

УДК 159.99

Марарица Л.В.

Санкт-Петербургский Государственный Университет,

Санкт-Петербург, Россия

Нетворкинг: определение феномена и методы измерения¹

Networking Ability and Behavior:

Understanding the Phenomenon and Its Assessment

Аннотация

В настоящей статье рассмотрено понятие нетворкинга как способности и поведения, его операционализация, методы измерения, описаны тенденции в исследованиях. Представлены первый этап адаптации русскоязычной версии шкалы нетворкинга Ферриса и исследование, в котором рассматривается надежность и валидность шкалы. Показана связь нетворкинга с популярностью человека в группе, объемом и диапазоном контактов в виртуальной социальной сети «Вконтакте». Обнаружено, что оценки по шкале нетворкинга не связаны с показателями теста на социальный интеллект Гилфорда и Салливена – этот эмпирический результат рассматривается нами как аргумент в пользу того, что ни один из этих инструментов не позволяет оценить аналитический компонент способности к нетворкингу.

Ключевые слова: нетворкинг, сеть знакомств, межличностные отношения в организации, методы измерения нетворкинга, шкала нетворкинга Дж. Ферриса и др.

Abstract

The concept of networking as the ability and behavior is studied in this article together with its operationalization, methods of measuring and main trends in this field. The first stage of adaptation of Russian language version of Ferris's networking scale with the research of its reliability and validity is presented. The connection between networking and person's popularity in group, the number and range of its contacts in virtual social network "Vkontakte" is shown. It was found out that the rating on the networking scale isn't connected with the results of Guilford and O'Sullivan's social intelligence test. This empirical evidence is treated as an argument for the fact that neither of those methods allow to evaluate the analytical component of the networking ability.

Keywords: networking, social network, interpersonal relationships in organization, networking assessment, networking scale G.R. Ferris et al.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук (Конкурс – МК-2014), проект МК-3198.2014.6 («Способность к сетевому анализу как компонент социального интеллекта личности»)

Введение

В мировой психологии в последние 20 лет широкое распространение получил термин «нетворкинг» (networking). Нетворкинг чаще всего понимается как целенаправленное построение таких отношений с другими людьми, которые позволили бы эффективно реализовывать персональные деловые и организационные цели (при этом имеются в виду, в первую очередь, именно неформальные отношения). Более того, будучи изначально описанным в поведенческих терминах, нетворкинг как раз по своей сути является «правильным социальным поведением» (Wolff, Moser, 2009), которое стоит демонстрировать сотрудникам для того, чтобы добиться успеха и продвинуться вверх по служебной лестнице. Есть также работы, в которых изучается потребная структура социальной сети знакомств, необходимая для формирования «карьерного капитала» (Jokinen et al, 2008). Современный взгляд на успешного человека предполагает взаимодействие с людьми, могущими принять участие в его развитии, а также владение индивидуальными инструментами создания такой сети общения и сами сети как результат направленной деятельности (Марарица, Потявина, 2013; Jokinen et al, 2008). Существует большое количество зарубежных исследований, подтверждающих важность нетворкинга для личных достижений и успеха, его связь с объективными и субъективными показателями успешности карьеры (Broadbridge, 2010; Kumra, Vinnicombe, 2010; Wolff, Moser, 2009; Forret, Dougherty, 2004; Michael, Yukl, 1993). Однако в работах российских ученых нетворкинг практически не упоминается и не изучается на фоне интереса к этой тематике, который отражается в объеме (в основном переводной) научно-популярной литературы.

Понимание сути феномена нетворкинга невозможно без анализа методов его измерения, операционализации. Основной целью статьи является анализ существующих известных методик измерения нетворкинга

(операционализация феномена), а также апробация русскоязычной версии шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег (Ferris et al., 2005). В русскоязычной литературе (по результатам анализа публикаций научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU на октябрь 2014 года) нет работ, посвященных обзору, адаптации подобных методик, и исследований, в которых подобные опросники использовались бы в качестве инструментария. Как правило, межличностные отношения в организации исследуются в терминах социально-психологического климата, корпоративной культуры, коммуникативных способностей руководителей, нам удалось обнаружить лишь исследование с помощью методики оценки компонентов неформальных отношений руководитель-подчиненный, их влияния на лояльность персонала с использованием методики Й. Чен (Григорян, Лебедева, 2014). Поэтому представляется важным проанализировать структуру и особенности методик измерения нетворкинга в том порядке, в котором они были опубликованы авторами, чтобы проследить эволюцию в этой области.

Методы измерения нетворкинга

Шкала нетворкинга Дж. Майкла и Г. Юкла (Networking behavior scale, 1993) – это одна из первых попыток операционализации феномена нетворкинга, его измерения (Michael, Yukl, 1993). Нетворкинг – деятельность менеджеров по развитию и поддержанию сети знакомств (свободно организованной социальной системы, состоящей из множества неформальных отношений сотрудничества). Нетворкинг, по мнению этих авторов, включает в себя следующие виды поведения:

- телефонные разговоры и посещение коллег,
- неформальное общение до и после совещаний и других официальных мероприятий,

- посещение вечеринок, совместных обедов и других неформальных мероприятий,
- прием посетителей и организация их досуга,
- содействие и помощь коллегам,
- наставничество, помощь рекомендацией или советом,
- дарение подарков, поздравление,
- поздравление других людей, выражение восхищения и похвалы,
- заключение союзов (партнерств) и спонсорство,
- передача полезной информации или слухов, которые могут быть важны для другого руководителя,
- неформальные разговоры на темы, не связанные с работой (спорт, семья, досуг и т.п.).

Важно отметить, что опросник включал в себя 19 пунктов про взаимодействие с людьми за исключением прямых подчиненных и начальников, вопросы про неформальный нетворкинг, вопросы про поведение, направленное на решение задач. Каждый пункт оценивался по 6-ти балльной шкале от 1 (никогда) до 6 (очень часто/почти каждый день). Нетворкинг рассматривался авторами в двух направлениях.

- Внутренний нетворкинг (internal networking) как установление и поддержание взаимоотношений с людьми внутри организации (включая непосредственного начальника и подчиненных) (шкала состоит из 11 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.83$). Однако для исследовательских целей авторы используют определение внутреннего нетворкинга, которое включает взаимоотношения с коллегами, которые не являются непосредственными подчиненными и начальниками сотрудника.
- Внешний нетворкинг (external networking) – это установление и поддержание взаимоотношений с людьми вне организации – клиентами, поставщиками, членами профессиональных

ассоциаций и профсоюзов, представителями государства, связанными с деятельностью организации и др. (шкала состоит из 8 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.87$).

Правомерность выделения двух шкал была проверена и доказана при помощи факторного анализа. Авторы показали, что имеется статистически значимая связь обоих видов нетворкинга со скоростью продвижения в организации.

М. Форрет и Т. Доэрти (2001) предложили поведенческую шкалу нетворкинга (Networking behavior scale), состоящую из 28 пунктов (Forret, Dougherty, 2001). Обнаруженные 5 типов нетворкинг-поведения, которые легли в основу 5 субшкал методики, были выведены авторами из эмпирических данных после поискового факторного анализа:

- поддержание и сохранение контактов (maintaining contacts) – сюда вошли такие действия как обмен визитными карточками, электронными письмами и т.д. для того, чтобы оставаться на связи (шкала состоит из 5 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.79$);
- социализация (socializing) – участие в социальном функционировании организации, неформальных практиках общения с коллегами и клиентами (шкала состоит из 7 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.77$);
- вовлеченность в профессиональную активность, среду (engaging in professional activities) – принятие приглашений, выступление с докладами на конференциях, участие в выставках (шкала состоит из 8 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.73$);
- участие в жизни сообщества, общественная активность (participating in community activities) – участие в церковных объединениях, встречи с другими людьми или группами,

общение в клубах (шкала состоит из 4 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.75$);

- рост персональной узнаваемости, заметности, известности внутри организации (increasing internal visibility) – получение новых задач, выполнение которых не может остаться без внимания окружающих, обед с руководителем (шкала состоит из 4 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.65$).

Респонденты отмечают степень своего согласия по шкале из 6-ти пунктов о том, насколько часто они были вовлечены в то или иное нетворкинг-поведение (например, в течение последнего года). Авторы показывают, что разные типы нетворкинг-поведения связаны с различными карьерными результатами. Так, рост персональной узнаваемости и вовлеченность в профессиональную активность связаны с успехом в карьере (доход) и с восприятием этого успеха. Кроме того, они ясно указывают на разность паттернов связей этих типов с успехом у мужчин и женщин (Forret, Dougherty, 2004).

Самым компактным инструментом оценки способности к нетворкингу является *шкала нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег (2005)* из опросника политических навыков руководителя (Political Skill Inventory, PSI) (Ferris et al., 2005), которая часто используется отдельно от остальной методики (см., например, Ng, Feldman, 2010), надежность шкалы по альфа Кронбаха составляет $\alpha=0,87$. Методика PSI разработана для оценки политических навыков в контексте организации, она измеряет способность понимать других людей на работе и использовать это знание, чтобы влиять и достигать личных или организационных целей. Содержит 18 пунктов и 4 шкалы: способность к нетворкингу (networking ability), искренность самопрезентации (apparent sincerity), социальная проницательность (social astuteness), межличностное влияние (interpersonal influence). Респонденты отмечают степень своего согласия с утверждениями по 7-ми бальной шкале: от 1

(совершенно не согласен) до 7 (полностью согласен). При валидации методики авторы показали, что оценки по ней положительно связаны с самомониторингом, политической смекалкой и эмоциональным интеллектом. Отрицательно – с личностной тревожностью. Важно, что результат по методике PSI не связан с общим интеллектом и социальной желательностью, не обнаружено систематических различий по полу и возрасту. Анализ прогностической валидности методики показал, что она предсказывает рейтинг эффективности менеджеров в организации. Шкала нетворкинга связана с использованием таких тактик влияния по классификации Д. Кипниса как: завоевание поддержки начальства, создание поддерживающих коалиций и ассертивность (все эти тактики приводят к увеличению социального капитала личности, к наилучшему положению в социальной сети рабочих контактов).

Самым подробным инструментом анализа персональной способности к нетворкингу является *немецкая 44-пунктовая шкала способности к нетворкингу, разработанная Г. Вольффом и К. Мозером* (Networking scale, 2006) (цит. по Wolff, Moser, 2009). Этот опросник рассматривает нетворкинг как многомерное явление, в основе которого лежит два выделенных теоретически аспекта: (1) структурный аспект «внутреннего» или «внешнего» нетворкинга; (2) функциональный: установление, поддержание или использование социальных контактов. Пересечение этих аспектов нетворкинга составляет шесть шкал опросника:

- установление контактов внутри организации (building internal contacts, шкала состоит из 6 утверждений, описывающих практики поиска и установления контактов с сотрудниками организации, надежность шкалы $\alpha=0.76$);
- поддержание контактов внутри организации (maintaining internal contacts, шкала состоит из 8 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.69$);

- использование контактов внутри организации (using internal contacts, шкала состоит из 8 утверждений, описывающих обращение к другим сотрудникам для решения персональных деловых или организационных задач, надежность шкалы $\alpha=0.75$);
- установление контактов вне организации (building external contacts, шкала состоит из 7 утверждений, использование возможностей для установления контактов с внешними по отношению к организации агентами, надежность шкалы $\alpha=0.82$);
- поддержание внешних контактов (maintaining external contacts, шкала состоит из 7 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.76$);
- использование внешних контактов (using external contacts, шкала состоит из 8 утверждений, надежность шкалы $\alpha=0.76$).

Респонденты отмечают степень своего согласия с каждым из утверждений по 4-х бальной шкале Лайкерта от 1 (никогда/крайне редко) до 4 (очень часто/всегда). Результаты по шкале связаны не только с актуальными показателями продвижения в карьере, доходом менеджера и динамикой роста доходов, но и с субъективной оценкой карьеры, успеха.

Отличительными особенностями методики являются: наличие теоретически обоснованной модели нетворкинга в организации, подробное описание поведения сотрудника в сфере развития рабочих отношений с агентами как внутри, так и вне организации, возможность сравнения профиля по этим сферам. В 2011 году авторы адаптировали англоязычную версию опросника.

В последнее время ведутся попытки связать личность и нетворкинг-поведение, перейти от шкал, которые фиксируют определенные поведенческие практики личности к шкалам и моделям, включающим такие характеристики как желание и склонность устанавливать и поддерживать связи с другими людьми. *П. Тоттерделл и его коллеги (2008) разработали опросник склонности к установлению связей с другими людьми (Propensity to*

connect with others, PCO), тем самым преодолев контекстные ограничения вопросов (например, рабочими отношениями). Они предположили, что эта склонность проявляет себя во всех контекстах общения на протяжении жизни, оказывая заметное влияние, которое распространяется не только на самого актора, но и создает эффекты, выходящие за рамки персональной сети знакомств (Totterdell et al., 2008). Все описанные выше инструменты измерения нетворкинга (по мнению П. Тоттерделла и его коллег) сфокусированы на частных актуальных организационных взаимодействиях (модель Дж. Майкла и Г. Юкла), типах или аспектах организационного нетворкинг-поведения (модель М. Форрет и Т. Доэрти и модель Г. Вольфа и К. Мозера), или целях установления контактов (модель Дж. Ферриса и его коллег), а не на общем, базовом отношении к установлению и поддержанию контактов с другими людьми. Склонность к установлению связей с другими людьми – это отношение человека к завязыванию отношений вне зависимости от их контекста, которое включает три связанных, но различных компонента: завязывание дружеских контактов, знакомств и объединение людей. Эти три компонента соответствуют формированию сильных связей, слабых связей и связей-мостов в социальной сети (преодолевающих структурные дыры в сети, объединяющие разные социальные сети). Шкала состоит из 9-ти пунктов по 3 для каждого из компонентов:

- установление дружеских контактов (making friendships, надежность шкалы $\alpha=0.85$);
- знакомств (making acquaintances, надежность шкалы $\alpha=0.65$);
- объединения других людей (joining others, надежность шкалы $\alpha=0.75$).

Три пункта в каждой шкале измеряют степень, в которой респондент имеет связи подобного рода, легкости, с которой он их устанавливает, и привлекательности установления того или иного вида связей для него. Респонденты отмечают степень своего согласия с каждым из утверждений по

5-ти бальной шкале Лайкерта от 1 (это ко мне не относится) до 5 (точно меня описывает). Авторы проводили конфирматорный факторный анализ для подтверждения заложенной в опроснике модели, им удалось показать, что три первичных фактора выделяются в соответствии с компонентами склонности к установлению связей с другими людьми и вместе входят во вторичный фактор, описывающий склонность в целом (надежность обобщенной шкалы склонности $\alpha=0.85$).

Фокус исследований П. Тоттерделла и его коллег – это связь нетворкинга с личностными особенностями и их инструмент разработан так, чтобы возникла возможность эту связь обнаружить. А значит, поведенческий подход к исследованию нетворкинга расширяется за счет исследования установок по отношению к нетворкингу. К исследованиям подобного рода можно отнести и модель стратегий управления социальным капиталом личности, предложенную российскими авторами Л.Г. Почебут и ее коллегами, в которой ценности установки и ожидания учитываются при изучении соответствующего социального поведения, его операционализации и разработке инструментария (Почебут и др., 2014).

Все шкалы нетворкинга сформулированы в поведенческих терминах, хотя современные определения нетворкинга содержат *способность анализировать* социальную сеть в терминах доступных ресурсов (Van Buren III, Hood, 2011). Конечно, способность к анализу социальной сети и правильное нетворкинг-поведение представляют собой два разных явления, так как понимать, не значит мочь что-то предпринять, уметь добиться нужных результатов. В настоящее время подобные аналитические способности чаще всего оцениваются при помощи очень трудоемких процедур, позволяющих оценить точность восприятия отношений в социальной сети, и способность видеть сеть глазами других людей и управлять их восприятием этих отношений (accuracy of network perception and management of others' perceptions). Кроме того, разрабатывается подход к

исследованию когнитивных схем организации, обсуждается недостаточность «классического» социального интеллекта для описания социально-когнитивных способностей лидера в организации (Balkundi, Kilduff, 2006).

Описание первого этапа адаптации русскоязычной версии шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег (2005)

Перед нами стояла задача не только описания, операционализации феномена нетворкинга, но и пилотная адаптация шкалы нетворкинга на русском языке. Выбор шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег для перевода на русский язык и адаптации был обусловлен следующими моментами:

- простота и прозрачность содержания методики (нетворкинг-поведение),
- представленность содержания, пунктов шкалы в публикации,
- авторами доказана надежность, структура и валидность методики,
- компактность шкалы нетворкинга,
- практика использования шкалы не только на выборке менеджеров, но и других групп (например, студентов), возможность более широкого ее применения.

Первым шагом работы со шкалой стал ее перевод на русский язык методом двойного перевода. Перевод представлен в таблице 1. Далее мы предложили заполнить эту методику в рамках трех исследований, задачей которых являлось:

- 1) определить надежность шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег, рассмотреть ее факторную структуру, проверив гипотезу о наличии общего для всех утверждений фактора (задача выполнялась в рамках всех трех исследований);

- 2) проверить гипотезу 1 о связи оценки по шкале нетворкинга с популярностью человека в группе, его эмоциональной привлекательностью;
- 3) проверить гипотезу 2 о том, что нетворкинг связан с количеством друзей и разнообразием контактов в виртуальной социальной сети;
- 4) проверить гипотезу 3 о том, что социальный интеллект, измеренный при помощи теста Дж. Гилфорда, не связан с нетворкинг-поведением.

Таблица 1 – Шкала нетворкинга опросника Political Skill Inventory (Ferris et al., 2005)

| № пункта | Утверждение на языке оригинала | Перевод (методом двойного перевода) |
|----------|---|---|
| 1 | I spend a lot of time and effort at work networking with others | На работе я трачу много времени и усилий на установление контактов с другими людьми |
| 2 | At work, I know a lot of important people and am well connected | У меня есть хорошие связи, и я знаю многих важных людей на своей работе |
| 3 | I am good at using my connections and networks to make things happen at work | Я умею использовать свои связи и контакты для решения рабочих задач |
| 4 | I have developed a large network of colleagues and associates at work who I can call on for support when I really need to get things done | Я создал(а) на работе большую сеть из коллег и партнеров, к которым я могу обратиться за помощью, когда мне действительно важно решить какие-то вопросы |
| 5 | I spend a lot of time at work developing connections with others | На работе я уделяю много времени развитию отношений с другими людьми |
| 6 | I am good at building relationships with influential people at work | У меня хорошо получается строить отношения с влиятельными людьми на работе |

Описание выборки, методов и процедуры исследования

Исследование 1². Исследование проводилось посредством комбинированного личного и дистанционного опроса в апреле 2014 года. В

² В исследовании принимала участие М.А. Рослякова

исследовании приняли участие 54 студента, обучающиеся совместно в магистратуре факультета психологии СПбГУ. Они представляли собой реальную учебную группу, что важно для нашего исследования (54 человека составили 89% группы). В связи с этим половозрастные особенности выборки не рассматривались как принципиальные при ее формировании: 43 женщины и 11 мужчин в возрасте от 21 года до 48 лет (средний возраст 23,3). В рамках исследования респонденты заполняли шкалу нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег (Ferris et al., 2005) и непараметрический социометрический тест по деловому и эмоциональному критериям («с кем бы Вы хотели готовить учебный проект» и «с кем бы вы пошли обедать») (Волков, 1970). В исследовании проверялась гипотеза 1.

Исследование 2³. Исследование проводилось путем индивидуального опроса респондентов в мае-июне 2014 года. В исследовании приняли участие 55 человек – студентов различных вузов Санкт-Петербурга в возрасте от 18 до 22 лет (средний возраст 19,5 лет), все они были вовлечены в социальную сеть «ВКонтакте». Данная выборка гомогенна по возрасту и уравновешена по полу (31 девушка (56%) и 24 юноши (44%)). Респонденты заполняли шкалу нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег (Ferris et al., 2005), кроме того, они давали разрешение на обработку данных о своих дружеских контактах в социальной сети «ВКонтакте» с целью подсчета двух параметров: количества друзей в виртуальной социальной сети и разнообразии (количестве) социальных групп, к которым относятся друзья респондентов. Информация о том, сколько кластеров, групп можно выделить в виртуальной социальной сети респондента собиралась при помощи специально разработанной программы с алгоритмом MCL (этот алгоритм представлен в работе С.М. Титова (Titov, 2014)). В исследовании проверялась гипотеза 2.

³ В исследовании принимал участие С.М. Титов (Titov, 2014)

Исследование 3⁴. Исследование проводилось онлайн в сентябре-ноябре 2014 года, в нем приняли участие 210 человек, которые рекрутировались через социальные сети. В рамках этого исследования респонденты заполняли шкалу нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег (Ferris et al., 2005), тест на социальный интеллект Дж. Гилфорда и М. Салливена (Михайлова, 1996) с контролем по социально-демографическим характеристикам (возраст, пол, образование, занятость). Чистка выборки проводилась по следующим критериям: возрастная гомогенность (молодежь, возраст 18-30 лет), полнота заполнения всех форм, наличие опыта работы (не важно, работает ли в данный момент респондент). В итоге выборку исследования составили 155 человек, из которых 88 женщин (56,8%) и 67 мужчин (43,2%), средний возраст 23,3, уровень образования у подавляющего большинства респондентов – высшее или неполное высшее. В исследовании проверялась гипотеза 3.

Результаты и их интерпретация

Рассмотрим результаты *по первой задаче исследования – проверке надежности русскоязычной версии шкалы нетворкинга и ее структуры*. Для простоты сравнения результатов приведем данные, полученные в рамках всех трех исследований. В таблице 2 приводятся результаты по надежности шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег, а в таблице 3 – корреляции каждого из пунктов с оценкой по шкале в целом.

Таблица 2 – Показатели надежности русскоязычной версии шкалы нетворкинга

| Оценка надежности (альфа Кронбаха) | Исследование 1 (n=54) | Исследование 2 (n=55) | Исследование 3 (n=155) |
|---|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Надежность 6-ти пунктовой шкалы | $\alpha=0.86$ | $\alpha=0.82$ | $\alpha=0.74$ |
| Надежность 5-ти пунктовой шкалы (при исключении 1 пункта) | $\alpha=0.87$ | $\alpha=0.84$ | $\alpha=0.83$ |

⁴ В исследовании принимала участие К.Н. Кошман

Таблица 3 – корреляции пунктов со шкалой русскоязычной версии шкалы нетворкинга

| № | Утверждение | Исследование 1 (n=54) | Исследование 2 (n=55) | Исследование 3 (n=155) |
|---|---|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| 1 | На работе я трачу много времени и усилий на установление контактов с другими людьми | 0,546 | 0,391 | -0,065 |
| 2 | У меня есть хорошие связи, и я знаю многих важных людей на своей работе | 0,619 | 0,693 | 0,620 |
| 3 | Я умею использовать свои связи и контакты для решения рабочих задач | 0,691 | 0,612 | 0,618 |
| 4 | Я создал(а) на работе большую сеть из коллег и партнеров, к которым я могу обратиться за помощью, когда мне действительно важно решить какие-то вопросы | 0,782 | 0,690 | 0,661 |
| 5 | На работе я уделяю много времени развитию отношений с другими людьми | 0,779 | 0,650 | 0,429 |
| 6 | У меня хорошо получается строить отношения с влиятельными людьми на работе | 0,765 | 0,712 | 0,696 |

Итак, как мы видим, русскоязычная версия шкалы нетворкинга в целом может считаться надежной. Но первый пункт этой шкалы: «На работе я трачу много времени и усилий на установление контактов с другими людьми», особенно в исследовании 3, оказывается не связанным со шкалой и его присутствие ощутимо снижает надежность и согласованность шкалы. Чтобы лучше прояснить этот момент обратимся к результатам конфирматорного факторного анализа. Статистики применимости факторного анализа к нашим данным оказались удовлетворительными (тест КМО и тест сферичности Бартлетта). Факторный анализ проводился методом максимального правдоподобия, так как для него доступны статистики качества модели (goodness-of-fit test) в используемой нами программе статистической обработки данных (SPSS v.17). Сначала рассчитывались показатели качества модели для однофакторного решения (таблица 4 и 5).

Таблица 4 – Показатели качества однофакторных решений

| Показатели качества однофакторной модели | Исследование 1 (n=54) | Исследование 2 (n=55) | Исследование 3 (n=155) |
|--|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Объясненная дисперсия | 57,3% | 48,8% | 44,7% |
| Показатели качества модели (goodness-of-fit test) | хи-квадрат 9,458, p=0,092 | хи-квадрат 36,231, p=0,000 | хи-квадрат 17,375, p=0,043 |

Таблица 5 – Факторные нагрузки пунктов шкалы для однофакторного решения

| № | Утверждение | Исследование 1 (n=54) | Исследование 2 (n=55) | Исследование 3 (n=155) |
|----------|---|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 1 | На работе я трачу много времени и усилий на установление контактов с другими людьми | 0,572 | 0,303 | -0,125 |
| 2 | У меня есть хорошие связи, и я знаю многих важных людей на своей работе | 0,659 | 0,897 | 0,755 |
| 3 | Я умею использовать свои связи и контакты для решения рабочих задач | 0,785 | 0,805 | 0,760 |
| 4 | Я создал(а) на работе большую сеть из коллег и партнеров, к которым я могу обратиться за помощью, когда мне действительно важно решить какие-то вопросы | 0,883 | 0,784 | 0,821 |
| 5 | На работе я уделяю много времени развитию отношений с другими людьми | 0,842 | 0,531 | 0,403 |
| 6 | У меня хорошо получается строить отношения с влиятельными людьми на работе | 0,667 | 0,834 | 0,825 |

Как мы видим, только в исследовании 1 модель приближается к приемлемым показателям, соответствующим нашим ожиданиям (и только для него по критерию Кайзера выделяется один фактор с собственным значением выше единицы). Только в этом исследовании факторную нагрузку первого пункта можно считать указывающей на его включенность в общий фактор. В исследовании 3 первый пункт имеет низкую и отрицательную нагрузку по общему фактору, а факторная нагрузка по пятому пункту ниже

принятой в психологии нормы для включения переменной в фактор при конфирматорном анализе (0,40).

Полученные результаты заставили нас перейти к поисковому факторному анализу для 2 и 3 исследований. По критерию Кайзера в них выделяются два фактора с собственными значениями выше единицы. Показатели качества двухфакторных моделей представлены в таблице 6, метод извлечения – метод максимального правдоподобия, метод вращения факторов – варимакс.

Таблица 6 – Показатели качества двухфакторных решений

| Показатели качества двухфакторной модели | Исследование 1 (n=54) | Исследование 2 (n=55) | Исследование 3 (n=155) |
|---|--------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Объясненная дисперсия после вращения | - | 73,3% | 58,7% |
| Показатели качества модели (goodness-of-fit test) | - | хи-квадрат 7,779, p=0,005 | хи-квадрат 1,797, p=0,773 |

Двухфакторное решение в целом воспроизводилось и при других методах извлечения и вращения, что может говорить о его устойчивости. В таблице 7 представлены факторные нагрузки пунктов шкалы для двухфакторного решения, важным моментом оказалось то, что с точки зрения состава факторов, факторные решения обоих исследований совпадают, именно поэтому мы и приводим факторное решение для 2 исследования, которое имеет низкие показатели качества модели.

Таблица 7 – Факторные нагрузки пунктов шкалы для двухфакторного решения

| № | Утверждение | Факторные нагрузки по 1 фактору после вращения | | Факторные нагрузки по 2 фактору после вращения | |
|---|---|--|------------------|--|------------------|
| | | Иssl-е 2 (n=55) | Иssl-е 3 (n=155) | Иssl-е 2 (n=55) | Иssl-е 3 (n=155) |
| 1 | На работе я трачу много времени и усилий на установление контактов с другими людьми | 0,047 | -0,073 | 0,998 | 0,698 |
| 2 | У меня есть хорошие связи, и я знаю многих важных людей на своей работе | 0,869 | 0,708 | 0,193 | -0,099 |
| 3 | Я умею использовать свои связи и контакты для решения рабочих задач | 0,840 | 0,676 | 0,068 | -0,176 |
| 4 | Я создал(а) на работе большую сеть из коллег и партнеров, к которым я могу обратиться за помощью, когда мне действительно важно решить какие-то вопросы | 0,730 | 0,830 | 0,263 | -0,059 |
| 5 | На работе я уделяю много времени развитию отношений с другими людьми | 0,392 | 0,358 | 0,639 | 0,538 |
| 6 | У меня хорошо получается строить отношения с влиятельными людьми на работе | 0,871 | 0,890 | 0,124 | 0,069 |

Как мы видим, двухфакторное решение с точки зрения состава факторов и распределения нагрузок по факторам непротиворечиво и позволяет переходить к его интерпретации. Во втором исследовании после вращения первый фактор объясняет 40% дисперсии, а второй – 33,3%, в третьем исследовании первый фактор объясняет 44,9%, а второй – 13,7% дисперсии. В первый фактор вошли пункты, в которых утверждается наличие «хорошей» сети знакомств на работе и умение ее использовать, а во второй – фактор усилий, временных инвестиций в развитие рабочих контактов. К сожалению, в рамках проведенного нами исследования не представляется возможным однозначно ответить на вопрос о том, с чем связано отделение 1 и 5 пунктов в отдельный фактор. Мы можем лишь обозначить причины, почему это могло произойти:

- при переводе пунктов шкалы могла проявиться негативная коннотация для фразы «трачу много времени и усилий» первого пункта шкалы, тогда второй фактор можно интерпретировать как фактор затратности построения отношений, в этом случае успешные «нетворкеры» могут оценивать эти пункты ниже; интересно, что ответы именно студентов-психологов (исследование 1) по всем пунктам собираются с единую шкалу, возможно, как раз потому, что они иначе воспринимают инвестиционную составляющую отношений;
- одним из возможных объяснений мог бы быть социально-демографический состав выборки, но сходная двухфакторная структура была получена нами дважды, а возраст респондентов не является помехой для использования методики (Дж. Феррис и его коллеги использовали студенческие выборки для апробации своей методики (Ferris et al., 2005)); кроме того, в исследовании 3 участвовали только респонденты, имеющие опыт работы в организации;
- наконец, возможно, что для нашей выборки (особенно для учащейся и работающей молодежи до 30 лет, не психологов) признание усилий при построении отношений с другими людьми означает скорее то, что у них что-то не получается не так легко, как должно было бы.

В любом случае решение о пересмотре содержания шкалы может приниматься только после попытки переформулировать первый пункт методики.

Распределения ответов респондентов по пунктам шкалы и итоговая результирующая оценка по шкале не отличаются от нормального. Различий по полу в ответах респондентов исследований 2 и 3 не выявлено, другие социально-демографические особенности не анализировались либо по

причине гомогенности выборки по ним, либо из-за невозможности сформировать сравнимые подвыборки.

Следующие две задачи связаны с подтверждением валидности русскоязычной версии шкалы нетворкинга. Рассмотрим результаты по *второй задаче исследования* – проверке гипотезы о связи оценки по шкале нетворкинга с популярностью человека в группе, его эмоциональной привлекательностью для других (измеренной при помощи непараметрического социометрического теста). Гипотеза подтвердилась: обнаружена связь нетворкинга с социометрическим статусом по деловому критерию (коэффициент корреляции Спирмена $0,2785$) и по эмоциональному (коэффициент корреляции Спирмена $0,3861$). Результаты показывают, что неформальные контакты лучше получается устанавливать у тех, у кого высокие показатели по шкале нетворкинга, что может рассматриваться как аргумент в пользу валидности шкалы.

Рассмотрим результаты по *третьей задаче исследования* – проверить гипотезу 2 о том, что нетворкинг связан с количеством друзей и разнообразием контактов в виртуальной социальной сети. Оказалось, что виртуальное окружение (друзья в социальной сети «ВКонтакте») во многом совпадает, по оценкам самих респондентов, с их реальным окружением (в среднем на 92%, стандартное отклонение 23%). Это позволяет говорить о том, что большинство контактов сети знакомств отражаются в виртуальной социальной сети. Но мы не можем утверждать: 1 – что контакты, которые там (в виртуальной сети) не представлены, по своему характеру и статусу аналогичны представленным; 2 – что структура виртуального социального окружения подобна структуре реального окружения личности (см., например, Grieve et al., 2013). Возможны разнообразные «эффекты отсутствия в виртуальной сети» крайне важных в том или ином контексте контактов, это может стать темой отдельного исследования. Среднее количество друзей в социальной сети «ВКонтакте» составило $234,53 \pm 169,48$ (от 33 до 819

контактов в статусе «друзья»), среднее количество кластеров (виртуальных контактных групп), в которые объединяются «друзья» респондентов – $24,25 \pm 20,08$ (минимум 5, максимум 93). Гипотеза проверялась при помощи коэффициента корреляции Пирсона, обнаружены сильные связи нетворкинга с количеством «друзей» в виртуальной социальной сети «Вконтакте» ($r=0,644, p \leq 0,001$) и с количеством кластеров в виртуальной сети знакомств ($r=0,486, p \leq 0,001$) (Titov, 2014). Полученный результат полностью подтверждает выдвинутое нами предположение и, даже с учетом поправки на то, что оценивалась виртуальная сеть знакомств сайта «Вконтакте», можно говорить о потенциально большем социальном ресурсе тех респондентов, которые имеют высокие оценки по шкале нетворкинга.

Рассмотрим результаты по *четвертой задаче исследования* – проверить гипотезу 3 о том, что социальный интеллект, измеренный при помощи теста Дж. Гилфорда и М. Салливена, не связан с нетворкинг-поведением. Все шкалы нетворкинга (и шкала Дж. Ферриса и его коллег не исключение) сформулированы в поведенческих терминах, хотя определения нетворкинга иногда и содержат *способность анализировать* социальную сеть в терминах ресурсов (Van Buren III, Hood, 2011). Тем не менее, прямая проверка связи нетворкинга и социального интеллекта (именно он отвечает за способность понимать других людей) представляется нам крайне интересной, так как, с одной стороны, за умением налаживать полезные социальные связи должно стоять умение их анализировать, и тогда связь должна обнаруживаться. Но, с другой стороны, ни классический тест на социальный интеллект Дж. Гилфорда и М. Салливена (и другие тесты на социальный интеллект тоже), ни шкалы нетворкинга явно не включают подобный аналитический компонент. Результаты показывают отсутствие значимых связей пунктов шкалы нетворкинга и общей оценки (не важно, с включением или исключением пункта 1) с общим показателем теста на социальный интеллект и четырьмя его субтестами (коэффициент корреляции Спирмена варьируется

от -0,167 до -0,26). Это можно интерпретировать как отсутствие в классических тестах на социальный интеллект субтестов, позволяющих оценить умение анализировать социальную сеть в терминах доступных ресурсов и понимать, как видят ее другие. Конечно, связь подобных способностей и правильного нетворкинг-поведения тоже не может быть однозначно высокой, так как понимание не всегда приводит к правильному действию.

Выводы и обсуждение

Подводя итоги анализа методик измерения нетворкинга можно выделить *три тенденции в понимании и операционализации феномена нетворкинга.*

- 1) Первые инструменты основывались на простых идеях о наличии внутри- и вне-организационных связей и их важности для развития карьеры, типы нетворкинг-поведения обнаруживались авторами апостериорно, на основе эмпирических данных. Современные опросники основываются на априорных моделях, что говорит о значительном прогрессе в исследовании феномена.
- 2) Происходит не только уточнение компонентов нетворкинга, но и расширение области исследований за счет включения в опросники категорий, которые выходят за рамки поведенческих описаний. Исследователи стремятся заглянуть в «черный ящик», узнать, какие личностные основания и конструкты могут использоваться в целях углубления понимания этого феномена.
- 3) Намечается расширение контекста исследования нетворкинга, что отражается и на требованиях к инструментам. Опросники на нетворкинг всегда состояли из утверждений, привязанных к организационному контексту, сейчас появились инструменты,

которые можно использовать вне контекста организации или вообще универсальные, нечувствительные к контексту.

Конечно, подобные изменения связаны не только с продвижением в понимании и уточнением самого концепта «нетворкинг», но и все большей его востребованности, осознания важности социального ресурса и его большей доступности в эпоху виртуального общения, когда затраты на поиск и установление контактов становятся не так значимы, возможности впечатляющи, а осознанное и разумное планирование и построение своей сети знакомств – тем моментом, который может быть критическим фактором достижения успеха и благополучия.

В рамках *первого этапа адаптации русскоязычной версии шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег* были получены данные, которые показывают необходимость ее дальнейшей доработки. Тем не менее, в исследовании представлены данные, показывающие валидность шкалы через связь с 1 – показателями популярности и эмоциональной привлекательности и 2 – размером виртуальной сети знакомств «Вконтакте», диапазоном контактов. Последнее исследование вкупе с анализом шкал нетворкинга, представленным в статье, показывает, что способность анализировать сеть знакомств, по всей видимости, не представлена и не измеряется ни шкалами нетворкинга, ни классическими тестами на социальный интеллект. Хотя важность этой способности и стремление найти внутриличностную основу успешного нетворкинг-поведения, безусловно, является трендом современных исследований лидерства и построения карьеры.

Главным ограничением исследования является, безусловно, характер выборки, в нашем исследовании принимала участие молодежь (18-30 лет), полученные результаты не могут быть перенесены, например, на выборку руководителей без дополнительного исследования. Кроме того, мы были ограничены в выборе методов исследования, в частности, социального интеллекта из-за отсутствия адаптированных русскоязычных версий

альтернативных инструментов оценки социального интеллекта. Мы применили мультисерийный дизайн на первом этапе адаптации русскоязычной версии шкалы нетворкинга Дж. Ферриса и его коллег для повышения надежности результатов. В дальнейшем планируется доработка русскоязычной версии шкалы нетворкинга, проверка его надежности и валидности на выборке руководителей.

Список использованных источников

1. Волков И.П. Социометрические методы в социально-психологических исследованиях. Л.: Изд. ЛГУ, 1970. 78 с.
2. Григорян Л.К., Лебедева Н.М. Кросс-культурное исследование роли неформальных связей в формировании организационной лояльности // Экспериментальная психология, 2014. Том 7. № 2. С. 128–147.
3. Марарица Л.В., Потявина В.В. Социальный капитал как фактор карьерного развития // Социальная психология в образовательном пространстве. Научные материалы I Международной научно-практической конференции (16–17 октября 2013 г.). М.: ГБОУ ВПО МГППУ, 2013. С. 278-279.
4. Михайлова (Алешина) Е.С. Методика исследования социального интеллекта: Руководство по использованию. СПб: ГП "ИМАТОН", 1996. 34 с.
5. Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В. Социальный капитал личности. М.: ИНФРА-М, 2014. 250 с.
6. Balkundi P., Kilduff M. The ties that lead: A social network approach to leadership // The Leadership Quarterly, 2006. V. 17(4). P. 419–439.
7. Broadbridge A. Social capital, gender and careers: evidence from retail senior managers. Equality, Diversity and Inclusion // An International Journal, 2010. V. 29 (8). P. 815-834.
8. Ferris G.R., Treadway D.C., Kolodinsky R.W., Hochwarter W.A., Касмар С.Д., Douglas C., Frink D.D. Development and Validation of the Political Skill Inventory // Journal of Management, 2005. V. 31(1). P. 126–152.
9. Forret M.L., Dougherty T.W. Correlates of networking behavior for managerial and professional employees // Group Organization Management September, 2001. V. 26(3). P. 283-311.

10. Forret M.L., Dougherty T.W. Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women? // *Journal of Organizational Behavior*, 2004. V. 25(3). P. 419–437.
11. Grieve R., Indian M., Witteveen K., Tolan G.A., Marrington J. Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? // *Computers in Human Behavior*, 2013 V. 29(3). P. 604–609.
12. Jokinen T., Brewsterb C., Suutaria V. Career capital during international work experiences: contrasting self-initiated expatriate experiences and assigned expatriation // *The International Journal of Human Resource Management*, 2008. V. 19(6). P. 979-998.
13. Kumra S., Vinnicombe S. Impressing for Success: A Gendered Analysis of a Key Social Capital Accumulation Strategy // *Gender, Work and Organization*, 2010. V. 17(5). P. 521–546.
14. Michael J., Yukl G. Managerial Level and Subunit Function as Determinants of Networking Behavior in Organizations // *Group & Organization Management*, 1993. V. 18(3). P. 328-351.
15. Ng T.W.H., Feldman D.C. The Effects of Organizational Embeddedness on Development of Social Capital and Human Capital // *Journal of Applied Psychology*, 2010. V. 95(4). P. 696–712.
16. Titov S.M. Personal virtual social network state and networking competence // *First International Conference on Social Network Analysis*, 20-21 November 2014, poster presentation.
17. Van Buren III H., Hood J. Building student competency to develop power and influence through social capital // *Journal of Management Education*, 2011. V. 35(5). P. 648-678.
18. Wolff H.G., Moser K. Effects of Networking on Career Success: A Longitudinal Study // *Journal of Applied Psychology*, 2009. V. 94(1). P. 196-206.