

## УЯВЛЕННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПРО КОНКУРЕНЦІЮ ЯК МІЖОСОБИСТІСНУ ВЗАЄМОДІЮ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*У статті розглянуто уявлення студентської молоді про конкуренцію як міжособистісну взаємодію в сучасному суспільстві. Проаналізовано поняття «конкуренція» як теоретичний конструкт і суб'єктивне значення для особистості. Виокремлено основні психологічні принципи, методи й сфери конкуренції. Установлено здобутки та втрати конкурентної взаємодії. Виявлено домінування небажання вступати в конкурентну взаємодію та незначну цінність конкуренції в житті опитуваних. При визнанні конкуренції як ознаки сучасності простежено тенденції до уникнення конкурентної взаємодії серед студентської молоді.*

**Ключові слова:** конкуренція, міжособистісна взаємодія, боротьба, самовдосконалення, психологічні принципи, методи, способи конкуренції, мовні конструкти.

*The article studies the notion students have of competition as interpersonal interaction in modern society. It analyzes the concept «competition» as a theoretical construct and subjective value for an individual. The main psychological principles, methods and spheres of competition have been singled out as well as achievements and losses of competitive interaction determined. The survey showed the predominant reluctance to start competitive interaction and low value of competition in the life of the surveyed. Students recognize competition as the sign of the present time but display tendency to avoid competitive interaction.*

**Keywords:** competition, interpersonal interaction, struggle, self-perfection, psychological principles, methods, ways of competition, language constructs.

Поняття «конкуренція», «конкурентоспроможний» сьогодні є досить поширеними, актуальними поняттями, які використовують під час аналізу ефективності професійної діяльності, особистості фахівця, а також вивчаючи життєстійкість особистості в сучасному світі загалом. Тому актуальними є дослідження розуміння, суб'єктивних переживань, установок і ставлень сучасної молоді до конкуренції як невід'ємної складової соціального й професійного життя особистості. Вивчення таких уявлень дозволить окреслити шляхи формування психологічної культури конкурентної поведінки та відчуття конкурентоздатності як невід'ємної складової «Я-образу» молоді людини.

Існують різні точки зору стосовно пояснення цього феномену. Низка авторів наголошує, що конкуренція є необхідною умовою соціально-психологічної взаємодії, присутньою в будь-якій сфері соціальних відносин (сім'я, партнерство, професійна діяльність, навчання тощо), невід'ємним елементом буття людини, згідно з яким прагнення особистості конкурувати з іншими зумовлене необхідністю самоствердження й досягнення психологічного комфорту.

Г.М.Андреєва, розглядаючи конкуренцію як один із типів міжособистісної взаємодії, аналізує найбільш яскраву її форму – конфлікт. Тобто конкуренція практично ототожнюється із конфліктом. Дослідниця відмічає, що зміст конкуренції (як і кооперації) визначається тим загальним контекстом діяльності, у яку вона включена [2].

Відповідно до словника психолога-практика конкуренція розглядається як одна з форм міжособистісної взаємодії, яка характеризується досягненням інди-

відуальних чи групових цілей та інтересів в умовах протиборства з індивідами чи групами, які прагнуть досягти таких самих інтересів і цілей [5].

Згідно з етичним менеджментом, у конкуренції мають домінувати установки на інновації та якість. Як відзначає І.С.Домбровська, згідно з Д.Б.Богоявленською, установка на суперництво є непродуктивною під час вирішення творчих завдань. У людей, які орієнтовані в основному на перемогу над суперником, рівень інтелектуальної активності нижчий, аніж у людей без такої орієнтації. Однак проблема в тому, що масова культура нечасто ставить саме творчі завдання, і креативні люди можуть бути в «програшному» становищі під час конкуренції [4].

На думку О.С.Александрової, конкуренція втілює прагнення людей до самоствердження, до утвердження принципів і тенденцій соціального розвитку, які вони захищають. Згідно з дослідницею, конкуренція може мати як інтегруючі, так і дезінтегруючі впливи на соціальні процеси. Вільна конкуренція може бути одним з ефективних механізмів соціальної регуляції. Поширення конкуренції призводить до зміни мотивів поведінки й діяльності людини, до мобілізації всіх творчих сил особистості, потрібних для самоствердження, самореалізації й саморозвитку, викликає необхідність подолати жалість до себе й співчуття до суперника. Конкуренція сприяє вдосконаленню трудових навичок, кваліфікації, підвищенню пізнавальної та підприємницької активності її соціальних суб'єктів. Конкуренція несе в собі й негативні наслідки. Вона відображає й деструктивні тенденції міжсуб'єктних відносин на рівні вчинків, дій, а також на емоційному рівні. Авторка виокремлює такі види конкуренції: співробітництво, змагання, партнерська конкуренція, суперництво, конфлікт, конфронтація, війна [1].

Представники гуманістично-орієнтованих напрямів у психології (А.Маслоу, К.Роджерс, І.Ялом, А.Ленгле, Н.Пезешкіан та ін.) наголошують на індивідуальності, унікальності людського буття. Виходячи із цього, порівнювати двох особистостей не варто. Порівнювати можна лише особистість на різних етапах її розвитку. У такому розумінні конкуренція постає як саморозвиток, пошук власного індивідуального стилю діяльності з опорою на власні здібності, самореалізація.

Можна окреслити два основні погляди на природу конкуренції. Перший – конкуренція як боротьба, змагання, суперництво, де важливо за будь-яку ціну досягти власної цілі. Другий – конкуренція як прогрес, шлях удосконалення, прагнення розвитку. Слід зазначити, що конкуренція – не завжди агресивна боротьба, а й чесні змагання, в основі яких – моральні принципи. Як відзначає Л.М.Карамушка, конкуренція – це цивілізована взаємодія особистостей (груп, організацій), яким не потрібно шукати суперників для того, щоб бути першими. Конкурент – це самодостатня людина (група, організація), яка просто на вищому рівні професіоналізму робить свою справу або намагається цей рівень постійно підвищувати, і їй не потрібно когось «перемагати», принижувати чи «обходити», щоб доводити свою першість [6].

**Мета** нашого дослідження – виявити уявлення про конкуренцію студентської молоді в сучасному суспільстві.

Для вивчення уявлень сучасних студентів про конкуренцію використано авторську анкету. Анкета включала відкриті питання, тому студенти могли ви-

словлювати кілька варіантів власних відповідей. Інтерпретація результатів опитування здійснювалася на основі обчислення відсотків за смисловими одиницями та аналізу мовних конструктів.

В опитуванні взяло участь 64 студенти ДНВЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» спеціальності «Психологія» III і IV курсів.

Згідно з результатами опитування, для більшості студентів поняття «конкуренція» викликає асоціації, пов'язані з діяльнісно-процесуальним аспектом *деструктивного* характеру («боротьба», «змагання», «бій», «нерівність») – 56% висловлювань; діяльнісно-процесуальним аспектом *конструктивного* характеру («перемога», «кращий», «вдосконалення», «розвиток», «стимул», «компетентність») – 24% висловлювань; афективними станами («агресія», «неприйняття», «стрес», «страх», «образа») – 12%; з особистісними якостями («сміливість», «заздрість», «впертість», «терпимість») – 6% і з чоловічо-жіночою взаємодією – 2%. Поняття «конкуренція» асоціюється в опитуваних із червоним кольором – 44%, синім – 15%, коричневим – 7%, чорним – 6%, блакитним – 4%, фіолетовим – 4%, темно-синім, темно-зеленим, зеленим, сірим, жовтим, оранжевим – кожен по 3%, малиновим, рожевим – кожен по 1,5%.

Для вивчення емоційного ставлення до конкуренції ми звернули увагу на відчуття й емоції, які виникають у молоді під час конкурентної взаємодії. Виявлено, що для опитуваних стан конкуренції супроводжується позитивними емоціями (39% висловлювань) і негативними (61% висловлювань). До мовних конструктів, що відображають у конкуренції відчуття, пов'язані з фізіологічними процесами, належить 39% висловлювань («прискорення пульсу, серцебиття, тиску», «пришвидшене дихання», «утруднене дихання», «мурашки по шкірі», «холонуть, пітніють руки» тощо). 63% висловлювань належать до мовних конструктів, що відображають відчуття, пов'язані із психічними станами («напруження», «загальне збудження», «азарт», «переживання», «хвилювання», «стан бойової готовності», «спокій, упевненість», «агресія» тощо).

Одним із завдань опитування було дослідження розуміння поняття конкуренції студентами як конструкта теоретичного характеру та як конструкта суб'єктивного характеру, який би відображав значення конкуренції саме для конкретної особистості. У такому контексті звернено увагу на внутрішні ставлення студентів до конкуренції. Установлено, що конкуренцію розглядають як джерело розвитку (20% висловлювань), як боротьбу (78% висловлювань) й амбівалентне ставлення (2% висловлювань). Разом із тим, згідно із 23% висловлювань, конкуренція для особистості постає як боротьба, прагнення першості (причому не означено ставлення до такої боротьби), 57% висловлювань відображають прийняття конкуренції як джерела руху вперед, можливості відстояти власні кордони, самоствердитись. Така думка відображає ставлення до конкуренції як до внутрішньо прийнятної форми поведінки особистості. 19% висловлювань указують на ставлення до конкуренції як до внутрішньо неприйнятної форми поведінки («марна трата часу», «щурячі перегони», «суперництво»). Тобто виявлено розбіжність між конструктами теоретичного характеру («Конкурен-

ція – це...») і конструктами суб'єктивного характеру («Для мене конкуренція – це...»).

Разом із тим 69% опитуваних погоджуються, що кожна людина – індивідуальність, і порівнювати її треба не з іншими, а із самим собою на різних етапах особистісного розвитку. 6% не погоджуються з такою думкою, а 25% не мають чіткої позиції («важко сказати»).

Опитувані підкреслюють актуальність моральних принципів у конкурентній поведінці (61% висловлювань). У цій групі принципів домінуючими стали такі мовні конструкти, як «етичні принципи», «християнські принципи», «гуманізм» (36% висловлювань); «чесність», «об'єктивність», «повага», «справедливість» (18%).

Виокремлено психологічні принципи, на яких базується конкурентна взаємодія опитуваних (36% висловлювань). До мовних конструктів, які визначають такі принципи, належать «упевненість», «спокій», «досвід» (5% висловлювань); «рішучість», «перемагати і не здаватись» (5%); «хитрість» (5%); «досягнення цілі», «задоволення власних потреб» (5%); «опора на сімейні цінності та виховання» (4%); «відстоювання власної позиції до кінця, якщо вона правильна» (4%). Інші мовні конструкти отримали відповідно по 1% висловлювань («знайти спільну точку зору», «перевершити опонента в значущій для нього сфері», «не піддаватись на провокацію», «холоднокровність», «наведення переконливих аргументів», «уникати конкуренції»).

Виявлено морально-психологічні межі конкурентної поведінки опитуваних («У ситуації конкуренції ніколи не зможу чинити...»). До мовних конструктів, що вказують на заперечення застосування протиправних дій у ситуації конкуренції, відносимо «фізичне насилля», «бійка» (13%), «приниження гідності іншої людини» (11%); «злочини», «протиправні дії», «убивство» (10%), «агресія щодо близьких» (1% висловлювань). До мовних конструктів, що відображають недопустимі в конкуренції аморальні дії, належать: «грубо», «неетично», «іти по головах» (15%); «обман», «брехня», «блеф» (14%); «підступність» (13%); «усупереч власним цінностям» (4%), «зрада» (4%); «звернення до пікантної інформації» (2,5%); «немає обмежень» (4%).

Серед методів конкуренції, названих опитуваними, ми умовно виокремили чотири групи: методи, які відображають ставлення до конкуренції як до боротьби; методи, які відображають ставлення до конкуренції як до можливості вдосконалення; відсутність диференціації методів; уникнення конкуренції. Вибір того чи іншого способу конкурентної взаємодії спирається на систему цінностей, морально-психологічні принципи особистості. До мовних конструктів, що відображають першу групу методів, належать: «наполягання на своєму», «упевненість у собі», «протистояння», «наполегливість» (23% висловлювань), «тиск», «гноблення» (8% висловлювань), «маніпуляція» (2%), «хитрощі» (2%), «провокація», «вичікування вдалого моменту», «ігнорування», «наклеп», «зверхність» (по 1% висловлювань відповідно). Загалом, ця група методів отримала 40% висловлювань.

Мовними конструктами, що відображають другу групу методів, виявилися «переконання», «переговори», «компетентність» (14%), «власні знання, уміння,

сили» (6%), «демонстрація своїх позитивних рис» (5%), «опора на людські цінності» (5%), «співпраця», «компроміс» (5%), «спостереження за опонентом» (5%), «стриманість» (2%), «законні методи» (1%). Загалом ця група методів отримала 43% висловлювань. Третю групу методів складають мовні конструкти «різні», «залежить від ситуації» (13%). До четвертої групи відносимо «уникнення», «стриманість» (9%). Як видно, серед опитуваних однаковою мірою представлені як деструктивні, так і конструктивні методи конкурентної взаємодії (перша й друга групи методів). Готовність опитуваних застосовувати всі методи в конкуренції свідчить про можливість використання ними й деструктивних методів також. Тобто згідно з мовними конструктами, опитувані, хоча й з невеликою різницею, надають перевагу методам боротьби в конкуренції.

Слід наголосити, що 6% опитуваних не визначили власні методи конкуренції. Урахувавши мовні конструкти третьої й четвертої груп методів та деякі першої й другої (де не означено чітких дій), можна припустити, що студенти не володіють достатнім репертуаром методів конструктивної конкурентної поведінки.

Проаналізовано уявлення опитуваних про морально-психологічні принципи конкурентної взаємодії сучасної молоді. Про наявність конструктивних принципів конкуренції стверджують такі конструкти: «цілеспрямованість», «лідерство», «самореалізація», «повага до опонента», «індивідуальний підхід» (загалом 7% висловлювань). Деструктивні принципи конкуренції сучасної молоді відображені такими конструктами: «кожен за себе», «виживає сильніший», «будь-які способи дієві» (43% висловлювань); «використання жорстких методів», «нехтування мораллю» (21%); «безкомпромісність», «знецінення іншої людини» (10%); «не мають що робити – от і конкурують», «неправильні авторитети», «усунути суперника», «нечесна гра», «невизнання власних помилок», «демонстративність» (по 2% відповідно). Загалом деструктивні принципи отримали 83% висловлювань. Тобто опитувані переконані в домінуванні деструктивних, аморальних принципів у конкурентній взаємодії серед сучасної молоді.

Виокремлено основні сфери конкуренції – за що опитувані готові вступати в конкурентну взаємодію (див. рис. 1). До мовних конструктів, що відображають готовність конкурувати в професійній сфері, відносимо «кар'єрний ріст», «посада» – 14% висловлювань, «оцінка в навчанні», «місце у професійній діяльності» – 5,5%, «перемога, лідерство» – 4,5%, «місце у світі» – 3%. Мовні конструкти, що відображають конкуренцію у сфері сім'ї, – «щасливе сімейне життя», «особисте життя», «стосунки» (12% висловлювань). До мовних конструктів ціннісно-сміслової сфери відносимо «власні цінності, інтереси», «власна думка» – 9% висловлювань, «задоволення власних потреб, інтересів, прав, мрій» – 5,5%, «індивідуально значуще» – 5%, «життя», «свобода», «воля», «краса», «любов» – 4%, «справедливість», «честь і чесність» – 4%, «власна гідність» – 3%. Мовні конструкти, що відображають конкуренцію в побутово-матеріальній сфері, – «добробут», «злагода», «благополуччя» (85 висловлювань), «винагорода» (2%), «гроші» (2%), «усе, що буде необхідно, залежно від ситуації» (1%). Про відсутність сфер конкуренції свідчать мовні конструкти «ні за що не готова конкурувати» (4% висловлювань) і «важко сказати» (2%).

### Я готовий конкурувати за...

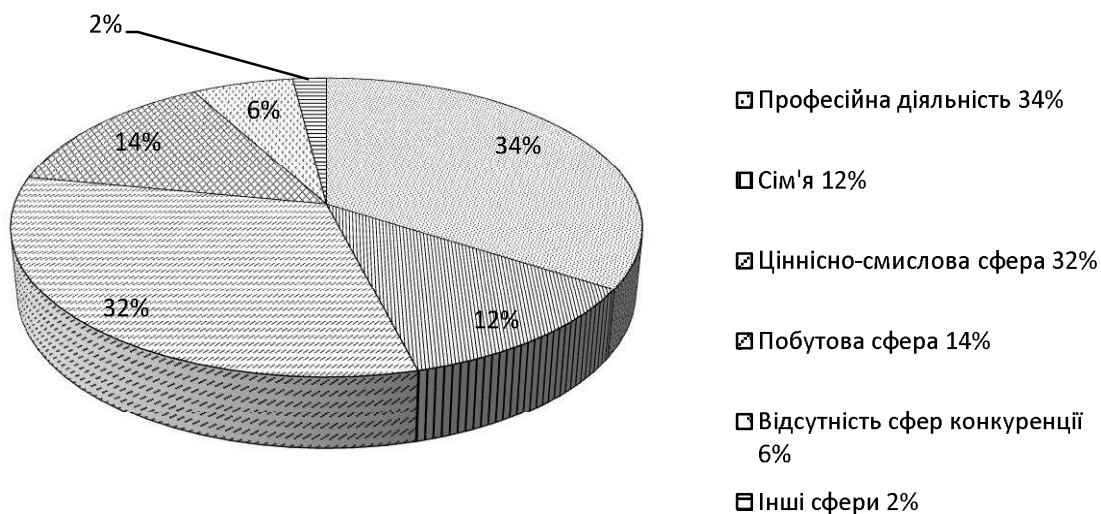


Рис. 1. Сфери конкуренції опитуваних

Опитувані відзначають, що в ситуації конкуренції вони отримують емоції – позитивні (32% висловлювань), негативні (4,5% висловлювань); результат досягнень – «досвід», «знання», «саморозвиток» (24% висловлювань), «сила», «упевненість» (10%), «перемога», «перевага» (8%), «стимул», «ресурсність» (6%), «визнання» (2%), «відчуття правоти» (2%), «подяка», «добробут», «нова інформація», «самоствердження», «оцінка себе» (відповідно по 1%); відсутність результату – 1% висловлювань; сумніви щодо результату – 4,5%.

### У конкуренції я отримую

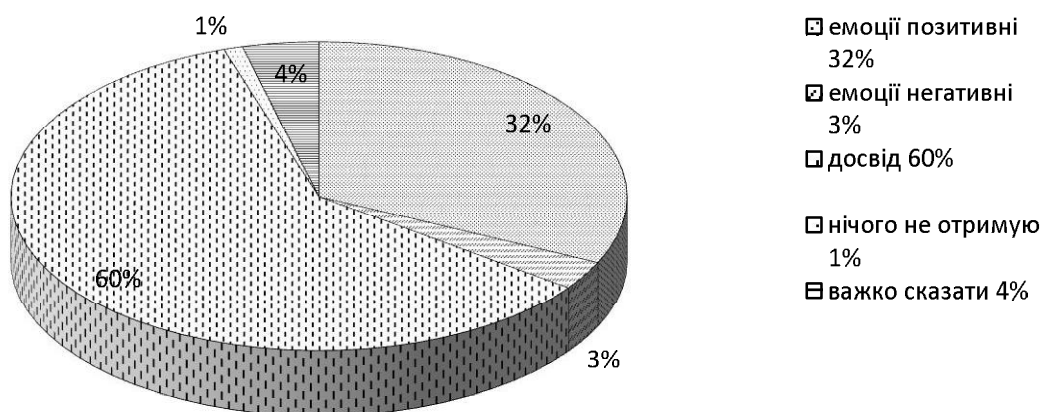


Рис. 2. Результати сприйняття здобутків у конкурентній взаємодії

Разом із тим про втрати в конкурентній взаємодії свідчать мовні конструкти, що відображають стан здоров'я («внутрішні сили», «енергія», «здоров'я», «спокій», «нерви» – 42% висловлювань), мовні конструкти, що відображають особисті якості («рівновага», самоконтроль», «стриманість» – 7%, «упевненість» – 7%, «довіра» – 3%, «гідність», «свої ідеї», «м'якість», «компроміс», «внутрішній голос», «частинка себе» – відповідно по 1,5%), мовні конструкти, що відображають час (7%). Виявлено мовні конструкти, що відображають від-

сутність утрат (11% висловлювань) і мовні конструкції, що відображають невідомість (7%). Тобто в конкурентній взаємодії студенти отримують певну результативність, досягнення, але ці досягнення супроводжуються відчуттям певної втрати здоров'я та деструктивного впливу на особистісні якості.

### У конкуренції я втрачаю

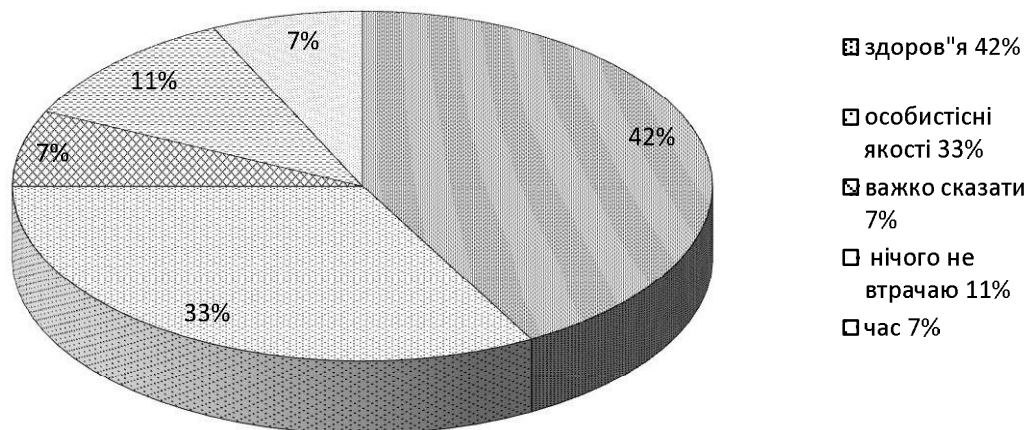


Рис. 3. Результати сприйняття втрат під час конкурентної взаємодії

Слід зазначити, що більшості опитуваних не подобається перебувати в стані конкуренції (40% – «ні», 35% – «іноді, не завжди», 5% – «швидше ні»). Проте є й такі, кому подобається перебувати в стані конкуренції (12% – «так, це дає можливість самоствердитись і стати кращим», 5% – «швидше так, за сприятливих умов»). Відповідно, 42% студентів зазначають, що в конкуренцію вступають рідко, 37% – іноді, 1,5% – ніколи, 18% – часто, 1,5% – завжди. Разом із тим 34% опитуваних відзначають відносну значущість конкуренції в житті («вона присутня, але не займає визначного місця в житті»), 17% свідчать про дуже незначну роль конкуренції, 11% не надає значення конкуренції. Для 27% опитуваних конкуренція займає важливе місце, «оскільки вона є всюди й стимулює, навчає людей певній поведінці», а для 11% – «не головну, але важливу роль».

Серед опитуваних 84% вважають, що сучасне життя вимагає вступати в конкуренцію, 3% так не вважають, 13% – важко сказати.

На питання: «Як часто ваше соціальне середовище спонукає вас до конкуренції?», – 32% опитуваних відповіли «часто», 32% – «іноді», 32% – «рідко» та 4% – «завжди». 28% студентів вважають, що до конкуренції їх спонукають одногрупники, викладачі; а для 23% – це оточення, знайомі; 21% – друзі; 9% – професійне середовище; 4,5% – стосунки з протилежною статтю; по 2% відповідно – однолітки, старші, певні ситуації, амбітні люди.

**Висновки.** Таким чином, на основі аналізу домінуючих мовних конструкцій ми виокремили поширене уявлення опитуваних про конкуренцію як міжособистісну взаємодію в сучасному суспільстві:

- переважають асоціації конкуренції, пов'язані з діяльнісно-процесуальним аспектом деструктивного характеру («боротьба», «змагання», «бій», «нерівність»), що супроводжується негативними емоціями;

- як теоретичний конструкт, конкуренція розкривається через поняття «боротьба», проте суб'єктивне значення конкуренції полягає в прийнятті її як джерела руху вперед, можливості відстояти власні кордони, самоствердитись;

- підкреслено актуальність моральних принципів у конкурентній поведінці, а саме «етичні принципи», «християнські принципи», «гуманізм»;

- серед методів конкуренції практично однаковою мірою представлені ті, що відображають конкуренцію як боротьбу, й ті, що відображають конкуренцію як можливість удосконалення. Водночас зроблено припущення, що студенти не володіють достатнім репертуаром методів конструктивної конкурентної поведінки;

- виявлено відмінності між морально-психологічними принципами конкуренції опитуваних та їх уявленням про принципи конкуренції сучасної молоді. Відображено уявлення про домінування деструктивних принципів конкурентної взаємодії в сучасній молоді, у той час як самі опитувані заявляють про моральне підґрунтя їх конкурентної поведінки;

- домінуючими сферами конкурентної взаємодії стали професійна діяльність і ціннісно-смилова сфера, основними здобутками в конкуренції є досвід та позитивні емоції, основними втратами – здоров'я (самопочуття) і розчарування у власних якостях та якостях інших;

- встановлено, що більшості опитуваним не подобається перебувати в стані конкуренції, конкуренція як взаємодія займає незначне місце в житті опитуваних, при цьому домінує думка, що сучасне життя вимагає вступати в конкуренцію. Тобто разом із визнанням конкуренції як ознаки сучасності спостерігається тенденція до уникнення конкурентної взаємодії сучасної молоді.

Перспективами дослідження є вивчення психологічних механізмів конкурентної взаємодії, а також соціально-психологічних чинників конкуренції особистості.

1. Александрова О. С. Конкуренция как принцип социального развития: социально-философский анализ : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та історія філософії» / О. С. Александрова. – Сімферополь, 2004. – 18 с.
2. Андреева Г. М. Социальная психология : учеб. для высш. учеб. завед. / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 376 с.
3. Гуманістична психологія : антологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів : у 3 т. / уряд. та наук. ред. Р. Ткач, Г. Балл. – К., 2001. – Т. 1. – 252 с.
4. Домбровская И. С. К проблеме конкуренции в психологии [Електронний ресурс] / И. С. Домбровская // Прикладная психология как ресурс социально-экономического развития России в условиях преодоления глобального кризиса : материалы 2 Межрегион. науч.-практ. конф., Москва, 11–13 нояб. 2010 г. Кн. 1. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. – С. 58–60. – Режим доступу : <http://library.by>.
5. Словарь психолога-практика / сост. С. Ю. Головин. – Мн., 2001. – 961 с.
6. Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / за наук. ред. Л. М. Карамушки. – К. : ІНКОС, 2005. – 366 с.