МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЛИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Материалы I Всероссийской
молодежной научной конференции
21–23 октября 2010 г.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТОМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2011

ТРУДЫ ТОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
Том 278 Серия психолого-педагогическая

К СПЕЦИФИКЕ ПСИХОЛОГО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ МОЛОДЕЖНЫХ БИЗНЕС-КОМАНД

М.С. Щеглова, Ю.В. Сметанова

Раскрывается понятие команды. Выявляется специфика командной работы в современных молодежных бизнес-командах на примере мероприятия по командообразованию в рамках психолого-образовательного сопровождения инновационного конкурса.

TO SPECIFICITY OF PSYHOLOGICAL AND EDUCATIONAL SUPPORT OF YOUTH BUSINESS-TEAM

M.S. Scheglova, J.V. Smetanova

The concept of a command is reveal in the article. Specificity of command work in modern youth business commands comes to light on an action example on team-formation within the limits of psychological and educational support of innovative competition.

В России к проблеме командообразования обратились лишь в 70-х гг. прошлого столетия, однако наибольшую актуальность данная проблематика приобрела в связи с переходом на рыночные отношения. С этого момента вопросы командообразования нашли свое место в умах специалистов из разных областей: менеджеров, социологов, психологов и др.

В попытке определить содержание понятия «команда» психологи (Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М., 2001; Dyer, 1987; Constantine, 1991 и др.) занимаются выделением специфических признаков команды, принципов ее работы, внешних и внутренних показателей успешности команды, а также причины, по которой команда как таковая может образоваться.

Зачастую команду определяют как группу людей, объединенную общей целью. Но, как показывает практика последних лет, общая цель – это достаточное условие для команды, созданной на короткий промежуток времени, а для команды, люди в которой работают бок о бок многие годы, общая цель – необходимое, но вовсе не единственное условия создания эффективной команды. В свою очередь, в социальной психологии существует эквивалент понятия «команда» – малая группа, под которой понимается немногочисленное по составу объединение людей, члены вовлечены в общую социальную деятельность, связаны непосредственным взаимодействием и находятся в прямом личном общении, способствующем возникновению эмоциональных отношений, выработке и развитию групповых норм (Г.М. Андреева, А.Л. Журавлев, В.П. Поздняков). Точно так же и команда достаточно часто характеризуется наличием неформальных позитивно окрашенных отношений и схожих ценностных ориентаций. Очевидно, что команда должна иметь не только общую цель, но и схожую систему убеждений о стратегии, тактике и средствах достижения поставленной цели.

Таким образом, можно сказать, что команда – сложное многомерное явление, психологические основания, законы создания и эффективного взаимодействия ко-

торого являются актуальной проблемой современности, в которой командное взаимодействие является неотъемлемой частью профессионального и экономического роста как для организации, в рамках которой существует команда, так и для каждого ее члена.

Особую важность эта проблема приобретает в ситуации развития предпринимательства в России. Ведь почти любое предпринимательское дело требует именно командной работы, а результат, производительность, рост, авторитет и многое другое в компании будут зависеть именно от работы всей подобранной команды в целом, а не только от специфики менеджмента и личности лидера. Необходимость наличия командных компетенций в сфере предпринимательства выражена и в основных требованиях работодателей, владельцев и учредителей компаний.

В таком развороте мы бы хотели обратиться к рассмотрению проблем командообразования на примере работы с современными молодежными бизнес-командами в рамках программы психолого-образовательного сопровождения конкурса «БИТ-Сибирь».

«БИТ-Сибирь» – региональный этап Всероссийского инновационного конкурса научно-технических проектов, где молодые предприниматели и разработчики готовых к коммерциализации проектов представляют свои бизнес-планы и идеи на суд инвесторов. Отметим, что спецификой таких инновационных конкурсов является требование к формированию на выходе реальных работающих бизнес-команд, которые и будут воплощать поддержанную инвесторами идею в жизнь. С 2009 г. в работе конкурса «БИТ-Сибирь» принимают участие психологи факультета психологии ТГУ, реализуя программу психолого-образовательного сопровождения участников конкурса.

В рамках конкурса «БИТ-Сибирь-2010» был проведен тренинг по командообразованию, представлявший собой командно-ролевую игру с элементами проектирования. В ходе игры участники, поделившись на команды, разрабатывали мини-проект по заранее заданной теме, где их основная задача – создание проекта, его представление перед другими командами и участие в обсуждении каждого представленного проекта.

Рассматривая динамику работы команд на протяжении всего мероприятия, необходимо отметить, что на момент распределения ролей часто происходило выпадение участников из командной работы. Отличительной особенностью многих команд на начальном этапе также является отсутствие так называемой связанности (cohesiveness), содержательно сходным, но несколько более широким аналогом которой является термин «сплоченность группы» (Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М., 1991). Данная проблема тормозит развитие командного «духа» и «командности» (teamness). В какой-то степени все это является отражением отсутствия явных лидеров, которые бы взяли на себя ответственность за слаженную работу участников и распределили роли в команде. На эту проблему часто обращают внимание организаторы и эксперты инновационных конкурсов. Также это может свидетельствовать о слабом уровне развитости командных компетенций и выраженных индивидуалистических позициях многих участников, актуализации которых в некоторой степени способствует сама ситуация конкурса.

Наблюдение также позволило выявить низкий уровень рефлексии участников по отношению к собственной роли в команде, слабую самоорганизацию и тенденцию прибегать к защитным реакциям (в том числе – смех, попытки добиться консультации и поддержки от экспертов-наблюдателей, формирование оппозиционно настроенных микрогрупп внутри команды и т.д.). В дальнейшем все это находит свое отражение и в низком качестве результата (незавершенность проекта и невысокий уровень презентации).

Таким образом, результаты нашей работы позволили выявить основные проблемы командообразования в современных молодежных бизнес-командах. Данные проблемы, как показывает практика, могут быть решены лишь при условии включения психолого-образовательных мероприятий в практику сопровождения бизнес-команд и разработки специализированных мероприятий по развитию командных компетенций участников.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Богомаз С.А.* Программа исследования коммуникативной компетентности и личностного потенциала инновационно-ориентированной вузовской молодежи: Методическое руководство для психологов, практикующих в сфере инновационной и предпринимательской деятельности, а также работающих в системе повышения квалификации, найма и отбора персонала. Томск: ТГУ, 2010. С.41.

2. *Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М.* Социальная психология малой группы: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. 318 с.