

Секция «Социальная психология: проблемы исследования общения»  
**ВЛИЯНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА НА ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ДОВЕРИИ В  
УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В МАЛОЙ  
ГРУППЕ**

*Azimova Nazokat Telmanovna*

*Выпускник (специалист)*

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

*E-mail: starnc@mail.ru*

Проблема доверия в психологии является одним из актуальных тем на сегодняшний день. Доверие является предметом исследования многих авторов, работающих в рамках различных направлений. Большой интерес к данному феномену уделяется в изучении организационной культуры. Это связано с тем, что именно доверие является одним из основных факторов организационного успеха, где степень эффективности командной работы определяется доверительными отношениями членов организации друг другу (Базаров Т.Ю., Шевченко Ю.С., 2010). При этом эффективность групповой работы может повышаться как при кооперативных, так и при конкурентных условиях.

Конкуренция и кооперация рассматривается как взаимодополняющие друг друга типы взаимодействия, которые способствуют успешному развитию организации и бизнеса в целом. В связи с этим мы предполагаем, что на представление о доверии и на степень взаимного доверия влияет непосредственно тип взаимодействия: сотрудничество, соперничество или конкурентное сотрудничество. Кооперация подразумевает собой объединение субъектов взаимодействия, их сплочение и взаимопомощь друг другу в достижении общей цели, следовательно, мы можем говорить о повышении степени доверия и оптимизации совместной деятельности. Что касается конкурентного типа взаимодействия, высокая моральная оценка конкурентов порождает доверие и повышает вероятность достойного поведения, в то время как низкая моральная оценка порождает недоверие и стремление опередить соперника (Шмелев А.Г., 2014). Еще одним видом взаимодействия, включающая и конкуренцию, и кооперацию одновременно является со-opetition - конкурентное сотрудничество - это модель взаимодействия, в котором заинтересованные стороны одновременно и сотрудничают, и конкурируют между собой, с целью максимального достижения успеха (выгоды) для своей организации (Bradenburger, Nalebuff, 1998). Исходя из выше сказанного, мы предполагаем, что тот или иной тип взаимодействия ведет к изменению доверия субъектов взаимодействия.

С целью проверки вышеперечисленных гипотез, мы провели экспериментальное исследование, где целью исследования являлось выявление влияния сотрудничества на представление о доверии в условиях конкурентного взаимодействия в малой группе. Объект исследования - малые группы, предмет - уровень доверия и представления о доверии членов малой группы.

**Гипотезы исследования:**

1. Конкуренция влияет на представление о доверии в малой группе;
2. При конкурентном типе взаимодействия воспринимаемый уровень внутригруппового доверия повышается;
3. Кооперация влияет на представление о доверии в малой группе;
4. При кооперативном типе взаимодействия воспринимаемый уровень внутригруппового доверия повышается;

5. Сотрудничество влияет на представление о доверии в малой группе в условиях конкурентного взаимодействия;

6. При сотрудничестве в условиях конкурентного взаимодействия воспринимаемый уровень доверия повышается.

В эксперименте приняли участие 74 человек, из них 25 человек в конкурентной ситуации, 25 - в кооперативной и 24 испытуемых - в кооперации в условиях конкурентной ситуации. Для конкурентного и в кооперативного типов взаимодействия были созданы 5 малых групп по 5 человек в каждой, для ситуации кооперации в условиях конкурентного взаимодействия - 6 малых групп по 4 человек в каждой. Возрастной состав выборки: от 18 до 35 лет. Участники эксперимента, объединенные в одну группу, не были знакомы друг с другом, ранее не взаимодействовали и не выполняли совместно общую деятельность.

В результате проведенного экспериментального исследования было установлено:

1. Типы взаимодействия: кооперация, конкуренция и кооперация в условиях конкурентного взаимодействия влияют на представление личности о феномене доверия, и меняют уровень ситуативного доверия личности к другим людям.

2. Конкуренция ведёт к повышению уровня доверия внутри группы.

3. Конкуренция влияет на представление человека о доверии. Изменения происходят в структуре представлений, а именно в когнитивном и поведенческом компонентах.

4. Кооперация повышает уровень доверия личности по отношению к членам своей группы.

5. Ситуация кооперации влияет на представления человека о доверии. При этом, такой тип взаимоотношения способствует изменению ситуативно-деловой характеристики представлений о феномене доверия.

6. Сотрудничество в условиях конкурентного взаимодействия влияет на уровень внутригруппового доверия, а именно данная ситуация ведет к повышению доверия участников по отношению к членам своей группы.

7. В результате сотрудничества в условиях конкурентного взаимодействия меняются ситуативно-деловые характеристики представлений о феномене доверия.

Подводя итог, можно констатировать, что любой тип взаимодействия влияет на доверие. Независимо от того, кооперация ли это или конкуренция, или же более сложные отношения, где одновременно присутствуют и кооперативные, и конкурентные отношения между субъектами, воспринимаемый уровень доверия меняется. Более того, участники пересматривают и переоценивают свои представления, которые были до взаимодействия.

Таким образом, наши гипотезы в ходе экспериментального исследования нашли свое подтверждение.

Выявленные результаты могут найти свое применение в сфере управленческой деятельности. На сегодняшнее время, доверие начинает играть все более важную роль по мере того, как усиливается борьба организации за лидерство на рынке в условиях высокой конкуренции. Доверие необходимо, когда организации используют «координированное предоставление полномочий», которое обеспечивает работникам самостоятельность, необходимую в их деятельности, и в то же время требует, чтобы они активно сотрудничали в реализации целей компании. Правильное построение и формирование кооперативно-конкурентных взаимоотношений между сотрудниками организации способствует повышению доверия между ними, а наличие такого ресурса и эффективное ее использование,

ведет к повышению конкурентоспособности организации. Таким образом, доверие - это мощная универсальная сила, ресурс компании, который может быть использован с огромным успехом, влияющая практически на все, что происходит внутри организации и в отношениях между организациями.

#### **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) Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1997.
- 4) Bradenburger A. Co-opetition./ A. Bradenburger, B. Nalebuff . – New York: Currencedoubleday, 1998.