особистісних та емоційних взаємовідносинах. У свою чергу, без єдиної системи цінностей організація не може успішно функціонувати та досягати успіху (Грішнова, 2011).

Система цінностей саме тоді буде позитивно впливати на ефективність діяльності організації, коли система цінностей окремих співробітників максимально збігається із системою цінностей організації. У свою чергу, організаційні цінності мають бути втілені у стратегію та місію організації та забезпечувати перспективи її розвитку. За результатами досліджень відомих американських вчених М. Хьюзлід, Б. Бекера та Р. Бітті, – «...стратегічний

спосіб мислення (ступінь розуміння співробітниками стратегії своєї фірми, повнота сприйняття цієї стратегії, а також рівень наявності відповідних компетенцій і бажання реалізувати цю стратегію) справляє суттєвий вплив на якість реалізації стратегії» (Хьюзлінд, Бекер, Бітті, 2007 : 141).

О. В. Харчишина вказує на те, що ефективність взаємодії організаційних та індивідуальних цінностей зумовлюється чотирма групами факторів: а) очікуваннями працівника відносно організації; б) індивідуальними цінностями; в) очікуваннями організації відносно працівника; г) характеристиками організаційної культури» (Харчишина, 2014 : 97). Очікування працівника щодо організації пояснюються усвідомленням здатності задоволення потреб у процесі роботи. Очікування організації щодо працівника передбачають оцінку його ціннісного ставлення до ключових моментів роботи, його поведінки, рівня кваліфікації, здатності до навчання, ставлення до праці та до інших людей, якості та ефективності виконання роботи. Індивідуальні цінності можуть як співпадати, так і суттєво відрізнятися від цінностей, які складають основу організаційної культури даного підприємства.

О. А. Грішнова вказує на важливість вивчення проблеми взаємозв'язку цінностей людини і цінностей організації, оскільки у будь-якій компанії «такі феномени як цінності, віра, культура, в тому числі культура відповідальності, з одного боку, формуються людьми (передусім керівниками, але не лише ними), а з іншого боку – мають глибинний і дуже сильний вплив на управління персоналом, навіть якщо вони не описані в документах, не оприлюднені на плакатах, не оголошуються на зібраннях і офіційних нарадах» (Грішнова, 2011 : 109). О. А. Грішнова відзначає, що за своїм предметним змістом особистісно-сміслова система цінностей у сучасних передових компаніях включає гордість за продукцію, якість праці і віру в людський потенціал працівників (Грішнова, 2011).

Отже, організаційні та індивідуальні цінності повинні бути взаємодоповнюваними і несуперечливими, в іншому разі організації будуть неефективними, а їх цілі – недосяжними. Організаційні цінності, які є

притаманними більшості співробітників, не можуть функціонувати без інших елементів групової взаємодії – норм поведінки та безпосередньо практик, які підтримують відтворення домінуючих цінностей організації, та засобів, за допомогою яких передаються цінності та норми іншим членам організації.

*Довіра.* Вивчення соціально-психологічних проблем довіри є актуальним для сучасної України. Формування громадянського суспільства, довіри людей один до одного, до державних інституцій та організацій є важливим завданням соціально-психологічної роботи у нашому суспільстві. Зараз активно вивчається така характеристика організаційної поведінки, як довіра та недовіра співробітника до організації. За визначенням А. Б. Купрейченко, «уявлення про ступінь, межі та норми довіри стосовно до різних категорій значущих для організації людей є частиною організаційної культури» (Купрейченко, 2008 : 440).

Поняття «довіра» є ключовим у концепції соціального капіталу Ф. Фукуями. На його думку, національний добробут та конкурентоздатність зумовлені такою єдиною всеохоплюючою характеристикою, якою є рівень довіри, що існує у суспільстві (цит. за: Свенцицкий, Казанцева, 2015). Довіра визначається як очікування постійної, чесною, орієнтованою на спільні цінності поведінки з боку інших членів спільноти, що виникає всередині цієї спільноти. Переважання довіри у суспільстві породжує соціальний капітал. Ф. Фукуяма підкреслює такі механізми відтворення соціального капіталу, як релігія та традиції, та вважає, що соціальний капітал відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що як правило, створюється та передається завдяки таким культурним механізмам, як релігія, традиції та звичаї (Андрущенко, 2013; Блозва, 2016; Круглов, 2020; Купрейченко А.Б., 2008; Семків, 2012, 2000).

Ф. Фукуяма визначає соціальний капітал як сукупність неформальних правил та норм, які приймаються членами групи, та дозволяють взаємодіяти один з одним. Якщо члени групи очікують, що їх колеги будуть поводитися надійно та чесно, вони довіряють один одному (цит. за: Свенцицкий, Казанцева, 2015). Довіра, як основний компонент соціального капіталу, дозволяє групі або

організації функціонувати більш ефективно, будь-яке суспільство має певний запас соціального капіталу, реальні відмінності між суспільствами зумовлені так званим «радіусом довіри», тобто корпоративні норми, чесність, взаємність можуть практикуватися стосовно до невеличких груп людей, не торкаючись інших членів того ж суспільства.

Вивчення довіри в організації вимагає врахування різних рівнів її дослідження та аналізування. Довіру розглядали науковці як компонент соціального капіталу (Блинова & Круглов, 2019; Наумкіна & Варинський, 2016), вивчали довіру у зв'язку із соціальними нормами суспільства, довіру представлено як ресурс у соціальній взаємодії (Стеценко, 2018). Виділяють такі рівні довіри: міжособистісний рівень, внутрішньогруповий рівень, міжгруповий рівень, організаційний рівень, зовнішньоорганізаційний рівень (Андрущенко, 2013; Головаха, 2014; Круглов, 2020; Купрейченко, 2008).

Довіра – це переконаність у щирості, чесності, добросовісності будь-кого. Завдяки довірі стає можливим побудувати відносини між людьми у суспільстві або у спільноті. Довіра має багато позитивних ефектів як індивідуальному, так і на груповому рівні. Люди, які вміють довіряти іншим, мають більш високий рівень психологічного благополуччя та психологічного здоров'я (Lindstrom, Mohseni, 2009). Таким людям легше встановлювати позитивні відносини з оточуючими (Guenzi, Georges, 2010). На макрорівні довіра пов'язана з економічними розвитком великих груп та спільнот, яке стає можливим завдяки виникненню та формуванню певних норм та правил взаємовідносин, які полегшують взаємодію між людьми у суспільстві.

На думку Т. О. Стеценко, слід виокремити два рівні довіри: міжособистісна довіра та довіра співробітників до організації як соціального інституту (як макрорівневий параметр) (Стеценко, 2011). За визначенням А. Б. Купрейченко, «міжособистісна довіра в організації є довірою, яка формується між конкретними представниками організації у процесі їх безпосередньої взаємодії. Міжособистісна довіра залежить від декількох чинників. По-перше, від особистісних характеристик суб'єктів, що

взаємодіють. По-друге, від наявності чи відсутності досвіду попередньої взаємодії. Працівник організації буде довіряти своєму колезі по роботі, якщо у них був сприятливий та позитивний для обох сторін досвід співпраці. Співробітник організації, який має більшу здатність довіряти іншим, краще будує свої відносини з колегами по роботі, менше реагує на невдачі, з меншими затратами та зусиллями досягає цілей» (Купрейченко, 2008 : 451).

А. Б. Купрейченко зазначає, що довіра та недовіра виконують багато значущих позитивних та негативних (деструктивних) функцій в регуляції життєдіяльності суспільства, соціальних груп та окремих людей. Основними соціально-психологічними *функціями* довіри та недовіри вони виділяють такі:

- пізнання та самопізнання;
- забезпечення взаємодії зі світом та захисту від небажаного впливу;
- забезпечення самоорганізації суспільства (у тому числі завдяки підтримці моральних основ та соціальних норм співпраці, взаємодопомоги, підтримки, згоди);
- формування та відтворення соціальних відносин та соціальної структури;
- самовизначення суб'єкта (прояв позиції суб'єкта по відношенню до різних соціальних категорій та об'єктів оточуючого світу, прагнення перетворювати себе, інших людей, навколишній світ, а також формування, захист, відтворення соціально-психологічного простору та Я-концепції особистості та ін.);
- оптимізація соціальної взаємодії;
- забезпечення емоційного комфорту (як наслідок прийняття, розуміння з боку інших людей);
- психологічна фасилітація (внаслідок саморозкриття);
- зниження рівня напруженості та стресу у відносинах (у тому числі внаслідок прояву агресивності у ситуації недовіри) (Купрейченко, 2007).

Феномен довіри достатньо широко вивчається у соціальній психології. В соціології довіра розглядається як «ядро» соціального капіталу. Довіра здатна



«накопичуватися» на соцієтальному рівні. Це накопичення успішного досвіду соціальних взаємодій може застосовуватися далі як соціальний ресурс, який, власне, і називають соціальним капіталом. Ресурс довіри надає більшій еластичності та стабільності для суспільства у період соціальних змін, проте він не є безмежним, його накопичення відбувається повільно, а ось розтратити можна швидко.

О. М. Татарко та А. Л. Свенцицький проаналізували зміст буденних уявлень щодо феномену довіри та виокремили зміст найбільш типових уявлень:

– довіра як оцінка – це якість ставлення до іншої людини, групи осіб або організації, в основі якої лежить їх оцінка як людей чесних, щирих тощо, тобто таких, що мають певні якості;

– довіра як процес передавання важливої інформації – це процес передавання іншій особі, групі осіб або організацій значущої інформації, таємниць, різних матеріальних цінностей, фінансів тощо при повній впевненості про нерозголошення або можливість повернення;

– довіра як поведінка – це якість поведінки стосовно до іншої людини, групи осіб або організацій, що характеризується опорою на них у роботі;

– довіра як груповий стан – це коротка психологічна дистанція між людьми, їх психологічна близькість один до одного (Лисенко, 2018; Татарко, 2014; Свенцицький, 2011)

Отже, соціальний капітал є сукупністю психологічних відносин, які можуть бути конвертованими в інші форми капіталу, або призводити до певних позитивних ефектів, наприклад, покращувати психологічне благополуччя особистості або сприяти більш успішній соціальній адаптації.

Аналіз інтерпретації концепції «соціальний капітал» дозволяє зробити висновок, що соціальний капітал можна розглядати як своєрідний ресурс, який проявляється та відтворюється через соціальні зв'язки, які ґрунтуються на взаємній довірі, спільних нормах та цінностях.

## **Висновки**

На основі теоретичного аналізу наукової літератури з проблеми соціального капіталу організації та особистості, ми дійшли таких висновків:

Встановлено, що соціальний капітал є сукупністю взаємозв'язків між людьми, які складають певну соціальну мережу, яка дозволяє користуватися матеріальними та нематеріальними ресурсами партнерів.

Під соціальним капіталом особистості розуміємо системно організований та збалансований ресурс соціально-психологічних відносин особистості із суспільством та своїм безпосереднім оточенням, що ґрунтується на довірі, та сприяє підвищенню суб'єктивного благополуччя та адаптованості особистості у певній організації та взагалі в соціумі.

Визначено, що соціальний капітал є феноменом, який тісно пов'язаний із спілкуванням та взаємодією. Основу соціального капіталу складають внутрішньогрупова згуртованість та внутрішньогрупова довіра, які збільшують продуктивність цілеспрямованої діяльності групи. .

Констатовано, що соціальний капітал виражається у системі соціальних зв'язків, у визнаних нормах взаємної відповідальності, відносинах довіри та розуміння, у правилах та переконаннях, що формуються у межах локальних спільнот, які сприяють більш ефективній діяльності індивідів та більшій сприйнятливості до інновацій. Основними компонентами у структурі соціального капіталу розглядають комунікації всередині групи, цінності та норми, довіру.

### **Список використаних джерел**

1. Андрущенко, Г. І. Стан та особливості існування людської довіри в умовах трансформації українського суспільства. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. праць*. Вип.55. Запоріжжя : Класич. приват. ун-т, 2013. С. 26–32.
2. Беспарточный, Б. Д. Концептуальные основы понятия «социальный капитал». *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 4. С. 1–7.

3. Блинова, О. Є., Круглов К. О. Значення соціального капіталу для психологічного благополуччя співробітників. *Інсайт: психологічні виміри суспільства : наук. журн.* Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2019. Вип. 1. С. 72–78.
4. Блинова Е. Е., Круглов К. А. Ценностные ориентации сотрудников с разным социальным статусом в организации. *Актуальные проблемы психологии личности и социального взаимодействия* : сб. науч. ст. / ГрГУ им. Я. Купалы ; редкол.: А. В. Ракицкая (гл. ред.), К. В. Гиль (зам. гл. ред.). Гродно : ГрГУ, 2019. С. 12–20.
5. Блозва, П. І. Чинники становлення соціального капіталу як психологічного ресурсу особистості [Електронний ресурс]. *Психологія і особистість*. 2016. № 2(2). С. 65–78. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psios\\_2016\\_2\(2\)\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psios_2016_2(2)_7)
6. Бондаревська І. О., Михайленко В. О. Психологічний аналіз соціального капіталу в контексті новинних медіа [Електронний ресурс]. *Науковий часопис національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 12 : Психологічні науки*. 2017. Вип. 5. С. 19-25. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu\\_012\\_2017\\_5\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_012_2017_5_5)
7. Бурдые, П. Формы капитала. *Экономическая социология*. 2002. № 5. С. 60–75.
8. Вінков, В. Ю. Соціально-психологічні особливості набуття молоддю соціального капіталу. *Вісник ОНУ. Сер. : Психологія*. 2013. Т. 18. Вип. 24. С. 62–69.
9. Головаха, Е. Введение: доверие в обществе и общество без доверия. *Общество без доверия* / Под ред. Е. Головахи, Н. Костенко, С. Макеева. К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2014. 338 с.
10. Грішнова, О. А. Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в системі соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. *Чернігівський науковий часопис Чернігівського державного інституту економіки і управління. Сер. 1 : Економіка і управління*. 2011. № 2. С. 109–116. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chnch\\_ekon\\_2011\\_2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chnch_ekon_2011_2_17)

11. Клейменова, Ю. Э. Влияние корпоративного социального капитала на карьеру в малом бизнесе. *Вестник университета*. 2016. № 7-8. С. 263–270.
12. Козлова, Н. П. Корпоративные коммуникации как фактор формирования имиджа и деловой репутации компании. *Управленческие науки*. 2011. № 1. С. 76–83.
13. Коулман, Дж. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 122–139.
14. Круглов К. О. Довіра як чинник соціально-психологічного клімату виробничого колективу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2020. Вип. 1. С. 139–145. DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2312-3206/2020-1-19>
15. Купрейченко А. Б. Психология доверия и недоверия. М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. 571 с.
16. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Ценности культуры и развитие общества. М. : Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007. 504 с.
17. Лисенко, Д. П. Довіра в предметному полі психологічних досліджень [Електронний ресурс]. *Проблеми сучасної психології*. 2018. Вип. 40. С. 196–208. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl\\_2018\\_40\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl_2018_40_18)
18. Михайловська, О. Г. Соціальний капітал як ресурс інститутів громадянського суспільства. *Гілея: науковий вісник*. 2010. Вип. 40. Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Gileya/2010\\_40/Gileya40/P3\\_doc.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_40/Gileya40/P3_doc.pdf)
19. Наумкіна, С. М., Варинський В. О. Місце довіри в системі соціального капіталу. *Актуальні проблеми політики*. Одеса, 2016. С. 57-65.
20. Нестик, Т. А. Социальный капитал организации: социально-психологический анализ. *Психологический журнал*. 2009. Т. 30, № 1. С. 52–63.
21. Ніздрань, О. А. Особливості зв'язку соціального капіталу осіб із низьким економічним статусом та їхнього психологічного здоров'я: аналіз результатів дослідження [Електронний ресурс]. *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2016.

№ 10/1(27). – С. 44–47. DOI: 10.15587/2313-8416.2016.81338. Режим доступу:  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/text\\_2016\\_10\(1\)\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/text_2016_10(1)_10)

22. Почебут, Л. Г. Психология общества и социальный капитал. *Вестник СПбГУ*. 2011. Сер. 12. Вып. 1. С. 18–25.
23. Почебут, Л. Г., Свенцицкий А. Л., Марарица Л. В., Казанцева Т. В., Кузнецова И. В. Социальный капитал личности : монография. М., 2014. 250 с.
24. Радаев, В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация. *Экономическая социология*. 2002. Т. 3, № 4. С. 20–32.
25. Свенцицкий, А. Л., Казанцева Т. В. Повседневное просоциальное поведение личности как накопление социального капитала. *Вестник СПбГУ. Сер. 12. «Психология. Социология. Педагогика»*. 2015. № 2. С. 45–55.
26. Семикіна, М. В., Волчкова Г. К. Соціальний капітал в умовах трансформації зайнятості : монографія. Кропивницький : Вид-во ТОВ «КОД», 2018. 296 с.
27. Семків, І. Ресурсний підхід до розуміння соціального капіталу в психології. *Проблеми сучасної психології*: зб. наук. праць Кам'янець-Поділ. нац. ун-ту імені Івана Огієнка, Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. Кам'янець-Подільський, 2012. Вип. 17. С. 501–511.
28. Стеценко Т. О. Довіра як соціальний ресурс: від теоретичної концептуалізації до пошуку механізмів практичного управління. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. Дніпро, 2018. Т. 21. № 7. С. 44-52.
29. Татарко А. Н., Лебедева Н. М. Социальный капитал: теория и психологические исследования : монография. М. : РУДН, 2009. 233 с.
30. Татарко А. Н. Социальный капитал как объект психологического исследования : монография. М. : МАКС Пресс, 2011. 174 с.
31. Харчишина, О. В. Роль організаційних цінностей у формуванні системи мотивації персоналу [Електронний ресурс]. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2014. Т. 19, Вип. 2(4). С. 96–100. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu\\_econ\\_2014\\_19\\_2\(4\)\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2(4)_21)

32. Хьюзлид, М., Б. Беккер, Р. Битти Оценка персонала: как управлять человеческим капиталом, чтобы реализовать стратегию; [пер. с англ.]. М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. 432 с.
33. Шихирев, П. Н. Природа социального капитала : социально-психологический подход. *Общественные науки и современность*. 2003. № 2. С. 17–32.
34. Avey J. B., Wernsing T. S., Luthans Fr. Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*. 2008. V. 44. № 1. P. 48–70.
35. Bauernschuster S., Falck O., Hebllich S. Social capital access and entrepreneurship. *Journal of economic behaviour and organisation*, Vol. 76, 2010, p. 821–833.
36. Bowles S., Gintis H. Social capital and community governance. *The Economic Journal*. 2002. V. 112. № 483. P. F419-F436.
37. Glaeser E. L., Redlick C. Social Capital and Urban Growth. *International Regional Science Review*. 2009. V. 32. № 3. P. 264–299.
38. Dale A., Newman L. Social capital: a necessary and sufficient condition for sustainable community development? *Community Development Journal*. 2010. Vol.45(1). P. 5–21.
39. Guenzi P., Georges L. Interpersonal trust in commercial relationships: Antecedents and consequences of customer trust in the salesperson. *European Journal of Marketing*. 2010. V. 44. № 1/2. P. 114–138.
40. Esser H. The two meanings of social capital. *The Handbook of Social Capital* / Ed. D. Castiglione, J.W. Van Deth, G. Wolleb. Oxford University Press, 2008. P. 22–49.
41. Kim P. H., Aldrich H. E. Social capital and entrepreneurship. *NOW publishers Inc.*, USA 2005, 52 p.
42. Maderinskiene I., Vasiliauskaite J. The impact of social capital for development. *New Trends of the Development of Industry*. 2003. P. 1–8.

43. Putnam R. Bowling alone : the collapse and revival of American community.  
N.Y., 2000. 546 p.