

Кооперативные стратегии поведения в конкурентной среде

Т. Ю. Базаров, Ю. С. Шевченко



Базаров Тахир Юсупович
доктор психологических наук,
профессор кафедры социальной
психологии факультета психологии
МГУ им. М.В. Ломоносова.



Шевченко Юрий Сергеевич
аспирант кафедры социальной
психологии факультета психологии
МГУ им. М.В. Ломоносова.

О конкуренции можно говорить как о форме столкновения и борьбы несовместимых интересов. В широком смысле конкуренция представляет собой взаимоотношения между субъектами, стремящимися к обладанию одними и теми же объектами (благами, ценностями) (Шмелев, 1997). Наиболее острая форма конкуренции – конфликт – является показателем дисгармонизации отношений в группе (Андреева, 2004).

В целом конкурентную среду характеризуют следующие параметры:

- ограниченность ресурсов внешней среды;
- наличие субъектов с несовместимыми интересами;
- достижение цели одним субъектом блокирует достижение цели для другого.

Вместе с тем, в предпринимательской организационной культуре, для которой характерно наличие конкурентной среды, другие субъекты воспринимаются как средство собственного развития. Самосознание субъекта состоит из оценки себя в «зеркале оценок других» и сравнение себя с другими в плане достижения результата (Базаров, 2007). В конкурентной среде мотивация ее участников может определяться ситуацией брошенного вызова, варьируя в очень широком диапазоне: от легкого спортивного азарта до жгучей ненависти к противостоящему субъекту и готовности действовать наперекор ему всегда и везде. Противодействие имеет сильную тенденцию изменять направление раз-

вития непредсказуемым образом (Поддьяков, 2006). Таким образом, необходимо отделять позитивные и негативные эффекты конкуренции и исследовать факторы, влияющие на их возникновение. Как указывает Е.А. Климов, «есть тонкая грань между помыслами о своем профессиональном развитии, с одной стороны, и помыслами о своей конкурентоспособности и реализации ее, «работая локтями», с другой» (Климов, 2004, с. 78).

В зарубежной социальной психологии сотрудничество и соперничество часто противопоставляли. При этом под кооперацией понимали отношения взаимопомощи в решении конкретной задачи (Нестик, 2005). Кооперативное поведение рассматривалось как выражение эмоциональной привязанности и реализации потребностей (З. Фрейд, А. Адлер, А. Байон, У. Беннис, Г. Шепард, У. Шутц), как динамическое свойство группы как целого (К. Левин), как когнитивная согласованность индивидов (Л. Фестингер), как нахождение своей идентичности (А. Тэшфел), как отнесение себя в одну категорию с другими (Д. Тернер), а также через подражание (Н. Миллер, Д. Доллард, А. Бандура, Г. Тибо, Д. Келли, Г. Хоманс) и через «проигрывание роли» (Д. Мид, Г. Блумер, Т. Шибутани, М. Дойч, Р. Мертон).

В отечественной традиции кооперация понималась как «координация единичных сил участников (упорядочивание, комбинирование, суммирование этих сил)» (Андреева, 2004, с. 98).

А.И. Донцов отмечал, что «целостная система активности взаимодействующих индивидов выступает в качестве способа реализации определенного вида совместной деятельности, а сама группа — как ее совокупный субъект в исторически конкретном общественном контексте» (Белинская, Тихомандрицкая, 2003, с. 180). Принцип единства общения и деятельности обуславливает восприятие кооперативных отношений как единства интерактивных, перцептивных и коммуникативных действий.

Мы согласны с определением кооперации, которое приводят С. Альпер, Д. Тжосволд и К. Ло. Согласно ему, в данном исследовании под кооперативным поведением подразумевается набор характеристик, которые способствуют организации совместной деятельности, а именно: обмен информацией, оказание поддержки, учет точки зрения другого, положительное влияние друг на друга, открытое обсуждение противоположных мнений, совместное принятие решений, положительное отношение друг к другу (Alper, 1998).

Существование кооперации в конкурентной среде порождает вопрос: за счет чего возможна координация взаимных усилий в условиях дефицита ресурсов и противоречивых интересов субъектов взаимодействия? На кооперативное поведение в конкурентной среде оказывают влияние индивидуально-личностные, ситуационные и организационно-культурные переменные. На уровне личности функционируют коллективистические и индивидуалистические установки, которые определяют модели убеждений, установок, норм, ценностей и типы поведения индивида в социальной ситуации. Можно предположить, что коллективизм (и, соответственно, индивидуализм) делится на два вида: в одном случае акцент делается на взаимозависимости и единстве (он называется горизонтальным), в другом — подчеркивается значимость служения группе (он может быть назван вертикальным) (Триандис, 2007).

На уровне группы на кооперацию оказывает влияние степень групповой рефлексии: насколько активно члены

повой рефлексии. Она позволяет группе, сплоченной эмоционально, объединяться для анализа, постановки или изменения инструментальной групповой цели. Бюрократическая организационная культура строится, с одной стороны, на иерархии и, с другой стороны, на использовании технологий. Можно предположить наличие конкуренции «в вертикали власти» между начальниками и подчиненными. На горизонтальном уровне конкуренция может возникнуть при выходе сотрудника за пределы своих компетенций. В конкурентной среде для данной культуры оптимальна кооперативная стратегия синхронизации и специализации. В предпринимательской организационной культуре конкуренция понимается как «игра по правилам», в которой индивидуальный результат является критерием успеха. Конкуренция в вертикальных отношениях выражается в стремлении устанавливать правила. Это зависит от имеющихся ресурсов, в том числе репутации и социальных связей. В конкурентной среде для данной культуры оптимальна кооперативная стратегия формирования надгрупповой идентичности, которая может объединять конкурентов, если она способствует выработке правил, единых для всех. Партнерская (партиципативная) организационная культура понимается как культура, в которой в силу творческого характера деятельности результат заранее не определен. Конкуренция осуществляется в предметной сфере между различными способами решения стоящей перед группой задачи. Объединяющим началом для группы лиц, имеющих различные интересы, является принадлежность к определенной профессии. В конкурентной среде для данной культуры наиболее оптимальной является кооперативная стратегия импровизации в процессе выработки совместного способа действий.

Эмпирическое исследование

В первом экспериментальном исследовании мы рассматривали влияние коллективистических установок и степени рефлексии малой группы на кооперативное поведение в конкурентных условиях. Во втором экспериментальном исследовании в центре внимания были типы организационно-культурных предпочтений. Объектом первого эмпирического исследования являлись 8 малых групп по 5–6 человек. Во втором исследовании приняли участие 5 групп по 12 человек. Общий объем выборки составил 120 человек в возрасте 18–60 лет обоих полов (в экспериментальных группах — 103 человека, в пилотаже — 17 чело-

В предпринимательской организационной культуре, для которой характерно наличие конкурентной среды, другие субъекты воспринимаются как средство собственного развития.

На основании анализа исследований конкуренции и кооперации можно сказать, что данные два типа взаимодействия могут быть теоретически представлены в виде двух шкал, независимых по отношению друг к другу. О высоком уровне конкуренции и кооперации можно говорить, когда имеет место:

- введение элементов конкуренции в кооперативных условиях с целью повышения эффективности деятельности;
- установление сотрудничества между конкурирующими субъектами для регуляции отношений;
- кооперативное поведение в индивидуалистических целях (феномен прагматичного альтруизма).

Зарубежные исследователи отмечают, что таким коллективным субъектам, как организации, зачастую приходится одновременно и соревноваться, и сотрудничать в сфере бизнеса. Кооперация рассматривается в контексте теории игр и понимается как возможность создания прибавочной ценности продукта для клиента за счет объединения компании-производителя с другими игроками на рынке (Bradenburger, Nalebuff, 1998).

группы анализируют, обсуждают и изменяют групповые цели, свою позицию по отношению к ним, пути их достижения. Если проанализировать процесс увеличения степени групповой рефлексии посредством воздействия на внешние ситуационные переменные, то можно выделить ряд важных факторов. Среди них особое место занимает ролевое распределение как основа композиции группы, децентрация как способ активизации поиска решений и механизм консенсуса как способ принятия групповых решений.

На уровне организации выделяют типы организационных культур (органическая, бюрократическая, предпринимательская и партнерская), которые различаются по способам функционирования и развития кооперативного поведения (Управление персоналом, 2006). Для органической организационной культуры характерно повышенное внимание к сохранению целостности самой группы и эмоциональным межличностным связям между людьми. В конкурентной среде для данной культуры оптимальна кооперативная стратегия груп-

век). Специфика выборки: студенты (в первом исследовании), руководители в средних и крупных организациях (во втором исследовании).

Основные гипотезы

1. Совместное варьирование факторов уровня индивидуальных коллективистических установок, низкой и высокой степени рефлексии малой группы по-разному влияет на уровень кооперативного поведения при решении групповой задачи.

2. Варьирование факторов типа организационно-культурных предпочтений членов группы по-разному влияет на уровень кооперативного поведения в малой группе.

Дополнительные гипотезы

1. Фактор индивидуальных коллективистических установок влияет на эффективность индивидуальной деятельности в малой группе.

2. Варьирование факторов типа совместной деятельности членов группы по-разному влияет на уровень кооперативного поведения в малой группе.

Процедура и методики исследования Исследование №1

Для проверки гипотез было проведено два экспериментальных исследования. Первое носило квазиэкспериментальный характер и было выполнено на основе многофакторного плана (таблица 1).

В основе экспериментального воздействия лежало решение двух творческих задач в малой группе. В качестве

первой независимой переменной (А) выступил фактор индивидуальных коллективистических установок членов группы. Данная переменная задавалась на уровне формирования групп согласно результатам предварительного измерения установок, проведенного с помощью опросника Г. Триандиса (Триандис, 2007). В ходе исследования для формирования групп использовалась шкала коллективизма. При отборе испытуемых в группы с низким и высоким значением этого фактора был установлен критерий в одно стандартное отклонение от среднего значения по всей выборке. В качестве второй независимой переменной (В) выступил фактор степени групповой рефлексии. Эта переменная задавалась на стадии инструктирования группы.

В качестве зависимой переменной выступил уровень кооперативного поведения в малой группе (субъективная оценка деятельности групп по критериям кооперативного поведения, проводимая членами групп до и после объявления правильного ответа) и эффективность группового решения задачи. Для проверки дополнительной гипотезы о связи переменных с индивидуальной эффективностью в качестве зависимой переменной также выступила успешность индивидуального выполнения задачи.

После проведения данного эксперимента перед нами встала задача изучения организационно-культурных факторов, которые были исследованы во вто-

ром эксперименте, проведенном уже на материале деловой игры.

Исследование №2

Данное исследование также носило квазиэкспериментальный характер и было выполнено на основе многофакторного плана (таблица 2).

Основой экспериментального воздействия была деловая игра, в которой приняли участие 5 групп. Количество человек в одной группе – 12. Каждая группа представляла собой компанию, которая занималась производством и продажей игровой продукции, конкурируя с другими компаниями. В качестве первой независимой переменной (С) выступил фактор предпочтения типа организационной культуры. Данная переменная задавалась за счет процедуры диагностики и формирования групп. Диагностика осуществлялась за день до проведения экспериментального исследования в ходе упражнения с использованием различных типов организационных культур (Базаров, 2009). В качестве второй независимой переменной (D) выступил фактор типа совместной деятельности, который в деловой игре контролировался с помощью учета принадлежности участников к отделам компании, выполняющим различные функции. Данная переменная задавалась на стадиях организации деятельности, инструкции группе и стимульного материала.

Основная зависимая переменная выражалась в успешности выполнения групповой задачи (прибыль компании за

Таблица 1. План эксперимента 1

| | | | | | |
|---|---|------|-----|------|-----|
| И | Р | A1B1 | O11 | A1B2 | O12 |
| И | Р | A1B2 | O21 | A1B1 | O22 |
| И | Р | A2B1 | O31 | A2B2 | O32 |
| И | Р | A2B2 | O41 | A2B1 | O42 |
| И | Р | A3B1 | O51 | A3B2 | O52 |
| И | Р | A3B2 | O61 | A3B1 | O62 |

Где:

НП 1 — А1 - низкий уровень индивидуальной коллективистической установки;
А2 — средний уровень индивидуальной коллективистической установки;
А3 — высокий уровень индивидуальной коллективистической установки;
НП 2 — В1 - низкий уровень рефлексии группы;
В2 — высокий уровень рефлексии группы;

И — процедура измерения уровня НП 1;

Р — процедура подбора членов групп согласно результатам измерения;

О — измерение результата действия эксперимента;

ЗП — уровень кооперативного поведения при выполнении групповой задачи.

Таблица 2. План эксперимента 2

| | | | | | | | |
|---|---|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| И | Р | C1B11 | O11 | C1B12 | O12 | C1B13 | O13 |
| И | Р | C1B21 | O21 | C1B22 | O22 | C1B23 | O23 |
| И | Р | C1B31 | O31 | C1B32 | O32 | C1B33 | O33 |
| И | Р | C1B41 | O41 | C1B42 | O42 | C1B43 | O43 |
| И | Р | C2B11 | O51 | C2B12 | O52 | C2B13 | O53 |
| И | Р | CnBn | On | CnBn | On2 | CnBn | On3 |

Где:

НП 1 — С1 — предпочтение органического типа организационной культуры;
С2 — предпочтение бюрократического типа организационной культуры;
С3 — предпочтение предпринимательского типа организационной культуры;
С4 — предпочтение партиципативного типа организационной культуры;
НП2 — D1 — совместно-взаимодействующий тип деятельности;
D2 — совместно-последовательный тип деятельности;
D3 — совместно-индивидуальный тип деятельности;
D4 — совместно-творческий тип деятельности;

И — процедура измерения уровня НП 1 (С);

Р — процедура подбора участников в группы;

О — процедура измерения результата действия эксперимента;

ЗП — эффективность выполнения групповой задачи.

всю игру). В качестве зависимой переменной также выступил индивидуальный уровень кооперативного поведения каждого из участников. Он измерялся количеством личных денежных вкладов, которые участники осуществляли в общий бюджет компании в ситуации выбора трижды: до начала игры, после первого периода и после второго периода. Дополнительно в качестве зависимых переменных выступили удовлетворенность групповой деятельностью и уровень индивидуальной рефлексии. Их фиксация и измерение осуществлялись посредством заполнения индивидуального опросника после завершения деловой игры.

связано с процессом социализации коллективистического типа, при котором человек не получает достаточного опыта самостоятельно инициированного вхождения и выхода из социальных групп.

По показателю «Желание еще раз принять участие в игре с тем же составом участников» группа индивидов с низкими коллективистическими установками (в дальнейшем «индивидуалисты») и группа «коллективистов» получили значительно меньший результат, чем группа, набравшая средние показатели по коллективизму (в дальнейшем группа «средних»). При этом и «индивидуалисты», и «коллективисты» были менее удовлетворены организацией рабо-

няться тем, что «коллективисты» стремятся к установлению эмоциональных отношений, а конфликты воспринимаются ими как отрицательные явления, несущие угрозу существованию группы. Для «коллективистов» часто характерны явления конформизма и огруппления мышления — из-за стремления сохранить согласие внутри группы некоторые противоречия могут быть сглажены и проигнорированы. Таким образом, для «коллективистов» необходимо заботиться не только об организации, но и о создании положительных эмоциональных связей внутри группы.

Результативность участников с низким и высоким уровнем коллективизма оказалась ниже, чем результативность участников со средними значениями по данному параметру. Можно высказать предположение о связи параметра эф-

Зарубежные исследователи отмечают, что таким коллективным субъектам, как организации, зачастую приходится одновременно и соревноваться, и сотрудничать в сфере бизнеса.

В качестве методов обработки данных применялись:

- однофакторный дисперсионный анализ;
- многофакторный дисперсионный анализ (two-way 2x2 ANOVA);
- критерий U Манна — Уитни.

Обсуждение полученных результатов

В первом исследовании на уровне отдельных индивидов была обнаружена связь степени выраженности коллективистических установок с оценкой таких параметров кооперативного поведения, как: реализованные группой возможности, желание еще раз принять участие в игре с тем же составом участников, удовлетворенность атмосферой и организацией. Что касается шкалы индивидуалистических установок, ее значимых связей с показателями кооперативного поведения обнаружено не было.

В группе индивидов с высоким уровнем коллективистической установки (в дальнейшем — группе «коллективистов») оценка процента реализованных возможностей группы ниже (рисунок 1).

«Коллективисты» могут иметь более высокие ожидания по отношению к группе. Ориентированные на внутригрупповую гармонию и установление личных отношений, они чаще всего склонны рассматривать группу в качестве средства достижения не только инструментальных, но и социально-эмоциональных целей. «Коллективисты» могут испытывать больший дискомфорт при вхождении в новую группу, чем их более индивидуалистичные коллеги. Вероятно, это

ты, чем группа «средних», и только «коллективисты» менее, чем другие, удовлетворены атмосферой в группе. На наш взгляд, эти данные могут свидетельствовать о различной природе формирования кооперативных отношений в группах «коллективистов» и «индивидуалистов». Группа «индивидуалистов» менее удовлетворена инструментальным аспектом организации работы и испытывает меньшее желание участвовать в деловой игре в том же составе участников. Данный факт может быть обусловлен тем, что личные цели для «индивидуалистов» более важны, чем цели группы. Для них задача организации конкретизируется в следующем аспекте: как создать условия для того, чтобы все участники группы поняли, что их цели являются взаимозависимыми?

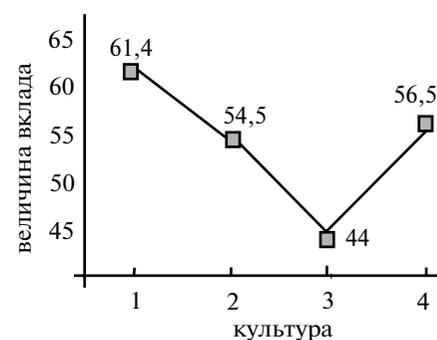
Для группы «коллективистов» характерна более низкая удовлетворенность и атмосферой и организацией работы. Низкая удовлетворенность атмосферой, на наш взгляд, указывает на то, что для «коллективистов» кооперация в большей степени основывается на установлении положительных эмоциональных отношений. Несмотря на то, что в группах был максимально гомогенный состав, атмосфера для «коллективистов» оказалась менее удовлетворительной. Можно предположить, что организация работы и создание атмосферы для «коллективистов» являются взаимосвязанными процессами. Их позицию можно сформулировать так: «как мы можем организовать работу без создания положительных отношений?». Это может объяс-

Рисунок 1. Зависимость оценки процента реализованных возможностей от уровня коллективизма



По критерию Манна — Уитни высокий уровень коллективизма (3) имеет значимые отличия от среднего ($Z = -2,700$; $a = 0,007$).

Рисунок 2. Зависимость величины кооперативных вкладов от типа организационно-культурных предпочтений.



- 1 — Органическая
- 2 — Бюрократическая
- 3 — Предпринимательская
- 4 — Партнерская

фективности с обсуждаемыми выше причинами неудовлетворенностью организацией работы. В группе «индивидуалистов» это касалось непосредственно организации работы и трудностей в установлении взаимозависимых целей. В группе «коллективистов» данная связь существует также с неудовлетворенностью атмосферой в группе, что может свидетельствовать о важности эмоциональных отношений для достижения ими высокого индивидуального результата.

Взаимного влияния степени групповой рефлексии и уровня коллективистической установки на кооперативное поведение обнаружено не было. При этом было выявлено влияние высокого уровня рефлексии и типов задач на индивидуальную результативность. При решении первой — дивергентной — задачи, ориентированной на поиск оригинального решения, высокая рефлексия не способствовала увеличению количества вариантов. При решении второй — конвергентной — задачи, ориентированной на анализ ситуации, высокая групповая рефлексия вызвала увеличение количества продуктивных версий.

При проверке во втором исследовании гипотезы о влиянии различных типов организационно-культурных предпочтений на кооперативное поведение выяснилось, что группа индивидов, предпочитающих предпринимательский тип организационной культуры, оказалась значительно менее кооперативной, чем другие группы (рисунок 2).

Данный факт соответствует представлениям о предпринимательской культуре как культуре индивидуалистов — людей, ориентированных на достижение личных целей. Возможная причина индивидуализма заключается в их «чувствительности» к самой идее сравнения людей друг с другом, которое осуществляется при построении рейтинга. Не исключено и появление дополнительных мотивов соревновательного свойства: «набрать больше баллов, чем другие». Интересно, что при этом достижение первенства может не иметь функционального назначения: участникам была дана неопределенная инструкция относительно того, что они могут сделать со своими баллами. Такого рода позицию представителей предпринимательской культуры можно обозначить как «соревнование ради соревнования». В процессе деловой игры у участников была возможность договариваться внутри групп (компаний в деловой игре) и влиять друг на друга в вопросах траты денег при очередном выборе. Можно отметить, что этому влиянию индивиды, предпочитающие предпринимательскую организационную культуру, подда-

ются в меньшей степени, чем другие, хотя они были равномерно распределены соответственно типам совместной деятельности.

В ходе деловой игры испытуемым трижды полагалось принимать решение о распоряжении своими средствами: до начала игры и получения инструкций, после первого и после второго игрового периода (рисунок 3).

Ситуация первого выбора интересна тем, что позволяет рассмотреть влияние типов предпочтения организационной культуры без смешения с дополнительными переменными, вызванными опытом совместной деятельности в процессе деловой игры. Более низкое кооперативное поведение индивидов с предпочтением предпринимательской организационной культуры подтвердилось еще на этапе отсутствия какой-либо игровой деятельности. Для индивидов же с предпочтением бюрократической организационной культуры были получены неожиданные результаты в виде самого высокого уровня кооперативного поведения. Это может объясняться тем, что, во-первых, для таких индивидов в большей степени характерна нормативная регуляция деятельности и ориентация на существующие стандарты, которые в эксперименте были заданы через инструкции ведущего (определить количество акций, которое участники готовы вложить в собственную компанию). Во-вторых, это может быть связано с их низкой склонностью к конкурентному поведению. Возможно, в ситуации выбора представители бюрократической куль-

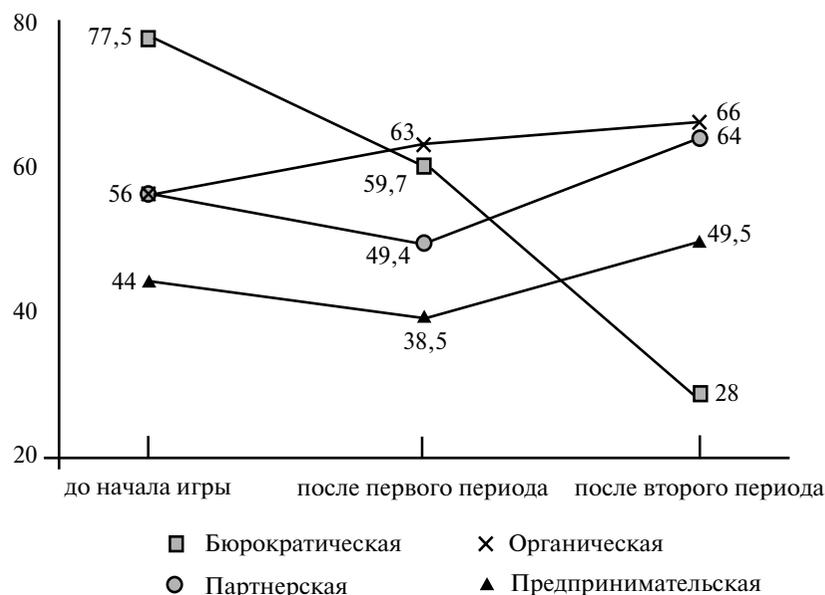
туры личным целям предпочитают цели группы. Для внутригрупповой идентификации оказывается достаточным номинальная принадлежность к группе в виде получения роли сотрудника определенного отдела. В-третьих, более высокий вклад индивидов этого типа возможно проинтерпретировать как проявление лояльности к организаторам игры и стремление таким образом заработать статус в группе.

В ситуации второго выбора (после первого игрового периода) значимых отличий между вкладами групп не обнаружено. На наш взгляд, это связано с нивелированием различий, объясняемым с одной стороны, общим снижением количества личных денежных средств, с другой, — большим включением фактора совместной деятельности внутри группы в целом.

Влияние типа совместной деятельности на уровень кооперативного поведения в малой группе не обнаружено. При этом, однако, было выявлено значимое взаимное влияние факторов организационной культуры и принадлежности к группе, представляющей собой компанию в деловой игре, на количество кооперативных вкладов в игру. Возможно, это связано с проведениями перед каждым игровым периодом общих совещаний, благодаря которым участники в большей степени идентифицировали себя с компанией в целом, чем с конкретной ее частью, выполняющей определенный тип совместной деятельности.

Проверяя гипотезу о влиянии организационно-культурных предпочтений членов группы на кооперативное пове-

Рисунок 3. Вариативность величины кооперативных вкладов представителей различных типов организационно-культурных предпочтений на протяжении деловой игры



дение, мы имели возможность проследить за таким параметром существования групп, как их эффективность, выраженная в результативности. В ситуации деловой игры была продемонстрирована эффективность стратегии комплектования групп на основе создания гетерогенной структуры на уровне различных типов совместной деятельности, но однородной внутри одного типа совместной деятельности.

Выводы

1. Положительный эффект существования конкурентной среды заключается в создании особого типа межличностных отношений. Они строятся на основании оценивания индивидуумом себя в «зеркале оценок других» и сравнения себя с другими по степени достижения результата. Другой индивидуум в предпринимательской культуре воспринимается в качестве ресурса для развития, а собственная личность как капитал с самовозрастающей стоимостью.

2. Уровень индивидуальной коллективистической установки по-разному влияет на удовлетворенность и результативность индивида в малой группе. При решении творческой задачи индивиды с высоким уровнем коллективистической установки менее удовлетворены организацией работы и атмосферой в группе, отмечают более высокий процент нереализованных возможностей группы. Индивиды с низким уровнем коллективистической установки также менее удовлетворены организацией работы в группе, чем индивиды со средним ее уровнем.

3. Влияние степени групповой рефлексии на эффективность зависит от структуры задачи, стоящей перед группой. В частности, повышение эффективности работы группы возможно за счет внедрения механизмов групповой рефлексии при решении творческих задач, требующих не только поиска большого количества оригинальных решений, но и анализа и планирования стратегии их реализации.

4. Для индивидов с различными типами организационно-культурных предпочтений оптимальны различные стратегии кооперативного поведения. Органической организационной культуре наиболее соответствует стратегия групповой рефлексии; бюрократической — синхронизация; предпринимательской — идентификация; партнерской — импровизация.

5. Предпочтение предпринимательского типа организационной культуры ведет к менее кооперативному поведению. Предпочтение бюрократического типа организационной культуры связано с более кооперативным поведением

в ситуации номинальной принадлежности к малой группе.

6. Можно выделить две стратегии воздействия на группу: стратегию формирования (через инициацию развития) и стратегию комплектования. В случае создания проектных команд более эффективной является стратегия комплектования — объединение индивидов со сходным типом организационно-культурных предпочтений внутри одного типа совместной деятельности. На уровне различных типов совместной деятельности эффективнее объединять индивидуумов с различными типами организационно-культурных предпочтений.

7. Повышение эффективности групповой деятельности возможно, если добиться соответствия между такими переменными, как тип организационно-культурных предпочтений члена группы и тип совместной деятельности.

от людей с предпочтением предпринимательской культуры можно ожидать более низкой кооперации в условиях создания механизма рейтинга, для тех же, кто предпочитает бюрократическую среду, желательно создавать условия для идентификации с организацией, которые будут способствовать повышению их кооперативного поведения.

Продолжение исследований в данной сфере возможно в плане дальнейшего изучения механизмов, опосредующих восприятие и поведение индивида в группе от уровня осознания им цели до принятия решений о совместном действии. На уровне группы актуальны исследования процессов группового обсуждения и научения на собственном опыте. На уровне организации представляется важным изучение социальных сетей, проектной деятельности и развития горизонтальных отношений между сотрудниками в различных типах совместной деятельности.

Одним из результатов нашей работы стало понимание нелинейности шкалы воздействия коллективистической установки на кооперативное поведение в группе.

Заключение

Проблема существования кооперативных отношений в конкурентной среде не представляется разрешенной. В частности, до конца не проясненным остается ряд вопросов. Как создавать в команде атмосферу доверия и взаимного уважения, одновременно поощряя индивидуальную инициативу? Как способствовать диалогу различных точек зрения, в котором «рождается истина»? Как обеспечить доверие в ситуации неопределенности? В современной ситуации кризиса, которую многие называют кризисом доверия, актуальным является также решение задачи нахождения новых ресурсов для сотрудничества.

Одним из результатов нашей работы стало понимание нелинейности шкалы воздействия коллективистической установки на кооперативное поведение в группе. Нам представляется, что два полюса данной шкалы, которые мы условно обозначили как индивидуализм и коллективизм, образуют основание для различных стратегий кооперации в условиях конкурентной среды. Для «индивидуалистов» кооперация направлена на создание условий взаимозависимости целей, для «коллективистов» — скорее на формирование положительных эмоциональных отношений в группе. Учитывая особенности организационных культур,

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. — М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Базаров Т.Ю. Психологические грани изменяющейся организации. — М.: Аспект Пресс, 2007.
3. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология: Хрестоматия: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2003.
4. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения. — М.: Академия, 2004.
5. Нестик Т.А. Исследования совместной деятельности в современной зарубежной социальной психологии // Журавлев А.Л. Психология совместной деятельности. — М.: ИПРАН, 2005.
6. Подьяков А.Н. Психология конкуренции в обучении. — М.: ГУ ВШЭ, 2006.
7. Триандис Г.К. Культура и социальное поведение. — М.: Форум, 2007.
8. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ ДАНА, 2006.
9. Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. — М.: Магистр, 1997.
10. Alper S., Tjosvold D., Law K. Interdependence and controversy in group decision making: antecedents to effective self-managing teams // Organizational behavior and human decision processes. — 1998. — 74 (1).
11. Bradenburger A., Nalebuff B. Co-opetition. — New York: Currence doubleday, 1998.