

**Предпочтение конкурентных и кооперативных стратегий поведения в виртуальных и реальных группах**

**Научный руководитель – Базаров Тахир Юсупович**

***Курбанова Зиёдахон Зафар кизи***

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: ziyodaccs@gmail.com*

В современном мире большое количество людей пользуется Интернетом для общения и передачи информации. Единая виртуальная реальность может объединять абсолютно разных людей с разных точек земного шара для общей цели. Благодаря Интернету происходит виртуализация реального мира, замещение реальных объектов их образами, симуляциями [2]. В виртуальной реальности люди часто объединяются в группы по интересам, а также для решения каких-то общих задач, поэтому данное исследование будет актуальным для изучения разных стратегий поведения в разных типах групп.

В нашем исследовании мы изучаем конкурентные и кооперативные стратегии поведения в реальных и виртуальных группах. Для начала дадим определение конкурентной и кооперативной стратегиям поведения. «Конкуренция- одна из основных форм организации социального и межличностного взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей, интересов в условиях противоборства с добивающимися этих же целей и интересов другими индивидами или группами. Конкуренция обычно отличается сильной персональной вовлеченностью в борьбу, активизацией субъекта действия, частичной деперсонализацией представлений о противнике. Конкуренция тем не менее генетически связана с кооперацией, поскольку конкурентное взаимодействие требует установления определенных правил и регулирующих санкций, без которых она вырождается в открытую войну» [1]. В нашем случае конкуренция как тип межличностного взаимодействия рассматривается с точки зрения социального взаимодействия, когда существует четкая цель и все действия участников направлены на достижение этой цели.

Конкуренция открывает новые возможности накопления знаний и опыта, а одним из инструментов такого накопления становится кооперация. Поменяв местами слагаемые (конкуренцию и кооперацию), можно заключить, что эти явления взаимосвязаны и дополняют друг друга.

В социально-психологических исследованиях понятие кооперации получило популярность благодаря работам М.Дойча. В.МақДуголл объяснял кооперацию через стремление подражать другому, которое является формой инстинктивного поведения [5]. Кооперация одна из основных форм организации межличностного взаимодействия, характерная объединением усилий участников для достижения совместной цели при одновременном разделении между ними функций, ролей и обязанностей.

На данный момент увеличивается количество исследований, связанных с виртуальной реальностью, в связи с актуальностью данной тематики. Отмечаются и тенденции, препятствующие эффективному поведению в сложных виртуальных реальностях [3]. Исследований, связанных именно со стратегиями поведения в виртуальных группах намного меньше, что и является проблематикой данной области. Так, целью нашего исследования является сравнить выраженность кооперации/конкуренции при решении групповых задач в реальных/виртуальных группах. В гипотезах нашей работы отражены предположения

о том, что стратегия поведения членов группы (кооперация/конкуренция) будет зависеть от типа группы (реальная/виртуальная и знакомая/незнакомая).

В нашем исследовании приняли участие студенты высших учебных заведений с 1 по 4 курс. Общее количество 40 человек, из них 20 человек в реальной группе и 20 человек в виртуальной группе.

В исследовании применялись следующие методики:

1. Методика наблюдения для анализа процесса взаимодействия Р.Бейлза [4].
2. Анкета-самоотчета (Базаров Т.Ю., Шевченко Ю.)

Наше исследование включало наблюдение за реальными группами, а также за виртуальными группами. Помимо того, что мы собрали реальные и виртуальные группы, мы еще соединили их по критерию знакомости и незнакомости людей между собой. В реальной и виртуальной группах были по 2 группы, в которых люди между собой были знакомы, а также по 2 группы абсолютно незнакомых между собой людей.

Виртуальная группа была создана в мессенджере Telegram, в которой участники общались только при помощи видеосообщений.

Также для более точного наблюдения в реальной группе весь процесс взаимодействия записывался на видеокамеру, для того чтобы исключить возможные упущения наблюдения.

Полученные в результате эмпирического исследования данные обрабатывались в программе Microsoft Office Excel 2010 и в статистическом пакете SPSS 16.

При подсчете с помощью непараметрического метода Манна-Уитни мы подтвердили нашу частную гипотезу о том, что в знакомых группах будет преобладать кооперативная стратегия поведения. По нашим результатам видно, что в знакомых группах намного больше выражены позитивные эмоции, нежели чем в незнакомых группах.

Также при помощи непараметрического метода Манна-Уитни мы получили данные о том, что в реальных группах выраженности позитивных эмоций больше, чем в виртуальных. Данные результаты подтверждают нашу частную гипотезу о том, что в реальных группах преобладает кооперативная стратегия поведения.

Двухфакторный дисперсионный анализ анкеты-самоотчета показал нам, что в виртуальной группе, между знакомыми и незнакомыми людьми есть различия в удовлетворенности работой группы. Для более точного определения мы провели непараметрический метод Манна-Уитни и выяснили, что в виртуальных знакомых группах выраженности удовлетворенности от всей работы вышли больше, чем в знакомых реальных группах. Также Манна-Уитни показал, что в виртуальных знакомых группах выраженности удовлетворенности выше, чем в виртуальных незнакомых группах.

В результате проведенного исследования мы выявили, что на проявление кооперативных и конкурентных стратегий поведения влияет то, в какой группе взаимодействуют люди. Также мы выявили, что на проявление той или иной стратегии поведения влияет и удовлетворенность членом группы взаимодействием с остальными участниками процесса, а также всей атмосферы в целом. Полученные данные в дальнейшем могут послужить материалом для более глубокого исследования данной сферы.

### Источники и литература

- 1) Ахадова, Н.А. Особенности отношения к конкуренции в сферах политики и предпринимательства в современной России: автореф. дис. ... канд. психол. наук / Н.А. Ахадова. – СПб.: СПбГУ, 2004.
- 2) Базаров Т.Ю., Шевченко Ю.С. Кооперативные стратегии поведения в конкурентной среде // Национальный психологический журнал. №1(3). – 2010.

- 3) Войскунский А.Е. Гуманитарные исследования в Интернете. – М.: Terra-Можайск, 2000.
- 4) Bales R.F. Die Interactionanalyse: Ein Beobachtungsverfahren zur Untersuchung kleiner Gruppen // Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung / Hrsg. R. König. – Köln, 1972. – S. 148-167.
- 5) McDougall, W. (2001). An introduction to social psychology (R. Wozniak, Intro.) New York & London: Continuum International.