

Секция «Организационная психология и психология менеджмента»

Влияние конкурентного взаимодействия на уровень доверия в малой группе

Азимова Назокат Тельмановна

Студент (специалист)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

E-mail: psy10@inbox.ru

1990-е годы - это годы стремительного роста интереса к доверию как социальному и психологическому явлению. Доверие называют «социальным капиталом», «скрепами общества», указывая на исключительную важность этой неуловимой, неосвязаемой, неформализуемой составляющей человеческой жизни. В общественных науках доверие как объект исследования выходит на одно из первых мест. Исследование доверия становится модой и показателем современного уровня развития социальных наук [3]. Однако основной импульс этому интересу был задан не самими учеными, а запросами практики из различных сфер человеческой жизнедеятельности.

Согласно современным представлениям, конкуренция выступает как основной фактор развития, а конкурентоспособность расценивается как качество успешной организации. При этом считается, что правильно смоделированная конкурентная ситуация деятельности сотрудников, способствует повышению уровня доверия внутри организации [4]. Известно также, что в предпринимательской организационной культуре, которая характеризуется наличием конкурентной среды, другие субъекты воспринимаются как возможность и средство для собственного развития и достижения поставленных целей, а самосознание ее субъектов включает в себя оценку себя в «зеркале оценок других» и сравнении себя с другими по отношению к достижению результата [1],[2].

Доверие членов организации друг другу определяет степень эффективности командной работы, межличностного взаимодействия и организационного успеха в целом. При этом эффективность групповой работы может повышаться как при кооперативных, так и при конкурентных условиях. Очень долгое время считалось, что конкуренция и сотрудничество не могут сосуществовать вместе. В связи с этим, возникает вопрос, о возможно ли повышение уровня доверия внутри группы в условиях соперничества и конкуренции?

Были выдвинуты следующие гипотезы:

1. Конкурентный тип взаимодействия ведет к снижению уровня доверия в малой группе.
2. Кооперативный тип взаимодействия ведет к повышению уровня доверия в малой группе.

С целью проверки выдвинутых гипотез, был осуществлен лабораторный эксперимент, в ходе которого было смоделировано два типа взаимодействия: конкурентный и кооперативный. В каждой ситуации приняли участие по 25 человек, которые образовали 5 малых групп по 5 человек в каждой (всего 50 испытуемых). В конкурентной и кооперативной ситуации в качестве экспериментального воздействия выступило выполнение испытуемыми двух заданий с определенными условиями, которые обуславливали тип внутригруппового взаимодействия (конкуренция или кооперация). Возрастной состав выборки: от 18 до 35 лет. Участники эксперимента, объединенные в одну группу, не были знакомы друг с другом, ранее они не взаимодействовали и не выполняли совместно общую деятельность.

В результате проведенного экспериментального исследования было установлено:

1. В условиях конкурентных внутригрупповых взаимоотношений происходит повышение уровня доверия внутри группы.

2. В кооперативных условиях уровень доверия внутри группы повышается за счет повышения сплоченности группы, свидетельствующей о консолидации участников.

3. Конкуренция способствуют изменению когнитивных и поведенческих компонентов представления о доверии. При этом аффективный компонент остается неизменным.

4. В ситуации кооперации изменения охватывают все структурные компоненты представления о доверии: когнитивный, аффективный и поведенческий.

В качестве перспективы запланировано исследование, в котором (по условиям эксперимента) будут объединены конкурентные и кооперативные основания совместной деятельности. По нашему предположению, в этих условиях существенное значение будет иметь согласованность доверия и недоверия в группе.

Источники и литература

- 1) Базаров Т.Ю. Психологические грани изменяющейся организации. М.: Аспект Пресс, 2007.
- 2) Базаров Т.Ю., Шевченко Ю.С. Кооперативные стратегии поведения в конкурентной среде // Национальный психологический журнал, №1 (3), 2010. – СС. 80-86.
- 3) Шихирев П.Н. Бесценный и неограниченный ресурс организации // Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации. М.: Дело, 2000. – сс 7-10.
- 4) Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1997.