

## Проявление конкурентной и кооперативной стратегии поведения в реальных и виртуальных группах в условиях пандемии COVID-19

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 связи с последними событиями пандемии COVID-19, переход к новым типам коммуникации не обошел стороной ни одну из сфер жизнедеятельности населения. В том числе изменив общественное восприятие коммуникаций и общения между людьми. В современном мире множество людей пользуется интернетом для нахождения определенной информации, для развлечения и отдыха, но в период пандемии, особая актуальность использования интернетом была уделена именно коммуникативному аспекту, передаче информации. Единая виртуальная реальность объединила абсолютно разных людей с разных точек земного шара для общей цели. Цифровизация давно стала неотъемлемой частью жизни современного человека. А в период пандемии коронавирусной инфекции она вошла в жизнь даже тех, кто этому еще пытался сопротивляться, поэтому данное исследование будет актуальным для изучения разных стратегий поведения, а именно конкурентной и кооперативной, в разных типах групп.

В нашем исследовании мы изучаем конкурентные и кооперативные стратегии поведения в реальных и виртуальных группах. Конкуренция всегда рассматривается в рамках, как минимум, двух противоборствующих сторон. Использование термина «конкуренция» в большом количестве различных наук говорит об огромной роли конкуренции в современном мире, в основе которой лежит общее понимание конкуренции как одной из основных форм взаимодействия и деятельности. Организационной культурой, в которой конкуренция является нормой отношений между людьми, является предпринимательская организационная культура[2]. Характерной особенностью поведения индивидов в данной культуре является сравнение, которое осуществляется через противопоставление себя другим. 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. В социально-психологических исследованиях понятие кооперации получило популярность благодаря работам М.Дойча. 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 этой области. Пандемия COVID-19 началась относительно недавно (1 декабря 2019 года), исследования, связанные с ней, проводятся,

однако их не так уж и много. Исследований именно по нашей тематике почти нет, что и является проблематикой данной области и требует эмпирического исследования.

Так, целью нашего исследования является сравнить выраженность кооперации/конкуренции при решении групповых задач в реальных/виртуальных группах в условиях пандемии COVID-19. 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). Для проверки наших гипотез мы собираемся использовать метод наблюдения и опроса. А методиками нашего исследования являются:

1. Методика наблюдения для анализа процесса взаимодействия Р.Бейлза.

Данную методику мы будем применять для наблюдения проявления кооперации и конкуренции. За проявление конкуренции мы будем считать проявление негативных эмоций по шкале Бейлза, а за конкуренцию проявление позитивных эмоций по шкале Бейлза. Все действия будут вноситься в специальный бланк, поэтому для того, чтобы не упустить ни малейших деталей процесс взаимодействия в обеих группах (реальных и виртуальных) будет записываться.

2. Методика Томаса - Килманна на выявление ведущего поведения в конфликтной ситуации (в адаптации Н.В. Гришиной).

Методика может использоваться в качестве ориентировочной для изучения адаптационных и коммуникативных особенностей личности, но нашей целью является определение стиля межличностного взаимодействия.

3. Также нами будут разработаны авторские кейсы, которые мы будем давать нашим испытуемым для взаимодействия в той или иной группе.

В нашем исследовании будут участвовать испытуемые в возрасте от 20 до 30 лет. Виртуальные группы будут взаимодействовать в приложении Zoom, при помощи видеосвязи. Испытуемым будут предъявляться разработанные кейсы для совместного решения в группе. Взаимодействие будет наблюдаться и записываться в специальный бланк наблюдателем. После совместного взаимодействия в группе, испытуемым будет отправлен на заполнение опросник Т.Килманна.

От нашего исследования мы ожидаем, что будут выявлены различия в проявлении конкуренции и кооперации в реальных и виртуальных группах. Мы предполагаем большее проявление кооперации, чем конкуренции в реальных группах, а также большее проявление конкуренции, чем кооперации в виртуальных группах. Это объясняется тем, что когда люди непосредственно взаимодействуют друг с другом, то вероятности того, что они скооперируются больше, нежели чем они будут взаимодействовать опосредованно через Zoom.

Также мы планируем провести сравнительный анализ проявления стратегий поведения, с результатами, полученными в 2019 году до пандемии. Было бы интересно пронаблюдать динамику взаимодействий и сделать по данному сравнению интересные выводы.

Полученные нами данные в дальнейшем смогут послужить материалом для более глубокого исследования данной сферы, а также могут быть применены в практике, в частности в психологии переговоров.

### 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. Психологические грани изменяющейся организации. - М.: Аспект Пресс, 2007.

- 3) Войскунский А.Е. Гуманитарные исследования в Интернете. – М.: Terra-Можайск, 2000.