

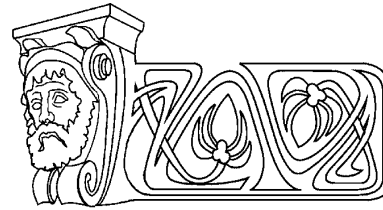


УДК 159.922.4

КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ В КРОСС-КУЛЬТУРНОЙ ПСИХОЛОГИИ

И.Е. Гарбер

Институт дополнительного профессионального образования
Саратовского государственного университета
E-mail: garbereli@msn.com



В статье рассмотрены организационные аспекты формирования международных команд исследователей кросс-культурной психологии в Интернете. Для работы с ключевыми словами предложен метод, включающий элементы ассоциативного теста и обратного перевода, структурного подхода Ж.-К. Абрика и методологического инструментария П. Верже.

Ключевые слова: командообразование, кросс-культурная психология, Интернет, организационные аспекты психологического кросс-культурного исследования, ассоциативный тест, обратный перевод, структурный подход Ж.-К. Абрика, методологический инструментарий П. Верже.

Team Building in Cross-Cultural Psychology

I.E. Garber

Organizational aspects of international researchers' team building in Internet in cross-cultural psychology are considered. For dealing with key words a method including elements of association task and backward translation, Abric's structural approach and Vergès's methodological tools is suggested.

Key words: team building, cross-cultural psychology, Internet, organizational aspects of psychological cross-cultural research, association task, backward translation, Abric's structural approach, Vergès's methodological tools.

Командообразование (team building) – термин, используемый, как правило, в бизнесе и спорте для описания процесса и совокупности технологий, направленных на улучшение результатов работы коллектива и основанных на исследованиях З. Фрейда, У. МакДугалла, К. Левина и др. В качестве средств достижения этой цели рассматриваются воспитание *командных игроков*, способных эффективно сотрудничать с другими членами команды и ставящих общие интересы выше личных, и *командного духа* (team spirit) – чувства сплоченности, доверия друг к другу, лояльности по отношению к команде, принадлежности к образу «Мы».

Г. Топчик выделил 10 шагов формирования новой команды в организации: заручиться поддержкой руководства, определить цель команды, установить временные рамки, отобрать ее членов, проанализировать их

возможности, разделить общую цель между членами команды, дать ей имя, сформулировать миссию команды и ее цели, определить ее основные функции, установить командные нормы¹.

Актуальность изучения организационных аспектов кросс-культурных исследований для России обусловлена ее длительной изоляцией от международного сообщества, имевшей как позитивные, так и негативные последствия. С одной стороны, сложилась самобытная психологическая школа, лидерами которой были И.П. Павлов и В.М. Бехтерев, Л.С. Выготский и А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и Б.Г. Ананьев, А.Р. Лурия и Н.А. Бернштейн и многие другие. Безусловно, она продолжила бы свое развитие, если бы не распад СССР.

С другой стороны, в словарь, содержащий сведения о 500-х ученых, внесших значительный вклад в развитие психологии между 1600 и 1967 гг., включено только девять представителей СССР², а в рейтинге журналов по психологии импакт-факторы «Психологического журнала» и «Вопросов психологии» близки к нулю, в то время как у ведущих международных журналов они превосходят десять пунктов.

Сегодня Россия от критики наукометрических методов, применяемых на Западе, переходит к разработке национальной информационной инфраструктуры науки и образования. По заданию Федерального агентства по науке и инновациям, в 2005 г. начата работа по созданию Российского индекса научного цитирования. Он нужен для объективной оценки деятельности научно-образовательных организаций, научных коллективов и отдельных исследователей, а также периодических изданий.



Цель данной работы состоит в изучении проблемы формирования и функционирования в Интернете на неформальной основе международных команд исследователей кросс-культурной психологии. Ее подъем связан как с внешними (процессом глобализации), так и внутренними причинами (желанием избавиться от этноцентризма). Итоги работы подведены в монографиях³, однако они не содержат обсуждения организационных аспектов проведения кросс-культурных исследований. Единственное исключение – *межкультурный тренинг* – рассматривается как средство снижения *культурного шока* и улучшения межкультурных взаимоотношений в командах⁴.

Информационные технологии, Интернет облегчают формирование международных команд исследователей на неформальной основе в кратчайшие сроки без финансирования. Инициаторами их создания, как правило, выступают известные ученые, предложившие концепцию и апробировавшие ее на национальном уровне или небольшом количестве стран. Представленный ниже анализ основан на личном опыте участия в семи международных творческих коллективах. Выборка проектов невелика, однако позволяет описать некоторые тенденции, которые в дальнейшем могут подвергнуться эмпирической проверке.

Важнейшим ресурсом командообразования является *международная известность, репутация психолога в данной области*. Иногда к нему добавляются *финансовый* (исследовательский грант, государственный или частный заказ) и/или *административный* (директор центра, президент национальной психологической ассоциации) ресурсы, но они не являются обязательными. Руководитель проекта, как правило, имеет ядро команды, состоящее из сослуживцев по университету или исследовательскому центру, соавторов, но может начинать «с нуля», поскольку к работе привлекаются квалифицированные специалисты из разных стран, члены профессиональных сообществ, гарантирующих их компетентность.

Для сбора данных, если это возможно, привлекаются студенты и аспиранты. На-

пример, в проекте, посвященном патерналистскому стилю лидерства, автор привлек к работе 95 анкетеров-студентов, опрашивавших респондентов в различных организациях частного сектора. Без их участия, использования их личных связей было бы невозможно в ограниченные сроки добиться репрезентативности выборки (единицей опроса служили ответы менеджера и трех его непосредственных подчиненных, взаимно оценивавших друг друга). В случае общности интересов практикуется переход из одной команды в другую. Так, команда проекта «Love of Money» («Любовь к деньгам») почти в полном составе вошла в команду «Paternalistic Leadership» («Патерналистский стиль лидерства»), руководитель проекта «Social Representations of Competition» («Социальные представления о конкуренции») рекомендовала автора в команду «World History Representations» («Представления о мировой истории»). Особую роль играет специалист по математической обработке данных. Как правило, это профессионал, специализирующийся в кросс-культурных исследованиях, реже – аспирант, приобретающий опыт по ходу дела.

Исход проекта во многом определяется *степенью проработанности концепции* и основанного на ней *инструментария* и тесно связанным с ними *стилем управления* совместной работой. В условиях преимущественно *дистантного* общения, как показывает практика, наиболее эффективен *директивный* стиль, когда руководитель проекта обеспечивает участников репрезентативными публикациями; необходимым инструментарием – инструкциями, текстами анкет, бланками для ответов, формами согласия (consent forms) и заключительными формами (debriefing forms), схемами кодировки ответов, размеченными SPSS файлами для ввода данных; устанавливает временные рамки и правила владения и обмена данными, идеями сотрудничества с коллегами внутри команды и вне нее; правилами подготовки публикаций, владения авторскими правами.

Другие подходы оказались менее эффективными. Многочисленные очные обсуждения проекта ARCOS (Applicant Reactions Cross-Cultural Organizational Studies – Кросс-



культурные организационные исследования реакций поступающих на работу) завели исследование в тупик. Международный коллектив собирался нерегулярно, в основном, на конференциях, поэтому состав инициативной группы менялся, новые участники предлагали новые идеи, и прийти к общей концепции не удалось.

Иначе развивались события в проекте «World History Representations»: вследствие критики участников концепция и инструментарий многократно изменялись. На заключительной стадии у руководителей проекта преобладала *защитная реакция*, и они отвергали любые замечания. Однако недочеты остались, и недовольные ими участники столкнулись с *этической дилеммой*: уйти из-за несоответствия инструментария личным методологическим принципам или продолжить работу над интересным проектом.

Как правило, в международном исследовании возникает *проблема перевода* исследовательских инструментов. Из семи проектов ее не было только в одном, так как по требованию заказчика опрос проводился на английском языке. Р. Брислин (Brislin) сформулировал набор полезных правил для написания новых вопросов и модификации существующих, например «используйте короткие, простые предложения из менее чем 16-ти слов», «отдавайте предпочтение активному залогу перед пассивным», «избегайте метафор и разговорных слов» и т.д., однако они не всегда соблюдались.

Стандартным способом решения проблемы является *метод двойного перевода* О. Вернера и Д. Кэмпбелла (Werner, Campbell). В исследовании, посвященном представлениям российских студентов о конкуренции, исходный вопросник был разработан М. Fülör на венгерском языке и переведен ею на английский. Нами он был переведен на русский язык, и этот перевод проверялся двумя независимыми экспертами-непсихологами. Теоретически обратный перевод позволяет достичь *лингвистической эквивалентности*. На практике же, в силу объективных и субъективных причин, он служит единственной цели: продемонстрировать читателям и издателям знакомство с правилами

игры и их добросовестное соблюдение. Итоговые рекомендации кросс-культурных исследователей совпадают: самый безопасный путь – это не делать никаких переводов, но, к сожалению, они невыполнимы.

Для работы с ключевыми словами кросс-культурного исследования автором был предложен метод, включающий элементы ассоциативного теста и обратного перевода. Продемонстрируем его русский вариант на примере слова «competition». Поскольку английский язык является языком международного научного общения, построение английской семантической сети для термина «competition» в русском языке начинается с перевода с помощью англо-русского словаря. Его иерархически упорядоченные результаты таковы: 1) соревнование, 2) состязание, 3) конкурс, 4) конкуренция, 5) соперничество (учитывается не более пяти словарных значений). Эта процедура соответствует ассоциативному тесту, результату межъязыкового взаимодействия. Затем осуществляется обратный перевод с помощью русско-английского словаря. Его иерархически упорядоченные результаты таковы: 1) competetion; 2) emulation; 3) contest; 6) contest; 7) com-petition; 8) controversy; 11) contest; 12) competition; 16) competition; 21) rivalry (для каждого значения учитывается не более пяти словарных значений).

Для сравнения рассмотрим результаты ассоциативного теста, проведенного автором в 2006/2007 учебном году с 231 студентом (таблица). Каждому из них было предложено написать пять слов, которые приходят на ум, когда они слышат слово «соревнование». Опрос проводился на русском языке, поэтому слову «competition» соответствовала «конкуренция».

Анализ выявил основную лингвистическую проблему в рамках проведенного исследования: *английское слово «competition» переводится на русский язык как (спортивное) «соревнование» и (экономическая) «конкуренция», в то время как обратный перевод дает единственное значение «competition»*. Обсуждение с коллегами из других стран показало, что это типичная ситуация, возникающая в кросс-культурном исследовании.



Результаты ассоциативного теста
для слова «соревнование»

Ассоциации	Частота упоминания на местах					Общая частота
	1	2	3	4	5	
Победа	71	41	45	29	41	227
Конкуренция	56	19	20	19	12	126
Спорт	47	23	24	16	8	118
Борьба	28	26	14	10	12	90
Участие	10	12	17	8	10	57
Игра	7	17	18	6	7	55
Соперничество	21	8	8	10	6	53
Состязание	15	10	14	5	5	49
Соперник	7	8	10	11	10	46
Интерес	3	9	9	13	9	43

Продолжим представление предложенного метода. Процедура повторяется для всех языков, используемых в исследовании. К полученным результатам могут быть применены как психологические, так и математические методы. В рамках *психологического подхода* к семантическим сетям, рассматриваемым как социальные представления, применяется структурный подход Абрика⁵. Для отделения центральной части представления от периферийных элементов используются методологические инструменты Верже⁶, в которых ранги (от 1 до 25) в семантической сети для термина используются вместо процентов (частот). При *математическом подходе* удастся ввести меру близости между сетями, что позволяет оценить близость культур в рассматриваемой области исследования.

Автор имел ограниченный доступ к данным, собранным исследователями из других стран. Однако и этого достаточно для того, чтобы предположить, что их качество невысоко. К сожалению, уровень культуры сбора данных и их «прогона» через более или менее стандартные процедуры обработки на компьютере невысок не только в России. Интерпретацию полученных данных и написание итоговых публикаций осуществляют руководитель и наиболее квалифицированные члены международной команды.

Иногда на заключительном этапе выясняется, что «гора родила мышь», результаты не соответствуют затраченным усилиям и использованному инструментарию. Например, в одном из исследований были последо-

вательно применены процедуры интервального многомерного шкалирования MDS; обобщенный прокрустов анализ GPA; иерархическое линейное моделирование HLM, в ходе которого были подсчитаны внутрикласовые коэффициенты корреляции ICC; иерархический кластерный анализ (метод Ward); затем снова была применена процедура MDS с преобразованиями близостей для каждой страны в отдельности и всех стран вместе с помощью личных данных респондентов; зондирующий факторный анализ EFA и т.д. Объем проделанной работы и сложность использованного инструментария вызывают уважение, однако полученные результаты вызывают сомнения. Например, Канада попала не в западный кластер вместе с США, а в кластер, включающий Индию, Малайзию, Россию и Южную Корею.

Наконец, на заключительном этапе решается вопрос об авторстве. Помимо научного интереса, именно возможность опубликоваться вместе с известными учеными привлекает участников команды в соответствии с известным лозунгом Р. Мертона «publish or perish» (публикуйся или гибли). Для начинающих психологов и психологов из стран, удаленных от международных психологических центров, совместные исследования представляют наиболее доступный, если не единственный способ заявить о себе. «Нарастание коллективизма», увеличение количества авторов, приходящихся на одну публикацию, естественны для кросс-культурных исследований, но вступают в противоречие с существующими правилами и традициями.

Американская психологическая ассоциация рекомендует в случае, когда у публикации шесть или более авторов, в тексте указывать фамилию первого из них, сопровождаемую «и др.», в списке литературы они обозначены так же. Компьютерные программы, используемые организаторами международных конференций, тоже ограничивают число возможных авторов, например, десятью. Наконец, редактор журнала может сослаться на свой опыт: «Впервые вижу у статьи такое количество авторов», – и попросить пересмотреть его, обещая в противном случае разобраться с личным вкладом каждого члена команды.



Анализ организационных аспектов кросс-культурной психологии закономерно приводит к проблеме *модернизации компетенций* российских психологов, перехода от стандартов высшего профессионального образования, созданных на базе *квалификационной* модели специалиста, к стандарту, разработанному с позиций *компетентностного* подхода. Для обеспечения репрезентативности российской психологии в мировой науке и повышения уровня ее конкурентоспособности должен быть, в первую очередь, преодолен *языковой барьер*.

На основании статистических данных базы ScienceDirect Б. Величковский сделал вывод о том, что в России ограниченное количество авторов-психологов способно соответствовать международным стандартам, и их число уменьшается. Он предположил, что это объясняется утечкой мозгов, существующими теоретическими барьерами, а также тем, что российские фонды, финансирующие исследования, поддерживают публикацию результатов только в отечественных журналах⁷.

Примечания

¹ См.: Topchik G.S. The First-Time Manager's Guide To Team Building / G.S. Topchik. N.Y., 2007.

² См.: Психология: Биограф. библиогр. слов. / Под ред. Н. Шихи, Э.Дж. Чепмана, У.А. Конроя. СПб., 1999.

³ См.: Handbook of Cross-Cultural Psychology: in 3 v. / Eds. J.W. Berry, Y.H. Poortinga, J. Pandey. 2nd ed. Boston, 1997; Berry J.W. Cross-Cultural Psychology: Research and Applications / J.W. Berry, Y.H. Poortinga, M.H. Segall, P.R. Dasen. 2nd ed. Cambridge, 2002; Триандис Г.К. Культура и социальное поведение / Г.К. Триандис. М., 2007.

⁴ См.: Berger M. Cross-Cultural Team Building: Guidelines for more effective communication and negotiation / M. Berger. N.Y., 1996.

⁵ См.: Abric J.-C. Les représentations sociales: aspects théoriques / Abric J.-C. // Pratiques sociales et représentations / Ed. J.-C. Abric. Paris, 1994. P.10–36.

⁶ См.: Vergès P. Représentations sociales en psychologie économique / P. Vergès // Psychologie Économique. Théories et Applications / Eds. C. Roland-Lévy, P. Adair. Paris, 1998. P.19–33.

⁷ Velichkovsky B.B. Open Access Publishing – A Challenge for Russian Psychology / B.B. Velichkovsky // Psychology Science Quarterly. 2009. Vol.51. Supplement 1. Proceedings of the Workshop on European Psychology Publication Issues. P.147–159.