**Ольга Мисарош**

**(Ужгород, Україна)**

**ТЕОРІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПОРІВНЯННЯ, ЯК ВИЗНАЧНИК ОСОБИСТОГО ПРОГРЕСУ ФАХІВЦЯ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Все пізнається у порівнянні. Так нам зазвичай говорять люди, які хочуть дати пораду з погляду на різні життєві ситуації: нова робота, нова зачіска, зміни в особистому житті. Завжди будуть люди, які казатимуть, що раніше було краще, а будуть ті, які схвалять наш новий вибір. Теорію порівняння можна застосовувати не лише в особистому житті, а й у професійній сфері. Недаремно кожна компанія будує власний бізнес-план порівнюючи показники поточного і минулого років, продуктивність праці одного працівника визначається у порівнянні з продуктивністю праці іншого і таких прикладів може бути безліч.

Метою даної роботи є дослідити чи може теорія соціального порівняння бути визначником особистого прогресу певного працівника, якщо той знаходиться в конкурентному середовищі та на основі цього зробити висновок, яким чином це впливає на продуктивність праці фахівця.

Автором теорії соціального порівняння є Леон Фестінґер — американський психолог, відомий також теорією когнітивного дисонансу.

Згідно з його теорією, при відсутності об'єктивних стандартів для оцінки своїх особистісних якостей людина починає шукати інших людей, аби через порівняння з ними оцінити власне себе. Спочатку перед ним постає проблема: дуже великий вибір варіантів для порівняння і немає конкретного уявлення про те, з ким, власне, себе порівнювати. А вже тоді людина знову орієнтується на інших: з ким порівнюють себе вони?

Те ж стосується і нашого зовнішнього вигляду. Якщо у нас немає певного стандарту, то ми покладаємося на думку оточуючих щодо нашої зовнішності. І не важливо про що йде мова: наша зовнішність, здібності, чи будь-що інше, навіть наші почуття, які ми переживаємо — у всіх цих випадках, на думку Фестінґера, ми орієнтуємося на зовнішність, здібності, думки і почуття інших людей, тобто на наше соціальне оточення. [1]

Теорію Фестінґера доповнив і деталізував ДжоанВуд, який визначив 3 основні мотиви, які рухають людиною до соціального порівняння:

1. потреба в самооцінці;
2. прагнення до самовдосконалення;
3. потреба в підвищенні самооцінки. [2]

Якщо метою порівняння є потреба в самооцінці, то ми свідомо обиратимемо тих, чий рівень трохи вищий за наш. Наприклад, працюючи в сфері економіки ми не будемо рівнятися на великих економістів, як і власне не рівнятимемось на тих, хто в економіці нічого не розуміє. Людина скоріше за все зрівнюватиме себе з тими, чиї здібності трохи вищі її власних. Це стосується будь-якої людської діяльності.

У другому випадку, якщо метою порівняння є прагнення до самовдосконалення, то людина для порівняння обере того, чиї здібності розвинені краще в якійсь одній певній сфері, а в іншому вони приблизно на одному рівні. Усвідомлення, що хтось з такими ж здібностями, як і “мої власні” зміг досягнути успіху у певній сфері дають людині надію на власний успіх, що призводить до впевненості в собі, і надалі дає поштовх і мотивацію до саморозвитку і самовдосконалення.

І, в третьому випадку, якщо людина прагне підвищити власну самооцінку, то вона вибере ту людину, рівень якої на порядок нижчий власного. Тобто, для порівняння береться той, хто, на її думку, гірший.

Також згідно теорії Вуда соціальне порівняння характеризується ще й гендерною ознакою. Тобто, чоловіки схильні порівнювати себе і орієнтуватися на чоловіків, а жінки — на жінок. Таким чином, люди більш схильні порівнювати себе і свою діяльність з тими, хто чимось співвідноситься з ними і за гендерними ознаками.

В даній статті розглядається теорія соціального порівняння з точки зору прагнення до самовдосконалення. Саме це прагнення є хорошим показником того, що фахівець прагне збільшувати свій власний рівень професіоналізму і ставати надалі ще кращим працівником. В такому випадку для роботодавця буде питанням, чи захоче працівник з такими амбіціями і прагненнями залишатися в компанії на тій самій посаді довготривалий період часу і чи не покине працівник компанію заради можливості рухатися далі на кращій посаді.

Чи пов'язана теорія соціального порівняння з конкурентоспроможністю і які наслідки має таке поєднання?

На нашу думку, теорію соціального порівняння можна досить тісно пов'язати з конкурентоспроможністю працівників, які працюють в одній компанії, чи навіть просто в одній сфері.

Люди — істоти соціальні, нам притаманно звертати увагу на інших людей, прописувати певні стандарти краси, спираючись на те, що нам візуально подобається, і орієнтуватися на людей, кращих за нас, на тих, чий рівень ми прагнемо досягнути.

Те ж стосується і професійного росту. Люди, які зацікавлені у власному розвитку і мають бажання до самовдосконалення, так чи інакше порівнюватимуть свої показники з показниками інших працівників. Керівники деяких підприємств вміло користуються цим принципом конкуренції, присвоюючи працівникам звання “кращий працівник”. І таким чином за невелику грошову винагороду для одного працівника він отримує набагато вищі показники продуктивності праці кожного працівника, який прагне стати “кращим”.

Саме порівняння визначає, наскільки працівник компанії росте у своєму професіоналізмі з часом, а також по відношенню до інших працівників. Але навіть з порівнянням працівників потрібно ставитися доволі обережно, адже, якщо людині, яка, можливо, не є впевненою в собі, з докором покажуть того, хто за показниками буде в декілька разів краще справлятися зі своїми обов'язками, то це може привести до поганих наслідків. Як мінімум низька самооцінка, а в добавок — глибока депресія і незадоволення власним життям.

Навіть той, хто декілька разів поспіль ставав “кращим” має можливість погіршити свої результати, адже на кого йому рівнятися? З ким конкурувати? Чи не набридне йому ця гра і чи не захоче він піти з цього замкненого кола тих, хто постійно женеться за цим розмитим престижем?

На показники продуктивності впливає багато факторів. Всі люди індивідуальні і те, що може підійти для одного працівника, може зіграти злий жарт для іншого. Тому навіть застосовуючи теорію соціального порівняння в робочій сфері важливо грамотно підійти до цього питання і не створити в колективі напружену атмосферу конкуренції. Адже колектив — це перш за все одне ціле, яке працює на один результат — покращити діяльність компанії, і не завжди доречно вводити теорію соціального порівняння в життя.

Людям притаманно порівнювати себе з іншими в будь-якій ситуації. Деколи навіть важливі рішення ми приймаємо спираючись на досвід і поради інших людей. Ми порівнюємо, зважуємо і приймаємо рішення.

Отже, підсумовуючи все вище сказане, можна зробити наступний висновок. Безперечно, теорія соціального порівняння має місце в житті кожної людини. Нам так чи інакше властиво порівнювати свій рівень життя з рівнем життя іншої людини, свої професійні здібності зі здібностями наших колег і свій результат з результатами інших. Звісно, у випадку прагнення людини до саморозвитку у цьому нічого поганого немає, але, якщо річ стосується професійного розвитку та конкурентоспроможності, то це не завжди актуально. Кожен з нас особистість і в кожного є свої методи підвищення власної продуктивності. Саме тому, варто завжди аналізувати колектив, яким керує менеджер, а вже на основі цього робити висновок, чи варто розпалювати всередині колективу конкуренцію та чи не зруйнує це сам колектив, чи можливо краще спрямувати свої зусилля в бік об'єднання та роботу на один результат.

**Література**:

1. Учебники по социологии и социальной работе. «Социальная психология на рубеже веков: Истории, теория, исследования» [Електронний ресурс] / Семечкин Н.И. - Режим доступу: http://txtb.ru/120/index.html
2. Руденко О.М., Штурхецький С.В. та ін. — HR-менеджмент у публічному управлінні: навч.посібн. / Київ : Кондор-видавництво, 2016 — 124 с.

**Науковий керівник:**

кандидат педагогічних наук, доцент Бабинець Мирослава Миколаївна.