

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

РАФІКОВ ОЛЕКСАНДР РИМОВИЧ

УДК : 316.7:141.21]:378

**СОЦІАЛЬНИЙ ОПТИМІЗМ ЯК СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ
КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук**

Київ – 2018

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Київському університеті імені Бориса Грінченка.

Науковий керівник: доктор психологічних наук,
старший науковий співробітник,
Петрунько Ольга Володимирівна,
ВНЗ «Університет економіки та права
«КРОК», професор кафедри психології

Офіційні опоненти:

доктор психологічних наук, професор
Бондарчук Олена Іванівна,
Державний вищий навчальний
закладу «Університет менеджменту освіти» НАПН
України, завідувач кафедри психології управління

кандидат психологічних наук,
Шулдик Анатолій Володимирович,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини Міністерства освіти і науки
України, старший викладач кафедри психології

Захист відбудеться «11» грудня 2018 року о 13.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.130.02 ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» за адресою: 03113, м. Київ, вул. Табірна, 32, аудиторія 245.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» за адресою: 03113, м. Київ, вул. Табірна, 32.

Автореферат розіслано «9» листопада 2018 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат психологічних наук

Ю.О. Живоглядов

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Сучасні постіндустріальні суспільства створили умови для вільної конкуренції між організаціями в єдиному світовому просторі їх функціонування. Проте не всі ці суспільства виявилися готовими до нових реалій. Серед них і українське суспільство, для якого характерні кризові процеси в усіх сферах життя – соціальній, економічній, політичній, культурній, духовній тощо, що виявляються в руйнуванні традиційних і виникненні нових цінностей, нестабільності соціального життя, кризі управлінських еліт, освітніх систем, інститутів соціалізації тощо. Означені проблеми мають глобальний характер, а їх розв’язання потребує участі як індивідуальних (окремих осіб), так і групових суб’єктів соціального процесу (соціальних груп, організацій, професійних та інших спільнот, еліти, держави), суспільства в цілому. Однак у разі задавнення суспільної кризи активна участь цих суб’єктів, навпаки, зменшується, слабшає їх віра у можливість поліпшити ситуацію, «згортаються» і деформуються суспільні й міжособистісні комунікації, деформуються сприйняття світу і ставлення до нього, закріплюються стилі непродуктивної взаємодії з ним. І все це разом послаблює життєздатність суспільної системи.

Виходом з такої ситуації, на наш погляд, є формування в молоді під час здобуття вищої освіти, тобто в період її професіоналізації, нового типу мислення, заснованого на соціальному оптимізмі. Ми розглядаємо соціальний оптимізм як багатофункціональний феномен індивідуальної і групової свідомості, що постає (у т.ч. свідомо формується) у процесі соціалізації в середовищі, де соціальний оптимізм є одною з якісних його ознак. Для здобувачів вищої освіти цим середовищем є університет та його організаційна культура. Організаційна культура, заснована на соціальному оптимізмі (як одному з базових її складових), є умовою формування відповідного феномену в свідомості студентів, а також позитивного іміджу університету загалом.

Одним із векторів навчально-виховної діяльності сучасних вишів в Україні і світі є розвиток у студентів дослідницького й інноваційного мислення, для якого, за В. Кременем, характерні здатність до сприйняття й усвідомлення змін та успішне функціонування в умовах змін, у вирі нових знань, ідей, технологій. Як вважають Б. Ананьєв, Л. Виготський, І. Кон, О. Петрунко, Л. Подоляк, В. Юрченко та інші, студентський вік є сензитивним періодом для розвитку основних особистісних і соціальних потенцій особистості: формування професійних, світоглядних і громадянських якостей майбутнього фахівця; стабілізації мотиваційно-ціннісної сфери; розвитку основ професійної творчості; формування настанов на позитивне ставлення і активне включення до своєї організації, суспільного життя, світу в цілому. А це потребує від них, як від учасників соціального процесу, особистісної стабільності й зрілості.

Не випадково в соціальній та організаційній психології набувають дедалі більшої актуальності дослідження, присвячені особистісній цілісності та адаптаційним можливостям людини, що значною мірою гарантовані низкою інтегральних її якостей, до яких належить, зокрема, і її оптимізм стосовно себе в світі, подій у власній країні, свого місця у них. Це зазначають дослідники в

різних галузях науки: у філософії, політології, соціології, психології тощо (Дж. Гілхем, А. Маслоу, К. Петерсон, Я. Чапінські, О. Бричков, М. Варій, С. Кримський, К. Муздибаєв, Н. Паніна, С. Виготський, С. Рубінштейн, А. Терещенко, П. Фролов та багато інших). Чимало дослідників розглядають оптимізм у соціальному вимірі, а саме – як соціальний оптимізм, і аналізують його як: потужний соціально-психологічний ресурс людини і соціуму; механізм, що виконує світоглядну, мотиваційну, регулятивну, аксіологічну та інші функції; елемент свідомості, що характеризує належно сформовану, «зрілу» світоглядну і соціальну позицію особистості; чинник розвитку й активності людини у світі; багатофункціональний соціально-психологічний феномен, що врегульовує стосунки між людьми в групах, спільнотах, організаціях (Л. Абрамсон, Ч. Карвер, Д. Майєрс, М. Селігман, Дж. Тісдейл, М. Шейєр, Ш. Боташева, О. Грішин, Т. Духіна, Л. Кесельман, К. Муздибаєв, Д. Цирінг, Р. Юнацкевич, Є. Головаха, Є. Копатько, Н. Паніна).

Актуальність досліджень соціального оптимізму у просторі сучасної організаційної психології та актуальні потреби як організаційно-психологічної практики (у т. ч. у сфері освіти) включають до порядку денного аналіз феномену соціального оптимізму в структурі організаційної культури університету. Цим і зумовлено вибір теми цього дисертаційного дослідження – «Соціальний оптимізм як складова організаційної культури сучасного університету».

Об'єкт дослідження – феномен соціального оптимізму.

Предмет дослідження – соціальний оптимізм як складова організаційної культури сучасного університету.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертаційного дослідження є складовою теми Інституту людини Київського університету імені Бориса Грінченка (2015 – 2017 рр.) «Особистість в умовах суспільних трансформацій сучасної України» (державний реєстраційний номер 0116U002960) та комплексної науково-дослідної теми «Психологічні проблеми професійної підготовки та самореалізації фахівців різних галузей практики» (номер державної реєстрації 116U007507), що виконувалася на кафедрі психології Університету економіки та права «КРОК».

Мета і завдання дослідження: теоретично обґрунтувати та експериментально дослідити феномен соціального оптимізму як складову організаційної культури сучасного університету та знайти шляхи його формування засобами внутрішньоуніверситетської комунікації.

Відповідно до мети поставлено такі **завдання дослідження:**

1. Проаналізувати наукові уявлення про феномен соціального оптимізму та можливості його формування, представлені у фаховій літературі.
2. Розробити концепцію формування соціального оптимізму як складової організаційної культури сучасного університету.
3. Емпірично дослідити уявлення про соціальний оптимізм як складову організаційної культури сучасного університету, наявні у свідомості викладачів і студентів.

4. Розробити концепцію формування соціального оптимізму засобами внутрішньоуніверситетської комунікації.

Методи дослідження. Для досягнення мети і розв'язання завдань дослідження використано комплекс теоретичних та емпіричних методів:

теоретичні: аналіз, синтез, узагальнення, порівняння, класифікація, моделювання для розкриття системної сутності досліджуваної проблеми, пояснення структури і зв'язків між окремими її складниками, розробки концептуальної та емпіричної моделей дослідження соціального оптимізму як складової організаційної культури сучасного університету;

емпіричні: 1) констатувальний експеримент та опитувальні техніки (фокусовані інтерв'ю, бесіди, анкетування) для: а) вивчення уявлень студентів про соціальний оптимізм та особливостей динаміки цих уявлень у ситуаціях експериментального впливу; б) відтворення семантичного простору опису соціального оптимізму студентами та викладачами; в) виявлення кореляційних зв'язків між уявленнями студентів і викладачів вишів про соціальний оптимізм як складову корпоративної культури університету; 2) метод семантичного диференціалу для відтворення імпліцитних моделей соціального оптимізму в свідомості студентів; 3) експертне опитування для відтворення уявлень про соціальний оптимізм у свідомості експертів;

методи математичної статистики: 1) методи узгодження змін (коефіцієнт рангової кореляції Спірмена та коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона) для виявлення кореляційних зв'язків між показниками соціального оптимізму та складовими корпоративної культури); 2) методи оцінки статистичної значущості відмінностей (U-критерій Манна-Уїтні та t-критерій Стьюдента) для: а) оцінки значення відмінностей у групах досліджуваних з різним рівнем соціального оптимізму; б) виявлення відмінностей суб'єктивних показників соціального оптимізму; 3) факторний аналіз для відтворення імпліцитних моделей соціального оптимізму;

методи якісного аналізу даних (контент-аналіз та інтерпретація) для відтворення систем уявлень про соціальний оптимізм у свідомості експертів та інтерпретації результатів факторного аналізу.

Обробку даних виконано за допомогою комп'ютерного пакета статистичних програм SPSS – версія 22.0.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що

Уперше:

- визначено соціальний оптимізм як нову якість індивідуального оптимізму, що еволюціонує внаслідок дії стихійних чинників й у результаті цілеспрямованих впливів і репрезентована в індивідуальній та груповій свідомості як система стійких соціальних уявлень, переконань та настанов (імпліцитних моделей світу), за допомогою яких інтерпретується соціальна дійсність і прогнозується близьке й віддалене майбутнє;

- сформульовано уявлення про соціальний оптимізм як складову організаційної культури сучасного університету, що виконує низку функцій: а) посилює психологічну сумісність його членів; б) покращує соціально-психологічний клімат; в) посилює ефективність інших складових організаційної

культури університету; г) є чинником успішного розвитку та позитивного іміджу університету на ринку освітніх послуг;

- реконструйовано імпліцитну модель соціального оптимізму, репрезентовану у свідомості студентів, та розроблено концепцію формування соціального оптимізму засобами внутрішньоуніверситетської комунікації.

Уточнено та поглиблено наукові уявлення про:

- оптимізм як соціально-психологічний феномен, що має еволюційно різні рівні розвитку (індивідуальний і соціальний);
- можливості емпіричного дослідження соціального оптимізму як: 1) феномена індивідуальної та колективної свідомості; 2) складової корпоративної культури сучасного університету.

Подальшого розвитку набули уявлення про:

- соціальний оптимізм як феномен організаційної психології;
- структуру організаційної культури сучасного університету та методологічні й методичні основи її вдосконалення.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що вони можуть бути корисні методистам, викладачам, психологам для формування ними соціального оптимізму як складової організаційної культури сучасного університету з метою оптимізації діяльності його суб'єктів та підвищення конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг через навчально-виховну діяльність і внутрішньоуніверситетські комунікації. Ці результати було апробовано в системі оптимізації навчання студентів Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського (довідка про впровадження № 09/16-8-12-27 від 19.12.2017), Національної академії Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького (акт про впровадження від 18.12.2017), Київського університету імені Бориса Грінченка (довідка про впровадження № 181-н від 24.11.2017).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є одноосібно виконаною науковою працею. Наукові розробки і рекомендації, що характеризують наукову новизну, отримано автором самостійно.

У статтях «Соціальний оптимізм як психологічний механізм ціннісної взаємодії з референтним оточенням» та «Імпліцитна модель соціального оптимізму у свідомості студентів: досвід емпіричної реконструкції», що опубліковані спільно з О.В. Петрунко, автору належить по 50 % тексту.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження було презентовано на щорічних звітах кафедри практичної психології Інституту людини Київського університету імені Бориса Грінченка, III Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів, молодих вчених і фахівців у галузі психології «Актуальні питання сучасної психології» (20 травня 2016 р., м. Суми), V Щорічній Всеукраїнській науково-практичній конференції «Дослідження молодих учених у контексті розвитку сучасної науки» (9 квітня 2015 р., м. Київ), VI Щорічній Всеукраїнській науково-практичній конференції «Дослідження молодих учених у контексті розвитку сучасної науки» (21 квітня 2016 р., м. Київ), VI Міжнародній науково-

практичній інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації» (15-16 серпня 2015 р., м. Переяслав-Хмельницький).

Публікації. Основні положення дисертаційного дослідження відображено у 8 одноосібних наукових працях та 2 наукових працях у співавторстві з науковим керівником, із яких 3 – у наукових фахових виданнях у галузі психології та 3 – у наукових виданнях, зареєстрованих у міжнародних наукометричних базах даних.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (310 найменувань) і 10 додатків. Основний зміст роботи викладено на 161 сторінці друкованого тексту. Робота містить 5 таблиць та 20 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, охарактеризовано стан розроблення проблеми, визначено об'єкт, предмет, мету, завдання, описано методологічні основи і методи дослідження, представлено наукову новизну та практичне значення роботи, подано відомості щодо апробації й упровадження результатів дослідження, описано структуру та обсяг дисертації.

У **першому розділі «Теоретичні основи дослідження соціального оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету»** висвітлено загальні концептуальні положення щодо вивчення соціального оптимізму як соціально-психологічного феномену і важливої складової корпоративної культури сучасного університету. Феномени індивідуального та соціального оптимізму співвіднесено й охарактеризовано в процесі їхнього історичного еволюціонування у філософському, соціологічному та соціально-психологічному дискурсах, показано апіорну соціальну природу індивідуального оптимізму та процес поставання останнього саме як соціального феномену в процесі соціалізації особистості.

Акцентовано увагу на тому, що в системі наукового знання проблема оптимізму має давній і сталий міждисциплінарний статус і віддавна є предметом вивчення наук про людину і суспільство, насамперед філософії, педагогіки, соціології, психології, де цей феномен розглядається у філософському, соціокультурному, релігійному, соціальному, глибинно-психологічному, соціально-психологічному й інших аспектах. Зазначено, що в літературі з психології найвиразніше представлено два основні підходи до пояснення й вивчення оптимізму: диспозиційна концепція оптимізму (Ч. Карвер, М. Шейер та інші); концепція оптимізму як атрибутивного стилю особистості (М. Селігман, К. Петерсон й інші). Однак ці концепції досить обмежено екстраполюються на соціальний аспект життя окремих індивідів та на життєдіяльність і функціонування групових соціальних суб'єктів (малих і великих соціальних груп, людських спільнот, організацій, соціумів).

З огляду на це, ми пропонуємо розглядати соціальний оптимізм як нову якість особистого оптимізму, що формується внаслідок впливу стихійних та

організованих соціальних впливів і репрезентована в індивідуальній та груповій свідомості як система уявлень та настанов, за допомогою яких інтерпретується соціальна дійсність і прогнозується близьке й віддалене майбутнє. Соціальний оптимізм спрямований у соціум і реалізується в соціальному житті. Носіями соціального оптимізму є окремі індивіди (як представники певних соціальних груп, спільнот, організацій), і це відкриває можливості для емпіричних вимірювань та реконструювання моделей соціального оптимізму, характерних для різних соціальних груп і спільнот. А розвиток цього феномену залежить від того, наскільки індивідуальні й групові соціальні суб'єкти включені в соціальне життя, від якості їхніх соціальних зв'язків, соціального досвіду, активності як у горизонтальній (на рівні референтних груп і близького соціального оточення), так і у вертикальній (на рівні урядових і неурядових соціальних інститутів, у т. ч. і освітніх, інших соціальних утворень) площинах.

Перед сучасними освітніми системами, в т. ч. університетами – як освітніми організаціями найвищого рівня, особливо гостро постало питання про конкурентоздатність та ефективне функціонування в умовах глобального і динамічного світу, а відтак і про пошук відповідних оптимізувальних важелів. Як один із таких важелів розглядають корпоративну культуру університету з притаманною їй організаційною структурою. Структурні елементи корпоративної культури, як їх описано в літературі з організаційної психології, є відносно сталими і поділяються на дві групи. До першої групи належать організаційно-ділові складові: ідеологія або система ідей, стратегій діяльності й розвитку, завдань, цілей, переконань, норм, цінностей тощо, що офіційно прописані керівництвом організації; нормативно-діловий обмін або система інструкцій, нормативних приписів і домовленостей, що регулюють поведінку учасників організації та їхні відносини з іншими суб'єктами соціального простору, в якому організація функціонує; норми організаційної комунікації; імідж організації або засоби, за допомогою яких організація позиціонує себе серед інших, а також транслює і передає власну організаційну культуру. Друга група представлена соціально-психологічними складовими, до яких належать соціально-психологічні комунікації, у т. ч. міжособистісні і міжгрупові внутрішньоорганізаційні відносини, етичні принципи, традиції, легенди і міфи, що поділяються більшістю; психологічний клімат (загальна ділова та психологічна атмосфера, що панує в організації), а також соціальний оптимізм (система уявлень членів організації групи щодо соціальної реальності і власної ефективності в умовах цієї реальності «тут і тепер» та в майбутньому).

Припускається, що соціальний оптимізм – це не лише світоглядна парадигма, модель світобачення, а й стиль і спосіб соціальної комунікації між людьми як членами соціальних груп та організацій (М. Певзнер, А. Ширін), а, отже, він може бути духовною основою організаційної культури університету, здатною консолідувати його членів навколо ідеології відкритого університету, досягнення спільних цілей, виконання спільних організаційних завдань. На нашу думку, соціальний оптимізм як складова корпоративної культури університету є досить поліфункціональним, і саме тому постає питання про

формування корпоративної культури, заснованої на базових положеннях і принципах соціального оптимізму.

На основі теоретичного аналізу фахової наукової літератури розроблено теоретичну модель становлення соціального оптимізму, де враховано такі ідеї: соціальний оптимізм виникає й формується на основі успадкованого і набутого у ранньому дитинстві природного оптимізму («базової довіри до світу», за Е. Еріксоном); він апіорі має соціальну природу і «розгортається» під дією соціальних впливів у процесі соціалізації індивіда та набуття ним соціального досвіду залежно від того, як індивід оцінює й інтерпретує цей досвід. Це відбувалось як завдяки зовнішньому впливу, так і завдяки вже власному досвіду. Настанови дозволяють аналізувати будь-яку подію або явище на трьох рівнях: рівні локусу-контролю; стабільності та глобальності. Це дозволяє приймати індивіду на основі цього аналізу рішення про те, яку стратегію подолання або взаємодії із ситуацією слід прийняти у цьому випадку. Вищеописана модель є поглибленою теоретично на основі концепції теорії атрибутивних стилів М. Селігмана (рис. 1).

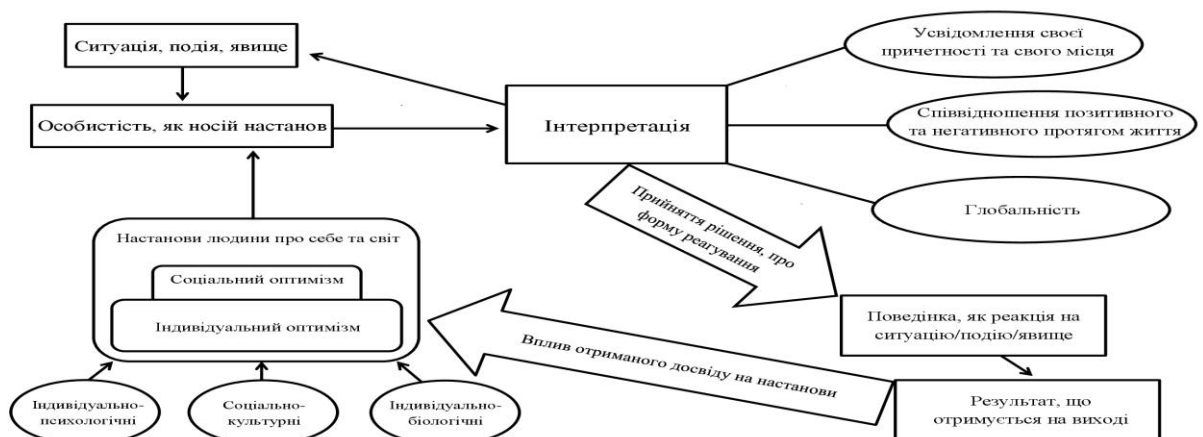


Рис. 1 Теоретична модель становлення соціального оптимізму

У цій моделі враховано: 1) компоненти оптимізму, зокрема, в основі її лежить розуміння соціального оптимізму як людського світосприйняття соціального світу, а також стратегій і способів дій у ньому; 2) чинники його формування, що діють від народження і упродовж соціалізації індивіда в умовах різних соціалізувальних інститутів; 3) можливості його формування і корекції засобами внутрішньоорганізаційної (університетської) комунікації.

У другому розділі «Емпіричне дослідження соціального оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету» представлено загальний дизайн та програму емпіричного дослідження соціального оптимізму, означено етапи дослідження, обґрунтовано систему діагностичного інструментарію та формування вибірових сукупностей. У розділі також: 1) наведено результати здійсненого констатувального експерименту з виявлення динамічних властивостей соціального оптимізму студентів;

2) відтворено імпліцитні моделі соціального оптимізму, наявні у свідомості студентів; 3) узагальнено уявлення про соціальний оптимізм у свідомості експертної спільноти; 4) емпірично досліджено та проаналізовано соціальний оптимізм у структурі організаційної культури університету.

Емпіричне дослідження складалося з: 1) підготовчого етапу або етапу дослідження якісно-змістових вимірів соціального оптимізму як соціально-психологічного феномену і відповідного світоглядного конструкта, що у певний спосіб репрезентований у свідомості його носіїв; 2) основного етапу або етапу застосування системи обраних методів, дослідження уявлень про соціальний оптимізм та реконструювання імпліцитних й експліцитних моделей цього феномену, що існують у свідомості студентів та викладачів; 3) етапу аналітично-узагальнювального, тобто етапу систематизації отриманих емпіричних даних, їх кількісного і якісного аналізу, емпіричної верифікації цих даних (у т. ч. перевірки на статистичну значущість), зіставлення даних щодо уявлень студентів та уявлень експертів стосовно феномену соціального оптимізму як чинника корпоративної культури сучасного університету та пошуку точок дотику, які можуть стати відправними у формуванні соціального оптимізму в освітній організації; 4) формувально-перетворювального етапу, на якому в методологічному та методично-прикладному планах показано можливі стратегію і тактику формування в студентів і викладачів соціального оптимізму як чинника корпоративної культури сучасного університету, а також наведено розроблену автором систему технологій з формування соціального оптимізму засобами внутрішньоуніверситетської комунікації.

У констатувальному експерименті, запровадженому на основному етапі дослідження, взяли участь: 1) 362 студенти третього та четвертого курсів віком від 19 до 23 років (напрями підготовки: «Психологія», «Практична психологія», «Соціальна педагогіка»), які навчалися в Київському університеті імені Бориса Грінченка, у ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» та Миколаївському державному університеті імені В.О. Сухомлинського»; 2) 39 викладачів: із них 15 докторів психологічних наук та 23 кандидати психологічних наук зі спеціальностей «загальна психологія; історія психології»; «соціальна психологія; психологія соціальної роботи»; «педагогічна та вікова психологія», «організаційна та економічна психологія», яких ми кваліфікували як експертів.

Під час експерименту було з'ясовано: 1) у студентів і викладачів сформовані певні системи суб'єктивних уявлень про соціальний оптимізм та способи його суб'єктивної оцінки; 2) ці уявлення є досить сталими і не піддаються ситуаційним впливам із застосуванням традиційних переконувальних засобів (лекції, дискусії з експериментатором), емоційних засобів (медіавпливи, перегляд кінострічки, уривки з фільмів), інтерактивних засобів (фокусовані інтерв'ю, групові дискусії, ділова гра); 3) упродовж усього експерименту не було зафіксовано статистично значущих змін в уявленнях досліджуваних про власний соціальний оптимізм та його рівень (з 10-бальною шкалою) під впливом зовнішніх стимулів (за U-критерієм Манна-Уїтні).

Наступним кроком було дослідження змісту та способу організації уявлень про соціальний оптимізм у свідомості студентів за допомогою

розробленого автором семантичного диференціалу з дотриманням базових положень експериментальної психосемантики. Головне з цих положень полягає в такому: імпліцитні соціальні уявлення (про світ, його суб'єкти і себе серед них) існують у свідомості їхніх носіїв як певна множина відносно автономних когнітивно-емоційних та когнітивних конструктів, які можуть бути досліджені за допомогою спеціальних дослідницьких процедур (зокрема методів експериментальної психосемантики і математико-статистичного аналізу). Отже, це дає змогу для емпіричної реконструкції теорій «здорового глузду» (імпліцитних моделей світу), що відображають соціальну дійсність у свідомості індивідів, соціальних груп і спільнот (Дж. Келлі, Дж. Брунер, Р. Тагіурі, В. Петренко, О. Петрунько, Д. Позняк, П. Фролов, О. Шмельов).

Для запровадження методу семантичного диференціалу (на першому його етапі) було відтворено семантичний простір опису (дискурс ознак) соціального оптимізму, за яким він свідомо чи несвідомо «упізнається» його носіями. Частина цього дискурсу диференціюється і розпізнається досить добре (це так звані експліцитні уявлення) і належно вербалізується респондентами в ході бесіди та збору емпіричних даних. Інша частина диференціюється значно гірше (це уявлення імпліцитні, неявні, до певного часу приховані не експліковані). Останні, попри те, що вони неусвідомлені і нерефлексовані, відіграють не меншу роль у сприйнятті соціального оптимізму і мають значні пояснювальні та прогностичні можливості.

У нашому дослідженні семантичний простір опису соціального оптимізму первинно містив понад 200 характеристик. Як продемонстрували результати вимірювань, найбільш кількісно і якісно навантаженими (такими, важливе значення яких найчастіше відзначають респонденти) є такі дескриптори: позитивне мислення (60,8%), почуття гумору (60,8%), толерантність (56,9%), активність (54,9%), довіра (54,9%), самовдосконалення (54,9%). Натомість найменше виокремлюються такі дескриптори: змога вмотивовувати (35,3%), критичне мислення (35,3%), пошук позитивного (35,3%), лібералізм (35,3%), емоційна стабільність (35,3%), прагнення до справедливості (35,3%), низька тривожність (31,4%), сильна нервова система (31,3%) та адекватна оцінка власних можливостей (29,4%).

Після здійснення контент-аналізу було виокремлено 53 показники, які найкраще цей простір репрезентують. Ці показники (як дескриптори) і було покладено в основу власне семантичного диференціалу. Таким чином студенти мали оцінити 53 основні параметри (кваліфікаційні ознаки) соціального оптимізму за класичною 5-бальною шкалою. Для виявлення базових смислових параметрів відтвореного семантичного простору опису соціального оптимізму було, як і належить у такому разі, здійснено процедуру факторного аналізу, що є одним із найефективніших методів структурування отриманих семантичних просторів і реконструювання імпліцитних моделей соціальних явищ (у цьому разі соціального оптимізму), наявних у свідомості учасників дослідження (студентів). Здійснений факторний аналіз дав змогу виокремити шість факторів, що репрезентують шість смислових параметрів, на яких ґрунтуються уявлення студентів про соціальний оптимізм, і вичерпують 68% загальної дисперсії

ознак. Усі ці фактори є статистично значущими (за критерієм Кайзера-Мейєра-Олкіна = 0,766 – прийнятна адекватність):

1-й, найбільш навантажений фактор (внесок у сумарну дисперсію – 31%), інтерпретовано як фактор суб'єктності. Цей фактор утворено дескрипторами, які презентують характеристики, що становлять ядро особистості, їхнім виміром слугує сила особистості. Можливо, ця характеристика лежить в основі соціального оптимізму і може бути пов'язана з такою описаною вище дефініцією, як трансценденція (під трансценденцією розуміємо переконання і дії, які переважають можливості особистості). Тож в уявленнях студентів соціальний оптимізм притаманний особам, які здатні переходити на вищий рівень побудови взаємин зі світом. Ці взаємини можуть супроводжуватися діями, що виходять за рамки буденного сприйняття.

2-й фактор (внесок у сумарну дисперсію – 10%.) інтерпретовано як фактор активності. У цьому факторі поєднані дескриптори, які характеризують рухливість та діяльність соціального оптимізму. Таке поєднання найскоріше свідчить про те, що активність як форма діяльності та відносин із світом є однією з ключових в емпіричній моделі соціального оптимізму.

3-й фактор (внесок у сумарну дисперсію – 9%.) був інтерпретований як фактор позитивного мислення. Перелічені якості відповідають уявленням про соціальний оптимізм як настанову на пошук позитивних моментів та переживань у цьому житті, завдяки чому життя сприймається соціальними оптимістами доцільним, радісним, щасливим, перспективним. У працях Ш. Х. Боташевої це описано як позитивне очікування від майбутнього.

4-й фактор (внесок у сумарну дисперсію – 7%) інтерпретовано як фактор самооцінки. Отриманий фактор поєднує дескриптори, які відповідають за оціночне ставлення особистості до себе, що в результаті виражається як висока самооцінка. Тут також існує відповідність: між фактором високої самооцінки та впевненістю (за даними Ш. Х. Боташевої).

5-й фактор (внесок у сумарну дисперсію – 7%.) інтерпретовано як фактор довіри до світу. Перераховані характеристики слугують уявленню про те, що соціальний оптиміст більш відкритий до зовнішнього світу та до того нового досвіду, який можливо отримати у цьому світі. Відкритість до світу, як відомо, є одним із факторів так званої «великої п'ятірки».

6-й фактор (внесок у сумарну дисперсію – 4%.) був інтерпретований як фактор стресостійкості (як опозиція нейротизму). Цей фактор поєднує в собі дескриптори адаптивного характеру. Разом із першим фактором він доповнює образ сильної та незалежної особистості, яка має ресурси для самозбереження. Нейротизм, так само як і відкритість до світу, також є у складі вже згадуваної «великої п'ятірки», і це є важливим уточненням.

Отже, в уявленнях опитаних студентів соціальний оптимізм насамперед пов'язаний із активністю, енергійністю, прагненням до самовдосконалення і самоактуалізації, відкритістю і довірою до світу, цікавістю до світу, впевненістю у собі, впевненістю у майбутньому (у майбутньому своєї країни), націленістю на майбутні успіхи, високою самооцінкою, гармонією з собою і світом, поліпшенням якості життя, а також із позитивним мисленням.

Презентована цими факторами модель соціального оптимізму дає підстави для подальших формувальних впливів із метою підвищення рівня соціального оптимізму членів організації і організації загалом.

Аналіз уявлень про соціальний оптимізм, характерних для представників експертної спільноти (докторів і кандидатів соціальних та психологічних наук), показав, що основними дефініціями, якими користуються експерти для тлумачення соціального оптимізму, є: 1) соціальний оптимізм як основа для світосприйняття (31% усіх експертів); 2) соціальний оптимізм як віра і засноване на ній позитивне сприйняття світу, причому віра і позитивне сприйняття насамперед пов'язані з майбутнім (26%); 3) соціальний оптимізм як цілеспрямованість, досвід, успішна діяльність (17%). Результати обробки відповідей експертів представлено на рисунку 2:

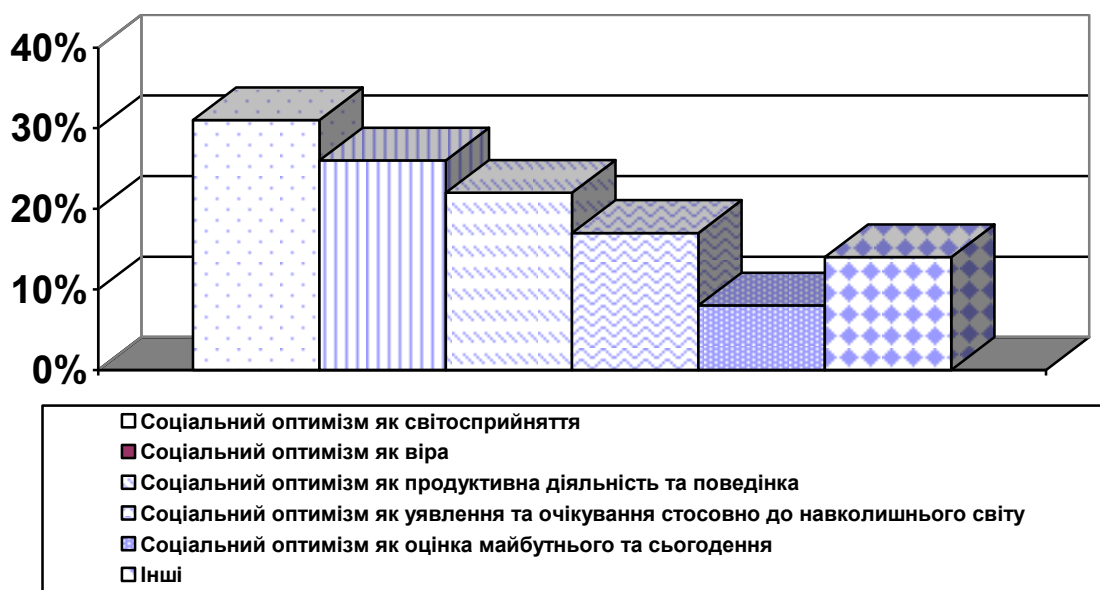


Рис. 2. Дані контент-аналізу уявлень експертів про соціальний оптимізм

За результатами експертного опитування виокремлено чотири наскрізні групи чинників соціального оптимізму: оптимістична корпоративна ідеологія та соціальна підтримка у межах самої організації; включення та особиста адаптаційна активність членів організації з облаштування індивідуального і соціального буття; позитивні очікування від своєї роботи, засновані на попередньому позитивному досвіді та саморефлексії; відповідність особистих і спільних цілей членів організації, які виявляються на трьох організаційних рівнях: середовищному (фізичний і соціальний світ) (35% усіх відповідей); індивідуально-психологічному (внутрішньому) (50% усіх відповідей); комунікативному рівні (рівні комунікації між ними) (15% усіх відповідей). Це наводить на думку про те, що для максимальної ефективності початку змін в організаціях необхідна переорієнтація, у першу чергу, на зміну соціального клімату, який сприяв би створенню й підтримці досвіду переживання соціального оптимізму, його поширенню й укоріненню, що сприятиме підвищенню продуктивності, конкурентоздатності організації.

Після отримання даних щодо організації уявлень про соціальний оптимізм у свідомості студентів і викладачів (як репрезентантів експертної спільноти), виокремлення ключових змістових параметрів соціального оптимізму й підтвердження сталості наявних уявлень в умовах повсякденних випадкових впливів було здійснено емпіричне дослідження з метою підтвердження основної гіпотези про ключову роль соціального оптимізму як соціально-психологічної складової організаційної культури сучасної освітньої організації (університету). Для цього нами було розроблено анкету, яка містила 11 оцінних шкал. Перша шкала слугувала для вимірювання суб'єктивної оцінки респондентами рівня власного соціального оптимізму за десятибальною шкалою (10 балів означали максимальне вираження оптимізму, а 1 бал – його відсутність). На основі даних за цією шкалою респонденти були поділені нами на дві групи: 1) ті, чий соціальний оптимізм високий (8 – 10 балів); 2) ті, чий соціальний оптимізм низький (5 балів і нижче). Наступні 10 шкал репрезентували визначені нами в ході теоретичного аналізу та емпіричного дослідження складові організаційної культури сучасного університету, серед яких: 1) корпоративні цінності та норми; 2) усвідомлення ролі кожного члена організації в загальному організаційному процесі; 3) норми і правила поведінки; 4) консолідованість, згуртованість колективу; 5) усвідомлення мети і цілей організації (університету); 6) якісна комунікація між суб'єктами навчального процесу; 7) наявність і використання корпоративної символіки; 8) позитивний психологічний клімат; 9) соціальний оптимізм; 10) високий рівень організації навчального процесу та інформаційно-ділового обміну.

За даними кореляційного аналізу, усі ці показники пов'язані між собою статистично значимими позитивними кореляційними зв'язками, що дає підстави стверджувати таке: 1) покращення будь-якого з цих показників у процесі формувальних впливів призводитиме до усвідомлення значення (і, відповідно, покращення) інших показників організаційної культури; 2) рівень усвідомлення ролі показників організаційної культури призводитиме до зростання соціального оптимізму в організації; 3) зростання суб'єктивних показників соціального оптимізму в носіїв організаційної культури призводитиме до зростання якості організаційної культури в цілому.

Як показав кореляційний аналіз, соціальний оптимізм має позитивний кореляційний взаємозв'язок з більшістю показників організаційної культури. Зокрема було виявлено статистично значимі позитивні кореляційні зв'язки між рівнем соціального оптимізму і такими показниками організаційної культури, як: 1) корпоративні цінності та норми поведінки (0,234 при $p \leq 0,05$); 2) консолідованість, згуртованість колективу (0,228 при $p \leq 0,05$); 3) наявність і використання корпоративної символіки (0,234 при $p \leq 0,05$); 4) соціальний оптимізм як складова організаційної культури (0,290 при $p \leq 0,01$).

Важливу роль соціального оптимізму як складової організаційної культури підтверджують і дані стосовно усвідомлення і оцінки ключових показників організаційної культури сучасного університету респондентами з високим і низьким рівнем соціального оптимізму (таблиця 1).

Таблиця 1. Оцінка ключових показників організаційної культури сучасного університету респондентами з неоднаковим рівнем соціального оптимізму (за допомогою U - критерію Манна-Уїтні).

Ключові показники організаційної культури	Оцінки респондентів з високим рівнем соціального оптимізму (N=33)	Оцінки респондентів з низьким рівнем соціального оптимізму (N=32)
1. Консолідованість, згуртованість колективу	8,06*	7,03*
2. Усвідомлення мети і цілей університету	7,94*	6,47*
3. Якісна комунікація між суб'єктами навчального процесу	8,85*	7,59*
4. Наявність і використання корпоративної символіки	7,11*	5,84*
5. Високий рівень організації навчального процесу та інформаційно-ділового обміну	8,55*	7,52*

Примітка: * – $p \geq 0,001$.

Таким чином за результатами емпіричного дослідження соціального оптимізму як одного з базових елементів організаційної культури сучасного університету можна констатувати таке: 1) навіть ті носії організаційної культури, які оцінюють свій соціальний оптимізм як високий і мають про нього певні імпліцитні уявлення, неналежно усвідомлюють його місце і роль у життєдіяльності організації, і це потребує належної уваги і певних формувальних зусиль; 2) навіть тими респондентами, чий соціальний оптимізм є суб'єктивно високим, недооцінюється значення таких важливих показників організаційної культури, як наявність і використання корпоративної символіки та корпоративні цінності і норми; 3) відсутня статично достовірна різниця між рівнями оцінки соціального оптимізму таких показників організаційної культури, як: консолідованість, згуртованість колективу; усвідомлення мети і цілей університету; якісна комунікація між суб'єктами навчального процесу; наявність і використання корпоративної символіки (респонденти з високим рівнем соціального оптимізму краще усвідомлюють і вище оцінюють значення цих показників); 5) використані в анкеті для опитування показники соціального оптимізму корелюють між собою, а отже, можна стверджувати, що: 1) як зростання суб'єктивного рівня соціального оптимізму в носіїв організаційної культури призводитиме до покращення окремих її показників, так і покращення будь-якого з цих показників призводитиме до покращення інших показників організаційної культури, в т. ч. і соціального оптимізму, в окремих її носіїв та в організації в цілому; 2) соціальний оптимізм є не лише складовою корпоративної культури університету, а й – у разі належного рівня його сформованості – він є ефективним поліфункціональним чинником не тільки з розвитку цієї культури, а й, як можна припустити, і з підвищення конкурентоздатності сучасного університету на ринку освітніх послуг.

У третьому розділі «Формування соціального оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету» проаналізовано особливості уявлень студентів про соціальний оптимізм у структурі корпоративної культури сучасного університету та з'ясовано, що ці уявлення є досить ригідними і переважно імпліцитними, проте у разі застосування спеціальних методів вони досить легко активуються і можуть бути придатними для інтерпретації подій у світі та у своїй організації. В умовах організаційної комунікації ці уявлення зіставляються з уявленнями інших членів організації, «поділяються» з ними, «притираються» і цілком піддаються корекції в напрямі погодження і консолідації. Вони набувають спільного змісту, стають колективними моделями дійсності й поведінки в умовах цієї дійсності.

На підставі опрацювання теоретичної та двох емпіричних (наявних у свідомості студентів та експертів) моделей соціального оптимізму можна стверджувати, що для більшості носіїв організаційної культури (зокрема студентів і викладачів) характерні: 1) імпліцитні уявлення про структуру та окремі елементи корпоративної культури сучасного університету, серед яких присутній як один із цих елементів соціальний оптимізм; 2) уявлення про соціальний оптимізм як про можливий чинник подолання соціальних викликів, ефективність якого обумовлена особливим стилем інтерпретації подій та оптимістичними уявленнями про власну роль у цьому.

Уявлення про соціальний оптимізм як чинник організаційної культури можуть бути кориговані та навіть радикально змінені за допомогою спеціально розробленої системи соціально-психологічних технологій. Це відбувається завдяки тому, що організації є «близьким» соціальним світом для тих, хто до них належить, і саме в умовах внутрішньоорганізаційної комунікації соціальний оптимізм (відповідні думки, емоції, дії і взаємодії) можуть формуватися якнайуспішніше. Тож системні впливи з формування відповідних систем уявлень про переваги соціального оптимізму можуть бути цілком успішними.

Виходячи з цього, розроблено та обґрунтовано концепцію формування соціального оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету засобами внутрішньоуніверситетської комунікації, а також систему технологій соціально-психологічного впливу з метою ефективного формувального впливу. Ця концепція ґрунтується на таких положеннях:

1. Соціальний оптимізм – набір відносно стійких соціальних уявлень, настанов і цінностей, наявних у свідомості їхніх носіїв як індивідуальні і групові імпліцитні моделі світу, які можуть бути експліковані й кориговані.

2. Ці моделі можуть самоактуалізуватися в певних ситуаціях, а також за допомогою спеціальних засобів актуалізації, що реалізуються як система соціально-психологічних технологій формувального впливу: інформаційних, рефлексивних (збагачення рефлексії), інтерактивних (мозковий штурм, фокусовані інтерв'ю), акціональних (дослідження дією, надання повноважень, розвиток спроможностей, рольові та ділові ігри), перформативних (соціодрама, психодрама) та інших.

3. Інструментом реалізації системи означених технологій є комунікація, спеціально організована і заснована на засадах соціального оптимізму, лише за

цих умов спільний досвід застосування, «вправлення» у соціальному оптимізмі вироблятиметься якнайуспішніше. В умовах організаційної комунікації, тобто обміну інформацією, емоціями, інтеракціями, ці індивідуальні і групові моделі можуть «інтегруватися», «притиратися», «коригуватися», набувати спільного змісту. І, відповідно, вони стають не тільки особистісно значущими для членів організації, а й спільними для певних груп осіб і організації загалом.

4. Система технологій із формування соціального оптимізму має впроваджуватися на всіх рівнях внутрішньоуніверситетської та міжуніверситетської комунікації: міжколегіальному; адміністративно-управлінському; педагогічно-виховному (викладач – студент); студентських груп; психологічних служб закладів освіти.

Система відповідних заходів може бути ефективною за умови їхньої реалізації на всіх рівнях внутрішньоуніверситетської комунікації, а також за умови ефективних зв'язків із іншими суб'єктами суспільного процесу (іншими університетами й організаціями, суспільством загалом). Отже, формування соціального оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету та корекція уявлень про нього передбачають системне застосування усієї множини соціально-психологічних технологій та залучення якомога більшої кількості соціальних суб'єктів із позитивним досвідом соціального оптимізму. За таких умов соціальний оптимізм, імовірно, може стати базовим елементом і поліфункціональним чинником корпоративної культури сучасного університету, а також чинником його успішного розвитку та позитивного іміджу на ринку освітніх послуг.

ВИСНОВКИ

У дисертації представлено теоретичне узагальнення і вирішення наукової проблеми дослідження оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету.

1. Соціальний оптимізм визначено нами як нову, соціальну якість індивідуального оптимізму, яка формується внаслідок впливу стихійних та організованих соціальних впливів і репрезентована в індивідуальній та груповій свідомості як система уявлень та настанов, за допомогою яких інтерпретується соціальна дійсність і прогнозується близьке та віддалене майбутнє.

2. Як складова організаційної культури університету соціальний оптимізм посилює психологічну сумісність його членів (психологічна сумісність – соціально-психологічний показник згуртованості групи, що виражає можливість безконфліктного спілкування і погодження дій індивідів в умовах спільної діяльності), покращує соціально-психологічний клімат (соціально-психологічний клімат – це якісний аспект міжособистісних відносин, що виявляється у сукупності внутрішніх і зовнішніх умов успішного її функціонування і розвитку), посилює ефективність інших складових організаційної культури.

3. Як емпірично доведено, соціальний оптимізм є досить сталим психічним утворенням, що використовується як ресурс із упередження і подолання труднощів світоглядно-свідомісного і соціально-комунікативного

характеру, і є надзвичайно актуальними для теорії і практики індивідуальних та масових соціальних комунікацій. Уявлення носіїв соціального оптимізму про цей феномен є неналежно актуалізованими і переважно імпліцитними. Проте за допомогою спеціальних процедур реконструювання, розроблених у школах експериментальної когнітивної психології та експериментальної психосемантики, вони можуть бути актуалізовані, відтворені й експліковані у вигляді моделей, цілком придатних для інтерпретації змісту соціального оптимізму та визначення підстав для його формування.

4. Відтворена нами модель соціального оптимізму, наявна у свідомості студентів, ґрунтується на шести смислових осях: 1) особистісна суб'єктність; 2) соціальна активність; 3) позитивне мислення; 4) висока самооцінка; 5) відкритість і довіра до світу; 6) стресостійкість (як опозиція нейротизму). Ці показники соціального оптимізму досить вдало експлікують цей не надто усвідомлений студентами феномен і можуть скласти основу для відповідних соціально-психологічних впливів із його формування.

5. Формування соціального оптимізму як складової корпоративної культури сучасного університету має ґрунтуватися: 1) на усіх відомих членам організації уявленнях про цей феномен; 2) на застосуванні системи відомих інформаційно-комунікативних, рефлексивних, інтерактивних та інших технологій впливу; 3) на залученні до цього процесу всіх соціально активних суб'єктів на всіх рівнях внутрішньоуніверситетської комунікації. Лише за цих умов існує можливість розвитку необхідних компетентностей, за допомогою яких особистість інтерпретуватиме себе та світ навколо себе у ключі соціального оптимізму.

Перспективи подальших досліджень соціального оптимізму та можливостей його формування вбачаємо у розробці й обґрунтуванні: 1) практично придатних концепцій формування соціального оптимізму в умовах сучасного університету та перевірка їх на ретестову надійність; 2) робочих, у т.ч. тренінгових, програм із формування соціального оптимізму засобами внутрішньоуніверситетської комунікації; 3) технологій формування соціального оптимізму в умовах конкретних освітніх закладів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Соціальний оптимізм як чинник організаційної культури сучасного університету / О. Р. Рафіков / Правничий вісник Університету «КРОК». – Вип. 25. – К., 2016. – С. 234-240.

2. Соціальний оптимізм як психологічний механізм ціннісної взаємодії з референтним оточенням / О. Р. Рафіков, О. В. Петрунько // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Том VI: Психологія обдарованості. – Випуск 12. Київ-Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. – 2016. – С. 170–179.

3. Імпліцитна модель соціального оптимізму у свідомості студентів: досвід емпіричної реконструкції / О. Р. Рафіков, О. В. Петрунько // Проблеми політичної психології: збірник наукових праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2016. – Вип. 4 (18)). – С. 213-226.

Публікації у виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз:

4. Вивчення уявлень студентів про соціальний оптимізм за допомогою констатувального експерименту / О. Р. Рафіков // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2016. – Вип. 3. – С. 99-103.

5. Соціальний оптимізм у дослідженнях соціологів та соціальних психологів / О. Р. Рафіков // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2015. – Вип. 3-4. – С. 78-81.

6. Соціальний оптимізм як чинник конкурентоздатності організації: оцінка експертів / О. Р. Рафіков // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2017. – Вип. 1. – С. 65-68.

7. Уявлення студентів про соціальний оптимізм / О. Р. Рафіков // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2016. – Вип. 1. – С. 65-68.

Матеріали виступів на наукових конференціях:

8. Теоретичні основи вивчення соціального оптимізму / О. Р. Рафіков // Дослідження молодих учених у контексті розвитку сучасної науки : матеріали V щоріч. Всеукраїнської наук.-практ. конференції 9 квітня 2015 р. м. Київ / Міністерство освіти і науки України, Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, Благодійний фонд сприяння освіти імені Бориса Грінченка. – Київ, 2015. – С. 288-293.

9. Оптимізм у дослідженнях студентства / О. Р. Рафіков // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. – Переяслав-Хмельницький, 2015. – Вип. 6. – С. 38-40.

10. Переконавання як передумова виникнення соціального оптимізму / О. Р. Рафіков // Дослідження молодих учених у контексті розвитку сучасної науки: матеріали VI щоріч. Всеукраїнської наук.-практ. конференції 21 квітня 2016 р. / Міністерство освіти і науки України, Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, Благодійний фонд сприяння освіти імені Бориса Грінченка. – К.: Київ, 2015. – С. 122-128.

АНОТАЦІЯ

Рафіков О. Р. Соціальний оптимізм як складова організаційної культури сучасного університету. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. – Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК», Київ, 2018.

Сформульовано визначення соціального оптимізму як соціально-психологічного феномену організаційної психології та означено можливі рівні його аналізу.

Здійснено теоретичний та емпіричний аналіз соціального оптимізму як складової організаційної культури сучасного університету, що посилює психологічну сумісність його членів; покращує соціально-психологічний клімат; посилює ефективність інших складових організаційної культури університету; є чинником успішного розвитку та позитивного іміджу університету на ринку освітніх послуг.

Представлено результати авторського дослідження уявлень студентів про соціальний оптимізм. Реконструйовано імпліцитні моделі соціального оптимізму у свідомості студентів. Досліджено уявлення про соціальний оптимізм експертів та викладачів вишів.

Закладено методологічні та методичні основи для створення програм із формування соціального оптимізму як складової організаційної культури сучасного університету.

Ключові слова: оптимізм, соціальний оптимізм, імпліцитні та експліцитні моделі соціального оптимізму, організаційна культура.

АННОТАЦИЯ

Рафиков А. Р. Социальный оптимизм как составляющая организационной культуры современного университета. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.10 – организационная психология; экономическая психология. – Высшее учебное заведение «Университет экономики и права «КРОК», Киев, 2018.

Сформулировано определение социального оптимизма как социально-психологического феномена организационной психологии и обозначены возможные уровни его анализа.

Осуществлен теоретический и эмпирический анализ социального оптимизма как составляющей организационной культуры современного университета, которая усиливает психологическую совместимость его членов; улучшает социально-психологический климат; повышает эффективность других составляющих организационной культуры университета; является фактором успешного развития и положительного имиджа университета на рынке образовательных услуг.

Описаны результаты авторского исследования представлений студентов о социальном оптимизме. Реконструированы имплицитные модели социального оптимизма в сознании студентов. Проанализированы представления о социальном оптимизме экспертов и преподавателей вузов.

Заложены методологические и методические основы для создания программ по формированию социального оптимизма как составляющей организационной культуры современного университета.

Ключевые слова: оптимизм, социальный оптимизм, имплицитные и эксплицитные модели социального оптимизма, организационная культура.

SUMMARY

Rafikov O. R. Social optimism as a component of organizational culture of a modern university. -Manuscript.

Thesis for a candidate degree in psychological sciences, specialty 19.00.10 - organizational psychology; economic psychology. - University "University of Economics and Law" KROK ". - Kyiv, 2017.

The theoretical and empirical analysis of the problem of social optimism as a component of the organizational culture of the modern university is carried out. Social optimism appears as a new social quality of individual optimism, which is formed as a result of the influence of spontaneous and organized social influences, and is represented in individual and group consciousness as a system of representations and guidance to interpret social reality and to predict a close and distant future.

The theoretical model of the social optimism establishment was drafted according to theoretical analysis of the professional scientific literature. It has such ideas: social optimism is formed and arises based on a legacy and natural optimism gained in early childhood ("the base confidence in world"; it has social nature a priori and "unfolds" under the effect of social influences in socialization individual's process, and in gaining him the social experience depending of him interpretation and assessment of this experience. It was happening as due to external influence, on the one side, and due to the own experience, on the other. Guidance allows to analyse any event or phenomenon on three levels: locus of control; stability, and global. It helps person to choose the right decision based on this analysis about strategy of overcoming or interaction with situation that needs to be accepted in this case.

According to the experiment, the idea of own social optimism level among research participants was stayed almost constant and it was not conditional on factors used during the experiment as well. Therefore, we suppose that social optimism is a quite stable mental formation that allows person to use it as a resource of prevention and overcoming difficulty of world outlook, consciousness, social, and communicate nature. In addition, social optimism is an extremely relevant for the theory and practice of individual and mass social communications.

The picture of social optimism among its holders is improperly mainstreamed and mainly implicit. However, with the aid of special procedures of reconstructing that were elaborated at schools of experimental cognitive psychology and experimental psychosemantic, it may be updated, reproduced, and explicated as the models pretty appropriated for interpretation the social optimism meaning and for definition of the social optimism forming reasons.

Based on the factor analysis results there were defined components that compose the model of social optimism in students' consciousness. It is built on the six point axes: 1) personal identity; 2) social activity; 3) positive thinking; 4) high self-evaluation; 5) openness and confidence in world; 6) stress management (as opposition to neurotism). During the content-analysis (of social optimism visions among the college professors) processing, majority of the experts considers social optimism as a positive world perception, the belief in abilities to make this world

better, the belief in success and people happiness in their home country. In this case, the positive perception, or belief are related primarily with the future. The factors of social optimism are grouped by the experts: 1) internal that means the factors of person inner world and mostly formed in childhood; 2) external, including the factors of physical and social world, gained in socialization process; 3) the aspects of social and communicative competence that define quantitative and qualitative indicators of social interaction actors communication. The latter are the active communication with social world; cooperative effort for its improving; social mobility; optimization of interaction with members of their organization and its external environment; personal, social and communicative tolerance etc. – define the instrumental power of social optimism and comprise a strong resource of its forming.

The common features and differences between the theoretical model of social optimism and empirical counterparts are revealed, which is expressed in the fact that the theoretical model takes into account more the ability to reflect and understand their own experiences and states. In addition to this, the foundations for creating models and corrective programs of social optimism as part of the corporate culture of the modern university are done.

Key words: optimism, social optimism, implicit and explicit models of social optimism, organizational culture.