

**XXV Международный междисциплинарный симпозиум «Пути России»
30-31 марта 2018 года**

**Московская высшая школа социальных и экономических наук (МВШСЭН)
Российская Академия народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС).**

**Секция «Стиль лидерства или микрополитическая компетентность:
пути развития организационной эффективности»**

Кудрявцева Елена Игоревна
кандидат психологических наук
доцент департамента менеджмента
НИУ «Высшая школа экономики»
Санкт-Петербург
eikudriavtseva@hse.ru

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОНТЕКСТ:

МИКРОПОЛИТИКА И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ

Введение в научный дискурс термина «микрополитика» позволяет объединить не только несколько методологических подходов, уходящих корнями в различные научные дисциплины, но и обнаружить новые исследовательские перспективы в, казалось бы, давно изученных областях. Так, в области организационных отношений, изучаемых экономистами, социологами, психологами и специалистами по менеджменту, применение концепции микрополитики обогащает представления о сущности механизмов, приводящих в действие очевидные и хорошо исследованные процессы, такие как формирование стратегии (Narayanan, Fahey, 1982), лидерство (Winkler, 2010), в частности – распределенное лидерство (Piot, Kelchtermans, 2016), и организационные изменения (Bacharach, Bamberger and Sonnenstuhl, 2000). Микрополитический подход позволяет раскрыть интересы акторов «невидимого менеджмента» (Sjostrand, Santberg, Tyrstrup, 2002), продвигающих свою позицию в системе, насыщенной формализованными институциями и рациональными инструментами принятия решений. Микрополитика рассматривается как разрушительный по своей природе ресурс

компенсации институциональных дефицитов (Пугачев, 2002) и как источник позитивных инноваций (Neuberger, 2006; Langley, Denis, 2011).

Результат действия микрополитических механизмов описывается, соответственно, как завоевание влияния (Пугачев, 2002), продвижение интересов (Bacharach, Bamberger and Sonnenstuhl, 2000) или достижение их баланса (Piot, Kelchtermans, 2016). Эти качественные характеристики описывают микрополитический результат как состояние, не подлежащее детальной операционализации. В то же время в иных исследованиях, проводимых в рамках психологии и экономики труда, описано явление, которое вполне может претендовать на статус продукта микрополитики. Это – организационный контекст, который в этих исследованиях рассматривается как система влияния на поведение и действия работников, выходящего за рамки институцированных норм и правил, и часто вступающего с ними в противоречие (Mowday, Sutton, 1993). Организационный контекст ограничивает диапазон разнообразия, формирует ожидания и представления о норме, определяет причинно-следственные связи и диктует точку зрения, формирует представления о непрямым зависимостях, создает основание для чувствительности к малым изменениям, формирует артефакты, влияющие на достоверность выводов и оценок (Johns, 2006), создавая для работника основание для оценки организации как дружественной или недружественной по отношению к нему (Gableta, Vodak, 2014). Фактически, микрополитику любого организационного актора можно рассматривать как претензию на достижение той или иной роли в формировании контекста.

Понимая микрополитику как субъективную технологию создания, поддержания и изменения организационного контекста, важно ответить на вопрос о том, какое влияние на реализацию микрополитики на самом деле оказывают организационные институты. Этот вопрос, фактически, не исследован, а изложенные в литературе позиции сводятся к тому, что микрополитика и формализованные институты являются конкурирующими и взаимодополняющими силами.

Наше исследование вопросов карьерного продвижения специалистов в область должностей линейного и среднего менеджмента позволяет утверждать, что современные организации находят баланс интересов именно посредством определения зон, в которых микрополитика конкретных акторов считается не только возможной (дозволительной), но и полезной. Указанный баланс создается за счет того, что, в зависимости от организационной стратегии, отдельным работникам передается «пространство влияния» в зоне линейного или среднего менеджмента. Нами установлено, что быстро развивающаяся ритейлинговая организация ищет работников, способных оказывать влияние, и продвигает их на позиции линейных менеджеров, что соответствует стратегии экстенсивного развития. Постепенно теряющая лидерские позиции телекоммуникационная компания, реализующая оборонительную стратегию, ведет активный поиск лиц, оказывающих влияние, как кандидатов на позиции среднего менеджмента.

Микрополитика выходит из тени и ставится на службу организационному менеджменту. Из явления, находящегося за пределами очевидности (Langley, Denis, 2011), она поступательно превращается в самостоятельную организационную институцию, обладающую гибкостью и способную отвечать на вызовы агрессивной среды гораздо точнее, чем формализованные организационные институты.