

Эмоции в структуре составляющих психологической «ткани» организационной культуры

И.В. ГРОШЕВ*,
Тамбов, Россия,
aus_tgy@mail.ru

Ю.А. ДАВЫДОВА**,
Тамбов, Россия,
aus_tgy@mail.ru

И.А. КРАСНОСЛОБОДЦЕВА***,
Тамбов, Россия,
aus_tgy@mail.ru

Статья посвящена исследованию роли и значения эмоционального фактора в системе составляющих организационной культуры. Наряду с психофизиологическим компонентом выделены направления формирования эмоций в организационных системах, проявления которых детерминируются культурными условиями организации и типом ее организационной культуры. Представлены и описаны уровни эмоций и степени субъективной управляемости ими. Сформулированы требования к системе менеджмента эмоций внутри организации, которые реализуются в широком спектре личностных проявлений. Рассмотрены позиции сторонников экологической теории эмоций, психофизиологического и социокультурного подхода с выделением их основных взглядов на природу и процесс управления эмоциями, на потенциал повышения эффективности дея-

Для цитаты:

Грошев И.В., Давыдова Ю.А., Краснослободцева И.А. Эмоции в структуре составляющих психологической «ткани» организационной культуры // Социальная психология и общество. 2015. Т. 6. № 3. С. 120–133. doi: 10.17759/sps.2015060309.

* Грошев Игорь Васильевич — доктор психологических наук, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления персоналом, Институт управления и сервиса ТГУ имени Г.Р. Державина, проректор, Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия, aus_tgy@mail.ru

** Давыдова Юлия Александровна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Институт филологии ТГУ имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия, aus_tgy@mail.ru

*** Краснослободцева Ирина Алексеевна — аспирантка, Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия, aus_tgy@mail.ru

тельности организации с помощью эмоционального фактора, на основе чего приводится и анализируется построенная в деятельностной парадигме модель эмоций, детерминированная типом организационной культуры.

Ключевые слова: коммуникации, менеджмент эмоций, организационная культура, персонал, поведение, управление, эмоции, эмоциональная культура, эффективность.

Определяющим компонентом эмоционального фактора, в том числе и в системе составляющих организационной культуры, являются чувства, которые характеризуют широкий класс «объектов», воспринимаемых человеком на уровне ощущений [12]. Эти объекты представляют внешнюю картину мира и воспринимаются как некая субстанция, оказывающая воздействие на внутреннее состояние, детерминирующее как поведенческие паттерны отдельной личности, так и поведение организации в целом. Причем такое влияние, идущее извне внутрь, предполагает ответную реакцию, которая выражается посредством эмоций.

Концепт «эмоция» зачастую представлен в социокультурном контексте как сопутствующий фактор процесса коммуникации, определяемой типом организационной культуры [5; 8 и др.]. Сами эмоции предполагают не столько рациональный анализ, сколько внутреннюю включенность в процесс, а также некоторую интуицию и антиципацию типологического процесса организационной культуры.

Эмоции как интерсубъективный феномен могут возникать и гаснуть под действием различных факторов, однако области их формирования в типологической системе организационной культуры сводятся к трем моментам (рис. 1).

Эмоции человека, возникающие в той или иной организационной системе, могут формироваться по нескольким направлениям.

- *Как результат психофизиологических процессов*, когда, с одной стороны, внутреннее состояние индивидуума провоцирует возникновение не связанных с внешними объектами чувств (голод, жажда и др.) биологического характера. С другой стороны, тело человека как физическая материя постоянно получает сигналы от других внешних физических объектов. В результате такого взаимодействия формируется импульс в центральной нервной системе. От того, каким образом данное возбуждение будет когнитивно интерпретировано, зависит дальнейшая поведенческая активность. Импульс может быть проигнорирован либо включен центром осознанной обработки информации человека в зону активного внимания [6]. Таким образом, импульс нарастающим образом может быть трансформирован в эмоциональный компонент на выходе, но это случается не всегда. Для этого сигнал должен обладать высокой субъективной ценностью, отличаться сильной интенсивностью и иметь некоторое временное воздействие.

- *В процессе коммуникативного взаимодействия* при вступлении в формализованные и неформальные отношения с другими людьми для решения конкретных личных целей. Любая сфера жизнедеятельности человека состоит из постоянного контакта с другими людьми. Современная экономика просто немыслима без начала коллективизма в достижении целей. Качество межличностного

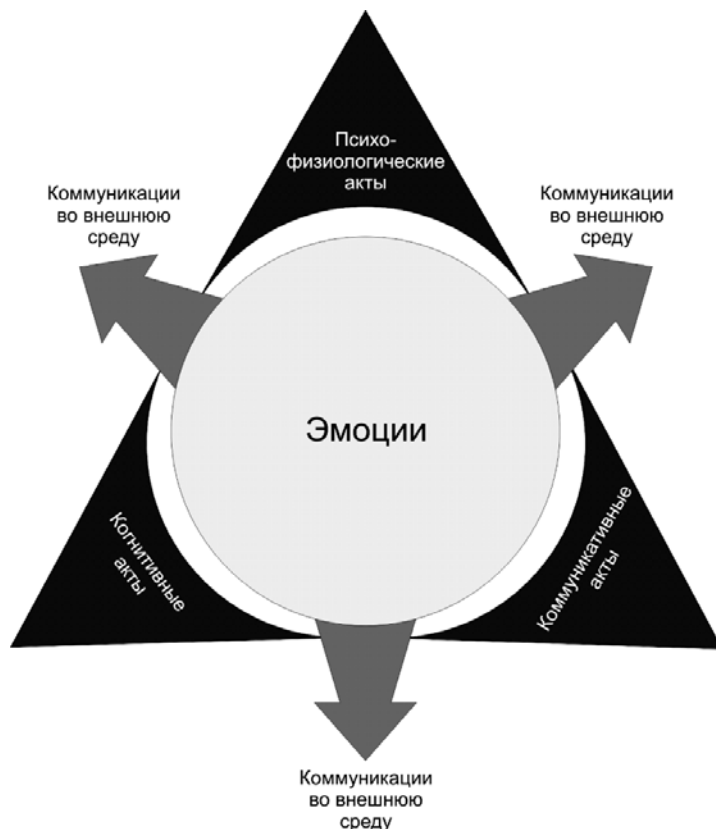


Рис. 1. Области формирования эмоций как интерсубъективного феномена

взаимодействия проявляется не только в конечном результате, но и детерминирована характером установленных связей, определяемых типом организационной культуры и спецификой возникших при этом эмоций [8]. Учитывая то, что многие люди направлены на сам процесс, возникает вполне понятная картина того, почему фактору эмоций все больше уделяется внимания в управленческих науках, рассматривающих в том числе и процесс формирования и функционирования организационной культуры. Эмоциональный фактор, возникающий в процессе общения, может оказывать си-

нергетическое воздействие либо препятствовать конструктивному процессу достижения целей [11]. В любом случае человек постоянно формирует эмоциональный отклик на происходящее в процессе коммуникативного акта. Это помогает определять личную позицию в конкретной ситуации.

- В результате когнитивной активности индивидуума, что отражает оперирование идеальными сущностями. Эмоции в первоначальном виде могут иметь некоторое ментальное образование, выраженное в форме информационной единицы, перерабатываемой до субъек-

тивно значимых категорий или прошлого опыта, извлеченного из структур памяти. Когнитивный компонент, с точки зрения процессуального подхода, детерминирован, с одной стороны, особенностями центральной нервной системы, а с другой стороны, — психотипом человека [1]. Привычка мыслить и реагировать на поступающую информацию, характер возникающих ассоциативных связей, жизненная позиция и кредо — все это влияет на характер и качество протекания индивидуально-личностных эмоций, возникших в результате когнитивной активности, определяющих эмоциональный ресурс личности, используемой/неиспользуемой тем или иным типом организационной культуры.

Психофизиологический компонент формирования эмоций обуславливает набор базовых эмоций, демонстрируемых личностью/персоналом в организации, присутствующих во всех национальных культурах и имеющих генетическое основание благодаря врожденным нейронным программам [2]. Безусловно, существует некая вариативность в проявлении таких эмоций в разных культурных условиях, определяемая типом организационной культуры. Но направления их проявления остаются относительно одинаковыми.

С другой стороны, существует группа эмоций, характеризующихся ярко выраженной социальной окраской. В этом плане можно с полной уверенностью утверждать, что в каждой культуре социальная составляющая эмоций проявляется дифференцированно и во многом отражает ментальность народа и его историю. Эмоциональные переживания, погруженные в социокультурный контекст, представляют особый интерес, по-

скольку именно они отвечают за формирование психологической «ткани» организационной культуры. Там, где существенную роль играет человеческий фактор, всегда есть место для эмоций.

Мысли материальны. Подтверждением этому является процесс трансформации ментальных структур личности, а шире — и организации, в личностное/организационное эмоциональное состояние. В любой момент времени человек взаимодействует с информацией, она может иметь разную структуру, направленность, силу, осознанно или бессознательно восприниматься, но она всегда предшествует результату [7]. Одним из таких результатов могут являться эмоции, которые отражают синтез установок, ожиданий, сопоставления категорий и образов. В силу этого эмоции также обладают значительной дифференцированностью среди представителей различных культур.

Эмоции человека могут быть представлены и описаны на нескольких уровнях (рис. 2). В зависимости от уровня развития способностей, рефлексии и саморегуляции поведения степень управления субъектом эмоциями может быть различной.

Управление эмоциями на уровне мыслей и чувств позволяет человеку «переформатировать» внутреннее мышление на иное восприятие информации и окружающей действительности, а значит, по-другому реагировать на какие-то события или явления, проявляя и демонстрируя другую эмоциональную палитру [12]. Погружаясь в новую организационную культуру, человек неизбежно сталкивается с необходимостью пересмотра некоторых ценностей, установок и ожиданий при условии его заинтересованно-

Уровни эмоций

Эмоции, наблюдаемые со стороны

Рефлексия собственного эмоционального состояния

Неосознаваемая активность головного мозга

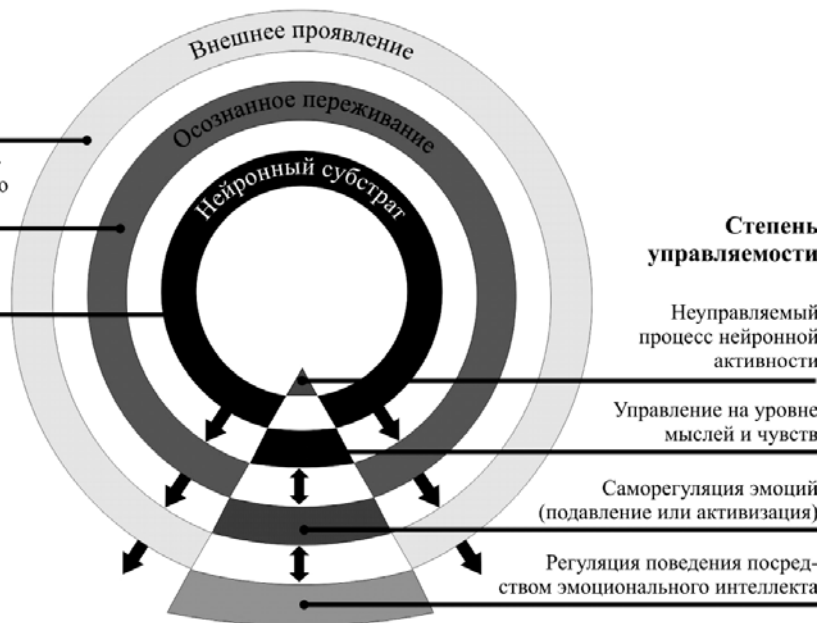


Рис. 2. Уровни эмоций и степень управления ими субъектом

сти оставаться в ее пределах [5]. Таким образом, новый сотрудник может интериоризировать разделяемый всеми стиль эмоционального взаимодействия, механизм кодирования и распознавания эмоционального контекста в коммуникациях. Другими словами, человек настраивается на корректный отклик в рамках системы организационного взаимодействия. При этом может возникнуть конфликт внутренних личностных интересов и эмоциональных ценностей организации. К примеру, если в организации поощряется дух коллективизма, командной работы и взаимовыручки, а сотрудник ориентирован на индивидуализм, личностный рост и самодостаточность, неизбежно возникнут конфликтные ситуации. В первую очередь, это будет выражаться в форме эмоциональной дистанции, которая затем может перерасти в конфрон-

тацию и, наконец, в прямое противостояние, подкрепленное негативными эмоциями на уровне личностей [9; 10].

Человек в роли нового сотрудника сам решает для себя, какова цена его внутреннего душевного равновесия. Именно поэтому широкое распространение получают психологические методики анализа соответствия кандидата типу, уровню и особенностям организационной культуры, функционирующей в организации.

Саморегуляция эмоций, проявляющаяся в подавлении или активизации того или иного эмоционального состояния, по большей части характеризует внутреннюю активность человека по контролю собственных эмоций и их корректировке на уровне мыслительной деятельности. После того, как эмоция распознана сознанием, а ее интенсивность

не выходит за рамки сознательной деятельности, она может подавляться, если не соответствует внутренним критериям, либо активизироваться в случае конструктивного эффекта от ее переживания (демонстрации) [2].

Внешнее проявление эмоций может осознанно регистрироваться субъектом, и тогда оно поддается либо некоторой корректировке, либо «ликвидации» в процессе их выражения, представлять субъективно неуправляемую активность, на которую можно повлиять только со стороны. Случай осознанной репрезентации собственных эмоций подчиняется вполне адекватной корректировке со стороны сознания. Во всех остальных ситуациях эмоции поддаются управлению на основе эмоционального интеллекта другого субъекта. В данном случае речь идет о некотором лидере или руководителе, который обладает всеми ресурсами для нейтрализации или перенаправления эмоционального заряда в конструктивном направлении.

Дело в том, что сами по себе эмоции способны многократно увеличивать производительность труда, мобилизовать усилия в кратчайшие сроки и сплотить коллектив, так как эмоции обладают ресурсом (информационным, энергетическим, временным, ценностным и мотивационным) [3]. Отсутствие управления так называемым эмоциональным интеллектом приводит к упущению таких возможностей, а в некоторых случаях — к возникновению противоположных центростремительных сил внутри коллектива.

Для эффективного управления эмоциональным ресурсом организации и, в частности, эмоциями отдельной личности необходимо обладать интуитивным аппаратом регистрации, как на уровне ор-

ганизации, так и на уровне руководства, состояния субъекта, отличного от его базового значения. Для этого необходимо:

- знать базовое состояние субъекта (группы) в соответствии с которым можно проводить сопоставление;
- уметь регистрировать невербальные сигналы (мимика, жесты, тембр голоса и др.);
- обладать собственной системой управления эмоциями и способностью эмоциональной эмпатии;
- оказывать воздействие на уровне неформальных процедур и механизмов, либо формальными способами в случае ухудшения ситуации;
- иметь ресурсную базу (авторитет, репутация, признание коллектива, компетенция или должностное положение);
- развивать определенные личностные качества и опыт.

Следует также отметить важную роль умения рационально и объективно мыслить в менеджменте эмоций. Система управления эмоциями внутри организации должна отвечать требованиям динамичности, гибкости и открытости. При разработке такой системы следует учитывать и определенным образом прорабатывать следующие моменты.

Отделение эмоций от инстинктов и потребностей, а также их дифференциация между собой. Не только эмоции могут приводить к различным органическим изменениям человека. Бывает сложно определить линию между эмоциями и пограничными с ними состояниями. Корреляция эмоций только с физиологическим портретом не позволяет корректно проводить различие, к примеру, с первичными потребностями (голод, жажда), тем более описывать сложные психологические переживания, имеющие социокультурный характер. В этом

смысле может помочь интуиция, которая увязывает изменения во внешнем состоянии и поведении человека с его субъективными переживаниями, выраженными вербальными средствами. Если организация небольшая, а количество сотрудников позволяет применять персонализированный подход, то объектом детального анализа на предмет выявления эмоций/драйвов/инстинктов может выступать конкретный индивид. В ситуации большого коллектива можно использовать метод аппроксимации для различных групп.

Формирование «языка» эмоций. Стиль поведения руководителя, точнее характер проявления эмоций в рабочем процессе, формирует приемлемые рамки репрезентации личных эмоций сотрудником как по отношению к нему, так и в среде коллектива. С другой стороны, лидер в организации может задавать рамки личностного эмоционального проявления на своем собственном примере. Проявление и репрезентация эмоций протекают именно в заданных границах, определяемых типом организационной культуры; если сотрудник обращается к иной модели демонстрации эмоций, используя другую систему кодирования, она может быть либо неправильно распознана другими членами коллектива, либо взята на вооружение в качестве нового эмоционального опыта, детерминированного иным (другим) типом организационной культуры.

Создание системы поощрения/подавления эмоций. Умение управлять эмоциональным ресурсом (состоянием коллектива) основано на личностных качествах управленца и уровне его базовой интуиции. Однако в организа-

ции необходимо не просто управлять эмоциями, а интегрировать их с целью достижения поставленных задач. Помимо этого, в процессе такой деятельности сотруднику всегда нужен пример того, как следует действовать, чтобы добиться подкрепления. Зная, какой эмоциональный отклик в организации поощряется, а что является недопустимым, он может четко следовать программе, ожидая на выходе положительное эмоциональное подкрепление со стороны организации.

Эмоции в некотором роде являются внутренними сигналами, которые отражают отношение между мотивами и реализацией отвечающей этим мотивам деятельности. Эмоции в их непосредственном понимании всегда проявляются и будут проявляться в мимике и жестах и иметь соответствующий нейронный прообраз [13]. Область выражения эмоций соответствует трем уровням.

1. Неконтролируемые реакции (детерминированные биологической природой человека). Размытый эмоциональный фон не позволяет идентифицировать конкретные эмоции. Эмоции функционально почти не отличаются от драйвов.

2. Следование эмоциям. Область эмоционального представляет более сложный и дифференцированный характер. Сами эмоции связываются с когнитивными процессами. Можно говорить об оформлении и осознании субъектом конкретных эмоций, сильных и простых по своей структуре. Когнитивный элемент представляет постоценочный механизм, запускаемый после открытого выражения эмоций.

3. Эмоциональный контроль. Главенствующее место отдается рациональной

оценке. Эмоциональные нормы, образцы эмоционального поведения становятся предметом осознания и рационального конструирования. Внутреннее состояние человека не просто регистрируется и подвергается анализу, но и корректируется в соответствии с определенным типом мышления.

Исследуя концепт «эмоции» многие ученые придерживаются мнения об их непосредственных отражении и переживании [14]. Другими словами, эмоции следуют за актуализацией мотива, выражаясь до уровня предела рациональной оценки деятельности субъекта. Момент их рефлексии проявляется позже.

В ситуации коллектива, ограниченного определенным типом организационной культурой, имеет место несколько другой аппарат эмоционального поведения. Отталкиваясь от концепции оперантного (обусловленного) поведения, индивид изначально реализует свои усилия в контексте эмоциональных установок, таких как:

- страх критики и оценки действий;
- страх не оправдать ожидания, разочаровать;
- страх привлечь к себе чрезмерное внимание, стать объектом обсуждений;
- страх быть отвергнутым коллективом.

Таким образом, можно предположить, что эмоциональный фактор в рамках организационной системы реализуется в более широком спектре личностных проявлений [4], а именно:

1) в переживании эмоций, фиксируемом субъектом на уровне сознания. При этом их внешнее проявление может отсутствовать. Это те ситуации, когда сотрудник по собственным убеждениям (групповым ценностям) считает нецеле-

сообразным такое эмоциональное поведение и подавляет это в себе;

2) в демонстрации эмоций в качестве защитного механизма. По определенным соображениям субъект искусственно вызывает или автоматически проявляет конкретные эмоции, позволяющие ему добиться прогнозируемого результата. К примеру, в ситуации ожидания наказания эмоции могут служить инструментом демонстрации собственных переживаний в данном вопросе, что позволит смягчить (уйти) от ответственности. Все зависит от организационного климата и характера эмоциональной культуры в организации.

Сторонники экологической теории эмоций закрепляют за эмоциональным фактором функции индикации отношения к осуществленной, осуществляющейся или предстоящей деятельности [15]. Эмоции представляются в качестве сложноорганизованных схем, на входе которых находится внешнее возмущение, а на выходе — ответное действие или система действий. Пространство внутри заполнено различными элементами, призванными отразить разноуровневую структуру эмоций, их связь с предшествующим опытом и другими системами, а также выполняемыми ими функциями, среди которых обычно выделяются две: оценка ситуации и подготовка будущего действия (рис. 3).

Основные позиции эмоционально-деятельностной парадигмы заключены в следующих утверждениях:

- эмоции и эволюционно, и в поведении человека предшествуют рациональному познанию, опосредующему поведенческие паттерны личности в поле определенного типа организационной культуры;

- эмоция следует за рациональным познанием, представляя собой реакцию на него;

- в саму эмоцию входит когнитивный аспект, выражающийся в оценке ситуации.

В рамках организационной действительности особый интерес представляет социокультурный подход к интерпретации эмоций [15]. При анализе эмоций очень часто вне поля зрения остаются социокультурные условия их порождения, которые выступают в роли естественного фона. Эмоции рассматриваются в качестве особых лично-социально преломляемых социокультурных практик. Такая позиция подчеркивает природу человека, встроеного в окружающий мир. Сторонники этого подхода определяют эмоции с трех позиций:

- как самостоятельное социокультурное явление;

- как функцию некоторых социокультурных процессов;

- как фактор, обеспечивающий устойчивое функционирование социума и его эволюцию.

Поведение сотрудника в организации может быть сведено к последовательности взаимодействий с другими людьми, в которых он оперирует определенной ситуационной ролью. Совокупность таких ситуационных ролей, в которых человек выстраивает свое поведение, определяет степень его эмоционального выражения [16]. Эмоции при этом выполняют функцию подкрепления, облегчая и направляя в нужную сторону процесс взаимодействия.

В данном аспекте могут рассматриваться такие понятия как «эмоциональ-

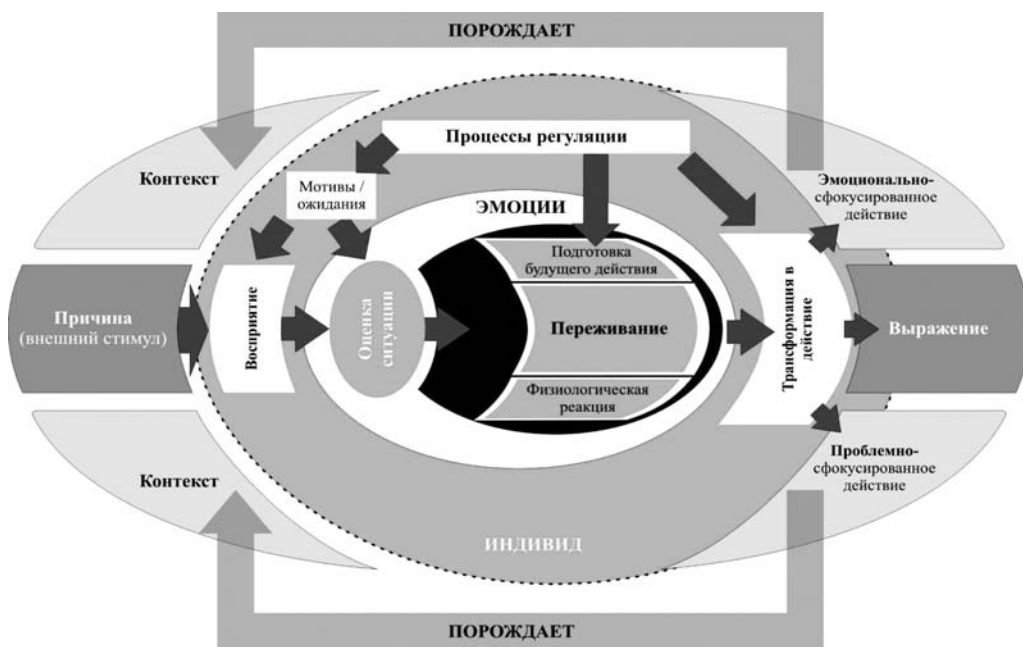


Рис. 3. Модель эмоций в деятельностной парадигме, детерминированной типом организационной культуры

ная культура»¹, «эмоциональное поведение (стиль)»² и «эмоциональный опыт»³. Несмотря на определенное сходство, каждое понятие имеет свои границы.

Объединяя вышеприведенные подходы в единую модель, можно сформировать концептуальное видение зон организационной культуры, в которых можно добиться большего эффекта с помощью эмоционального фактора (рис. 4).

На каждом уровне рассмотрения эмоций можно выделить области организационной культуры, в которых изначально заключен потенциал повышения эффективности с помощью эмоционального фактора (табл.).

Таким образом, эмоции — это целый язык, с помощью которого человек передает субъективное значение, отражающее то, что ему ценно и важно. В них заключена совокупность культурных смыслов и базовой составляющей психологической «ткани» организационной культуры для конкретной организации, находящих свое выражение в конкретных управленческих практиках и выступающих в различных организационных ситуациях в качестве доминанты, что необходимо учитывать при комплексном управлении организацией в целом и эмоциями — в частности.



Рис. 4. Области организационной культуры, обладающие потенциалом использования эмоционального фактора

¹ **Эмоциональная культура** — это надстроечный компонент системы организационной культуры. Он позволяет передавать сигналы, информацию и субъективное отношение в процессе коммуникативного акта.

² **Эмоциональное поведение (стиль)** — разделяемые и используемые формы выражения эмоций и их контекст проявления. Для каждого индивидуума характерно определенным образом демонстрировать свое эмоциональное состояние (переживание).

³ **Эмоциональный опыт** — в контексте социокультурного подхода отражает накопленный практический багаж субъекта по использованию эмоций. Этот опыт может включать модели других субъектов, которые когда-то ранее были зафиксированы и приняты на вооружение.

**Подходы к рассмотрению эмоционального фактора как потенциала повышения
эффективности деятельности организации**

Подходы	Значение и смысл подхода
Социокультурный	Конечной целью существования эмоций является передача базовых культурных смыслов. Эти смыслы могут выражаться в различных ментальных образах и коллективных представлениях. Все зависит от субъектов, вступающих в процесс коммуникации (взаимодействия). Таким образом, любое взаимодействие в рамках организационной системы несет эмоциональный фон сотрудничества, который отвечает за трансакцию культурных значений. Тем самым сотрудники подкрепляют идентичность организации. От того, как будет задействован эмоциональный фактор, зависит результативность всей организационной операции
Экологический	Формирует представление о значении поступков и поведения с позиции эмоционального компонента. Любое действие (бездействие), подкрепленное конструктивными эмоциями, способно дать больший результат для организации в виде выполненной работы и для сотрудника в форме усвоенной практики, нежели тривиальное сочетание рутинной работы и формально выполненного задания. С другой стороны, не всегда удается эмоционально зарядить сотрудников привычными методами. Многочисленные исследования подтверждают эффективность эмоциональной мотивации. К сожалению, для многих руководителей российской формации до сих пор более близка форма мотивации, основанная на отрицательном подкреплении. Такая форма стимулирования доказала свою несостоятельность. Более того, она нередко становится причиной внутриорганизационных проблем с неизлечимыми последствиями
Психофизиологический	Если предыдущие подходы во многом логически выстроены, а использование эмоций на благо организации представляет скорее вопрос креативности и навыков руководителя, то здесь ситуация более неоднозначна. Во-первых, малая изученность фактора эмоций с точки зрения нейрофизиологических процессов ставит больше вопросов, чем ответов. Во-вторых, управление эмоциями на уровне нейронных прообразов — очень сложная и непредсказуемая материя. Поэтому нами предпринята попытка систематизировать некоторый практический опыт с позиции собственной рефлексии. В самом общем смысле организация — это люди, которые обладают субъективным и коллективным опытом. Область коллективного может отражать как национальный характер, так и быть следствием той среды, в которой находился индивид. Организация — это среда, которой также присуще некоторое коллективное сознание. Оно может выражаться в способе обработки информации, механизмах мышления и комплексе сигналов, являющихся следствием определенного раздражения. Коллективное сознание в организации вырабатывается самими сотрудниками, а по истечении времени оно приобретает идентичный характер. И каждый новый сотрудник бессознательно обучается таким разработанным программам, среди которых находится и эмоциональное поведение. Если выстроить должным образом механизм организационного мышления, систему накопления опыта, можно изначально формировать необходимые для организации эмоциональные импульсы и настроения

Финансирование

Исследование выполнялось в рамках государственного задания (проект № 3839).

ЛИТЕРАТУРА

1. Бреслав Г.М. Психология эмоций. М.: Смысл; Изд. Центр «Академия», 2004. 544 с.
2. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. М.: Изд-во МГУ, 1987. 176 с.
3. Грошев И.В. Гендерные аспекты эмоциональной архитектуры, интерпретации и опознания ландшафта эмоций и эмоциональных отношений в организации // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 4. С. 14–19.
4. Грошев И.В., Давыдова Ю.А. Корреляты половых различий эмоциональной сферы личности // Социально-экономические явления и процессы. 2006. № 1–2. С. 106–111.
5. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Организационная культура. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 535 с.
6. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Эмоциональные силы мотива выбора бренда в призме поведения потребителя // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. № 4 (90). С. 13–28.
7. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Эмоциональный брендинг и поведение потребителя // Проблемы теории и практики управления. Международный журнал. 2012. № 7–8. С. 119–126.
8. Грошев И.В., Мищенко А.А. Культурное пространство организации: эмоциональная среда // Проблемы теории и практики управления. Международный журнал. 2012. № 9–10. С. 100–107.
9. Давыдова Ю.А. Гендерная конфликтология: особенности влияния феминизированных и маскулинизированных черт личности на поведение в конфликте. Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH and Co. KG, 2011. 378 с.
10. Давыдова Ю.А. Исследование причинной обусловленности конфликтного поведения личности // Вестник Тамбовского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 2 (58). С. 397–402.
11. Елфимова Н.В. Функции эмоций в создании мотивационного компонента деятельности // Эмоциональная регуляция деятельности. М.: Педагогика, 1987. С. 24–31.
12. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб.: Питер, 2007. 749 с.
13. Elster J. Rationality and the Emotions // The Economic Journal. 1996. № 106 (438). P. 1386–1397. <http://dx.doi.org/10.2307/2235530>
14. Frank R. Passions within Reason: The Strategic Role of the Emotions. N.-Y.: Norton, 1998. 304 p.
15. Goleman D. Emotional intelligence. N.-Y.: Bantam Books, 1995. 352 p.
16. Yerkes R., Dodson J. The relation of strength of stimulus to rapidity of habit-formation // Journal of Comparative Neurology and Psychology. 2008. Vol. 18. November. Issue 5. P. 459–482. <http://dx.doi.org/10.1002/cne.920180503>

Emotions in the Structure of Psychological 'Fabric' of Organizational Culture

I.V. GROSHEV*,
Tambov, Russia,
aus_tgy@mail.ru

YU.A. DAVYDOVA**,
Tambov, Russia,
aus_tgy@mail.ru

I.A. KRASNOSLOBODTSEVA***,
Russia,
aus_tgy@mail.ru

The paper explores the role and significance of the emotional factor in the system of components of organizational culture. Along with the psychophysiological component the authors describe patterns of formation of emotions in organizational systems and state that manifestations of these emotions are determined by cultural conditions of the organization and by the type of its organizational culture. The authors also outline levels of emotions and degrees of their subjective management in individuals. A set of requirements is proposed for the system of emotional management within the organization which may be implemented in a broad range of personality manifestations. Finally, the authors review the ecological theory of emotions, the psychophysiological and sociocultural approaches, analyzing their main propositions concerning the nature and management of emotions as well as perspectives for raising the efficiency of activity in the organization with the assistance of the emotional factor. On these grounds the authors propose an activity-based model of emotions determined by the type of organizational structure.

Keywords: *communications, emotional management, organizational culture, personnel, behavior, management, emotions, emotional culture, efficiency.*

Acknowledgements

The study was conducted as a part of a government project (№ 3839).

For citation:

Groshev I.V., Davydova Yu.A., Krasnoslobodtseva I.A. Emotions in the Structure of Psychological 'Fabric' of Organizational Culture. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2015. Vol 6, no. 3, pp. 120–133. (In Russ., abstr. in Engl.). doi: 10.17759/sps.2015060309.

* Groshev Igor – Doctor of Psychology, Doctor of Economics, professor, Personnel Management Department, Institute of Management and Service, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russia, aus_tgy@mail.ru

** Davydova Yulia – PhD in Psychology, associate professor, Advertising and Public Relations Department, Institute of Philology, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russia, aus_tgy@mail.ru

*** Krasnoslobodtseva Irina – PhD student, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russia, aus_tgy@mail.ru

REFERENCES

1. *Breslav G.M.* Psikhologiya emotsij [Psychology of Emotions] Moscow: Publ. Smysl; Akademiya, 2004. 544 p.
2. *Gozman L.Ya.* Psikhologiya emotsionalnykh otnoshenij [Psychology of Emotional Relations] Moscow: Publ. MGU, 1987. 176 p.
3. *Groshev I.V.* Gendernye aspekty emotsionalnoj arkhitektury, interpretatsii i opoznaniya landshafta emotsij i emotsionalnykh otnoshenij v organizatsii [Gender Aspects of Emotional Architecture, Interpretation and Identification of Landscape of Emotions and Emotional Relations in the Organization] // *Menedzhment v Rossii i za rubezhom [Management in Russia and Abroad]*. 2012, no 4, pp. 14–19.
4. *Groshev I.V., Davydova Yu.A.* Korrelyaty polovykh razlichij emotsionalnoj sfery lichnosti [Correlates of Gender Differences of the Emotional Sphere of a Person] // *Sotsialno-ekonomicheskie yavleniya i protsessy [Socio-economic Phenomena and Processes]*. 2006, no. 1–2, pp. 106–111.
5. *Groshev I.V., Krasnoslobodtsev A.A.* Organizatsionnaya kultura [Organizational Culture]. Moscow: Publ. YUNITI-DANA, 2013. 535 p.
6. *Groshev I.V., Krasnoslobodtsev A.A.* Emotsionalnye sily motiva vybora brenda v prizme povedeniya potrebitelya [Emotional Forces of Motive in Choosing Brand through the Prism of Consumer's Behavior] // *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and Abroad]*. 2012, no. 4 (90), pp. 13–28.
7. *Groshev I.V., Krasnoslobodtsev A.A.* Emotsionalnyj brending i povedenie potrebitelya [Emotional Branding and Consumer's Behavior] // *Problemy teorii i praktiki upravleniya. Mezhdunarodnyj zhurnal [Issues of Management Theory and Practice. International Journal]*. 2012, no. 7–8, pp. 119–126.
8. *Groshev I.V., Mishchenko A.A.* Kulturnoe prostranstvo organizatsii: emotsionalnaya sreda [Cultural Space of the Organization: Emotional Environment] // *Problemy teorii i praktiki upravleniya. Mezhdunarodnyj zhurnal [Issues of Theory and Practice of Management. International Journal]*. 2012, no. 9–10, pp. 100–107.
9. *Davydova Ya.A.* Gender Conflictology: Gendernaya konfliktologiya: osobennosti vliyaniya feminizirovannykh i maskulinizirovannykh chert lichnosti na povedenie v konflikte [Peculiarities of Influence of Feminine and Masculine Features of Personality on the Behavior in Conflict]. Germany: . Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH and Co. KG, 2011. 378 p.
10. *Davydova Ya.A.* Issledovanie prichinnoj obuslovlennosti konfliktного povedeniya lichnosti [Research of Causation of Conflict Personality Behavior] // *Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki [Review of Tambov State University. Series: Humanitarian Sciences]*. 2008, no. 2 (58), pp. 397–402.
11. *Elfimova N.V.* Funktsii emotsij v sozdanii motivatsionnogo komponenta deyatel'nosti [Functions of Emotions in Creating the Motivating Component of Activity] // *Emotsionalnaya regulyatsiya deyatel'nosti [Emotional Regulation of Activity]*. Moscow: Publ. Pedagogika, 1987. pp. 24–31.
12. *Ilyin E.P.* Emotsii i chuvstva [Emotions and Feelings]. Spb.: Publ. Piter, 2007. 749 p.
13. *Elster J.* Rationality and the Emotions // *Economic Journal*. 1996, no. 106 (438), pp. 1386–1397. <http://dx.doi.org/10.2307/2235530>
14. *Frank R.* Passions within Reason: The Strategic Role of the Emotions. N.-Y., 1998. 304 p.
15. *Goleman D.* Emotional intelligence. N.-Y.: Bantam Books, 1995. 352 p.
16. *Yerkes R., Dodson J.* The relation of strength of stimulus to rapidity of habit-formation // *Journal of Comparative Neurology and Psychology*. 2008. Vol. 18. November. Issue 5. pp. 459–482. <http://dx.doi.org/10.1002/cne.920180503>