

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: **ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ
ОСІБ СЕРЕДНЬОГО ВІКУ**

Виконала: студентка II курсу,
групи 8.0531-1з
спеціальності: 053 Психологія
освітньої програми: Психологія
Гапоненко Наталія Андріївна
Керівник: к.психол.н., доцент кафедри
психології Железнякова Ю.В.
Рецензент: д.психол.н., професор
кафедри психології Ткалич М.Г.

Запоріжжя
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології
Кафедра психології
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 053 Психологія
Освітня програма Психологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

« _____ » _____ 2022 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Гапоненко Наталія Андріївна

Тема роботи Гендерні особливості конкуренції осіб середнього віку

керівник роботи Железнякова Ю.В. к.психол.н., доцент кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від «20» 07 2022 року № 886-с

2. Строк подання студентом роботи _____
3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого-педагогічної літератури.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: виявити психологічні особливості конкуренції у сучасній психологічній літературі; здійснити теоретичний аналіз проблеми конкуренції у чоловіків та жінок середнього віку; здійснити емпіричне дослідження наявного рівня конкуренції у чоловіків та жінок середнього віку.
5. Перелік графічного матеріалу: 27 таблиць
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання Видав	Завдання прийняв
Вступ	Железнякова Ю.В., доцент		
Розділ 1	Железнякова Ю.В., доцент		
Розділ 2	Железнякова Ю.В., доцент		
Висновки	Железнякова Ю.В., доцент		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень-березень 2022 р.	Виконано
2	Робота над вступом	березень 2022 р.	Виконано
3	Робота над першим розділом	квітень-червень 2022 р.	Виконано
4	Робота над другим розділом	липень-серпень 2022 р.	Виконано
5	Написання висновків	вересень 2022 р.	Виконано
6	Передзахист	листопад 2022 р.	Виконано
7	Нормоконтроль	листопад 2022 р.	Виконано

Студент _____ Н.А. Гапоненко

Керівник роботи _____ Ю.В. Железнякова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ О. М. Грединарова

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 72 сторінки, 27 таблиць, 24 джерела, 6 додатків.

Об'єкт дослідження: конкуренція як міжособистісний феномен.

Предмет дослідження: гендерні особливості конкуренції.

Мета роботи: теоретично обґрунтувати та експериментально дослідити гендерні особливості конкуренції.

Гіпотеза дослідження: передбачаємо, що здатність до конкуренції варіюється в залежності від індивідуальних характеристик особистості, ставлення до конкуренції та гендерної приналежності індивіда.

Методи дослідження: теоретичні: теоретико-методологічний аналіз проблеми, систематизація наукових літературних джерел, порівняння та узагальнення даних; емпіричні: спостереження, опитування; методи математичної статистики: U-критерій Манна-Уїтні, критерій Пірсона.

Наукова новизна полягає у суті емпіричного дослідження: співставленні результатів опитування щодо конкуренції у чоловіків та жінок за такими показниками, які до цього не співставлялися та статистично не оброблялися.

Галузь використання: науково-дослідні інститути.

КОНКУРЕНЦІЯ, ГЕНДЕРНІ, ЖІНОЧІ, ЧОЛОВІЧІ, СТАТЬ, СОЦІАЛЬНІ.

SUMMARY

Gaponenko N.A. Gender features of middle-aged competition.

The qualifying work consists of Introduction, 2 Chapters, Conclusion, References (24 items, 15 of foreign origin), 6 appendixes on 12 pages. The qualifying work volume is 72 pages long, 59 of them – main text. There are 27 tables.

The qualifying work gives theoretical survey and describes the experimental research of gender features of middle-aged competition. The master thesis is composed of 2 chapters. Chapter 1 talks about theoretical aspects of competition, chapter 2 is devoted to experimental research.

The research object: competition as an interpersonal phenomenon.

The research subject: gender features of competition.

The research goal: is to theoretically substantiate and experimentally investigate the gender characteristics of competition.

The research tasks are:

- To identify the psychological features of competition in modern psychological literature;
- to carry out a theoretical analysis of the problem of competition in middle-aged men and women;
- to carry out an empirical study of the existing level of competition among middle-aged men and women.

Chapter 1 «Theoretical basis of competition in modern psychological literature» provides theoretical analysis of competition, theoretical approaches have been generalized and systematized to design the empirical research. In the Chapter 2 «Empirical study of the level of competition of middle-aged women and men» the main parameters of the empirical research are determined, its main stages are described, the methods for it are selected and substantiated.

Key words: competition, gender, female, male, sex, social.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ.....	8
1.1. Поняття про конкуренцію у сучасній психологічній літературі.....	8
1.2. Теоретичний аналіз проблеми конкуренції жінок та чоловіків середнього віку.....	15
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ У ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ СЕРЕДНЬОГО ВІКУ.....	19
2.1. Організація та методи дослідження конкуренції у жінок та чоловіків середнього віку.....	19
2.2. Аналіз результатів дослідження конкуренції у жінок та чоловіків середнього віку.....	24
2.3. Психологічний аналіз зв'язку гендеру та конкуренції.....	32
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Конкуренція завжди була таким феноменом, який супроводжував індивіда кожного дня. Щоденно люди суперничали з метою отримати кращі місця проживання, кращого партнера, кращу їжу тощо. Конкуренція здається настільки природною та властивою людині, що її феномен часто залишається непоміченим.

Однак, разом із тим, що конкуренція є таким розповсюдженим явищем, дослідження на її тему майже відсутні. Наприклад, в україномовній версії сайту Wikipedia наявні три сторінки, присвячені конкуренції, але вони не відносяться до сфери психології, вони належать до біології, економіки та соціології відповідно. Задля порівняння, в англійській версії сайту Wikipedia також відсутня сторінка, яка присвячена конкуренції у сфері психології і так само наявні відповідні вищезазначені сфери, але присутня загальна стаття щодо конкуренції, в якій побіжно згадана конкуренція у сенсі психології.

Також задля того, щоб дізнатися, наскільки дослідженою темою є конкуренція, був здійснений пошук за ключовим словом «конкуренція» на сайті національного репозитарію академічних текстів *nrat.ukrintei.ua*, за результатами пошуку було виявлено 206 наукових робіт, з яких лише одна відноситься до сфери психології.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що, незважаючи на те, що конкуренція у сфері психології є завжди актуальною темою, проте кількість її досліджень вкрай мала.

Явище конкуренції даної роботи вивчається у контексті порівняння групи чоловіків та жінок у віці від 25 до 60 років.

Об'єкт дослідження: конкуренція як міжособистісний феномен.

Предмет дослідження: гендерні особливості конкуренції.

Задачі дослідження:

1. Виявити психологічні особливості конкуренції у сучасній психологічній літературі
2. Здійснити теоретичний аналіз проблеми конкуренції у чоловіків та жінок середнього віку.
3. Здійснити емпіричне дослідження наявного рівня конкуренції у чоловіків та жінок середнього віку.

Наукова новизна полягає у суті емпіричного дослідження: співставленні результатів опитування щодо конкуренції у чоловіків та жінок за такими показниками, які до цього не співставлялися та статистично не оброблялися.

Практичне значення: результати дослідження можна використовувати у науково-дослідних інститутах.

Методи дослідження: теоретичні: теоретико-методологічний аналіз проблеми, систематизація наукових літературних джерел, порівняння та узагальнення даних; емпіричні: спостереження, опитування; методи математичної статистики: U-критерій Манна-Уїтні, критерій Пірсона.

В емпіричному дослідженні були використані наступні методики: 1) розроблена анкета «Уявлення про конкуренцію»; 2) «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності»; 3) методика Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»; 4) «Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі; 5) методика Басса-Даркі на визначення рівня агресивності; 6) тест Райдаса «Упевненість у собі».

У дослідженні взяли участь 80 осіб: 40 чоловіків та 40 жінок віком від 35 до 45 років.

Структура роботи. Наукова робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел (24 найменування, з них – 15 іноземними мовами), 6 додатків. Загальний обсяг магістерської роботи – 72 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

1.1. Поняття про конкуренцію у сучасній психологічній літературі

Питання конкуренції викликали інтерес людей з давніх часів. Однак, поняття «конкуренція» відноситься до числа найменш досліджених як у психолого-педагогічній, так і у філософській, соціологічній літературі, що пояснюється важкістю та багатогранністю вивчення досліджуваного поняття.

Історія поняття «конкуренція» почалася у другій половині XVIII століття з введення економістом Адамом Смітом даного терміну. Згідно з А. Смітом, *конкуренція* – це процес досягнення багатства або задоволення особистого інтересу [3]. Проте, дане визначення не є загальноприйнятим, а також, до сьогодення часу так і не досягнуто повної згоди щодо поняття конкуренції і методів її вивчення.

Американський словник Мерріам-Вебстер (Merriam-Webster) визначає конкуренцію як:

1. Дію, процес надбання або отримання перемоги у будь-чому (наприклад, призу або високого рівня успіху), які хтось інший також прагне досягнути або виграти; діяльність, яка здійснюється людьми, компаніями тощо, які конкурують один з одним.
2. Людина або група, по відношенню до якої ви прагнете досягти успіху, з якою ви змагаєтесь.
3. Конкурс, в якому кожна людина з групи намагається перемогти, намагаючись бути кращою, швидшою тощо, ніж інші; захід, на якому люди змагаються один з одним.

Смисловий зміст поняття «конкуренція» знаходить себе в одному ряді з такими словами, як: змагання, боротьба, конкурс, де виділяється суперництво як мотивуюча частина людської природи [22].

Природа конкуренції привертає увагу і стає предметом вивчення представників різноманітних наук: біофілософії, соціальної антропології, педагогічного менеджменту, освітньої психології, менеджменту персоналу тощо. Витоки здатності особистості до конкуренції як систематизуючого фактору розвитку суспільства взагалі й освітнього процесу зокрема, варто шукати в особливостях видоутворюючих процесів, таксономічної дивергенції й еволюційному розвитку людини як біологічного виду і як носія культури, тобто в її природі. Дійсно, біологічна (соціальна й культурна) еволюція – це безперервна боротьба за життєвий простір і ресурси.

Дослідник Пекка Куусі у своїй роботі «Цей світ людини» зробив спробу біолого-соціологічного синтезу, теоретичний і методологічний зміст якого зводиться до вимоги розглядати суспільство як невід’ємну органічну частину всієї природи, одночасно продукт і вищу форму її розвитку, яка втілює в собі як біологічні, так і соціальні закономірності, які передбачають одне одного і одночасно вступають у конфлікт один з одним. Концептуальним у дослідженні фінського вченого є представлення людини як продукту біологічної і культурної еволюції, як виду, що постійно змінюється, неповторної індивідуальності і це є причиною постійного суперництва і самоствердження. Людина, відмічає П. Куусі, «весь час порівнює себе з побратимами та друзями, змагається зі своїми побратимами та друзями, змагається з ними в мистецтві добування їжі, в іграх, намагається завоювати авторитет. Вічна невизначеність можливостей кожного індивідуу нарікає його на безперервне суперництво і боротьбу за своє місце у житті».

Беззаперечно, суперництво вже у витоків людського суспільства грало істотну роль у поведінці людини та у відносинах між людьми. Будь-яке первісне суспільство (рід, плем’я тощо) не може жити без певного порядку: хтось повинен повідомити, що прийшов час полювання, яке за своїм

характером вимагає згуртованості. Відповідно, цій спільноті, передусім племені, необхідний ватажок, який несе відповідальність за згуртованість. Дані соціальної та культурної антропології показують, що у всіх спільнотах жага до влади породжує неминуче суперництво: «У людських спільнотах влада та жага влади мають безліч проявів. Наділені владою постійно прагнуть її зберегти». Людей, які прагнуть влади, завжди більше, ніж тих, хто її має. Сама структура влади породжує владолюбство та суперництво [15].

Варто відзначити, що суперництво, змагання, конкуренція у тваринному світі являє собою боротьбу за існування, що було показано у теорії природного відбору Чарльза Дарвіна. Ч. Дарвін розумів боротьбу за існування в широкому сенсі і включав сюди змагання конкурентів за спільні місця в природі й знищення одних організмів іншими. Він показав, що рослини та тварини, які знаходяться на дуже віддалених шаблях харчового ланцюга, є тісно пов'язаними мережею складних взаємостосунків у процесі боротьби за існування. Дослідження свідчать, що в основі складних процесів взаємовідносин між організмами лежать певні елементарні процеси конкуренції, однак складна система взаємостосунків організмів у природі до них не зводиться [1].

Крім того, сучасними дослідженнями групи вчених під керівництвом Сема Брауна (Sam Brown) з Оксфордського університету встановлено, що невинні для людського організму бактерії стають шкідливими у випадку конкуренції з іншими бактеріями, завдяки чому можуть перемогти суперників, але, одночасно, завдати шкоди власне хазяїну [16].

Серед різноманітних варіантів біоетики, яка отримала доволі широке розповсюдження в західній науковій літературі та яка спирається на еволюційну біологію і «гуманістично» інтерпретований дарвінізм, де на перше місце ставиться кооперація та еволюція організації спільнот, тому вона розглядається переважно з точки зору еволюції альтруїзму. Біофілософія приймає певний погляд і на людину, згідно якому вона є доброю, альтруїстичною тощо. Біосоціальні взаємодії у всій своїй гамі – агресія й

афіліація, конкуренція і кооперація – створюють передумови для емоцій, почуттів, афектів у індивідів.

Філософський контекст аналізу даної проблеми створює фундамент для обговорення суті здатності до конкуренції через його співвіднесення з такою базовою категорією, як «саморозвиток». Саморозвиток визначається як внутрішньо необхідна, спонтанна, довільна зміна таких відкритих та цілісних систем, як людина й суспільство, яке обумовлюється їх протиріччями, які опосередковують вплив зовнішніх факторів і умов.

Філософські погляди про здатність до конкуренції в європейській науковій думці оформилися в контексті розробки категорій «розвиток» і «саморозвиток». В історії філософії основними підходами розвитку, саморозвитку, які створили передумови для постановки проблеми здатності до конкуренції, вважають наступні:

1. Антропоцентричний підхід: Арістотель (384-322 рр. до н.е.), розвиваючи ідею самовдосконалення людини, вважав, що процес саморозвитку буде реалізовуватися, якщо адекватно визначена його мета.

2. Теоцентричний підхід: християнський богослов, філософ-містик А. Августин (354-430 рр. до н.е.), відмічав, що людина не може бути Творцем, вона лише сприймає божественні ідеї.

3. Автономістичний підхід: вирішуючи питання про способи власного розвитку, нідерландський філософ-гуманіст Е. Роттердамський (1469-1536 рр.) підкреслював необхідність підпорядкування тіла розуму на основі цінностей, в якості яких виступає ідея моральності, мудрості, досконалості.

4. Феноменологічний підхід: на думку французького філософа П. Тейяра де Шардена (1881-1955 рр.), індивідуалізації людини сприяє рефлексія. Саме рефлексія, як здатність людини пізнавати саму себе, задає напрям саморозвитку, співорганізує елементи особистості в єдине ціле і додає цій цілісності діяльнісний характер.

5. Психосоціальний підхід: німецький філософ, соціолог, психолог Е. Фромм (1900-1980 рр.) в якості механізму розвитку вказує боротьбу всередині

людини двох синдромів: розпаду та зросту. Джерелом розвитку є співіснування у людини духовного та фізичного, що створює постійну неврівноваженість. Механізмом розвитку стає самостійність людини, її спрямованість на пошук рішення протиріч власного існування, здатність відчувати себе суб'єктом власних дій. Розвиток людини полягає у виборі певного спрямування і руху за ним. Причому цей вибір є моральним актом і тому постає напруженим і драматичним процесом. Основне спрямування розвитку людини – її морально-духовне піднесення [2].

Джерелом розвитку здатності до конкуренції і саморозвитку є екзистенційні потреби людини: свобода, самостійність мислення, потреба у власній емоційній тотожності, яка дозволяє досягти «відчуття Я». Саме це відчуття стає критерієм і точкою відправлення саморозвитку.

У зарубіжній психології уявлення про здатність до конкуренції формується у контексті основних теорій розвитку особистості. Здатність до конкуренції розглядається як прояв, зростання «Я», рух до емоційної та когнітивної зрілості людини. Становлення цих уявлень пов'язане з розробкою положень про детермінацію психіки:

1. Внутрішня детермінація (З. Фрейд).
2. Зовнішня детермінація (Б.Ф. Скіннер).
3. Взаємна детермінація (А. Бандура).
4. Індетермінація (К. Роджерс).
5. Самодетермінація (Е. Десі, Р. Райан) [21].

Основоположні підходи до вивчення конкуренції створені представниками різноманітних шкіл соціальних теоретиків: утилітаризмом (Єремія Бентам, Джон Стюарт Мілль та ін.) і соціал-дарвінізмом (Герберт Спенсер, Дж. Самнер [18]).

Якісно новий етап у вивченні конкуренції почався в кінці 80-х років ХХ століття. У літературі намітився стійкий інтерес до самої проблеми конкуренції і її ролі у розвитку суспільного виробництва. У педагогічному аспекті здатність до конкуренції тлумачать як основу особистості, яка звернена до особистісної

самоідентифікації, готовності зробити вибір життєвої стратегії і шляхів досягнення високих професійних результатів.

У ХХІ столітті особистість, яка є здатною до конкуренції, визнається однією з найефективніших моделей особистості. У той же час демократичне суспільство, яке пропагандує цю модель, задається питаннями: «Чи завжди успіх досягається на основі високоморального вибору? Чи здатне майбутнє покоління до безперервного саморозвитку своєї конкуренції?». Орієнтирами педагогіки у відповідях на ці питання є парадигма конкуренції у демократичному суспільстві, яка визначає дві характерні стратегії просування особистості вперед: знищення конкурента із захопленням його позицій чи особистісний саморозвиток для виходу на нові, більш перспективні, позиції. Вибір стратегії визначають ті ціннісні орієнтири, етичні та світоглядні установки, які сформувалися в особистості у процесі дорослішання, освіти, соціалізації в умовах взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів [9].

Розглянемо як конкуренція представлена власне у сфері психології. У психології конкуренція розглядається як одна з основних форм міжособистісної взаємодії, яка характеризується прагненням досягти ідентичної мети з іншими учасниками процесу. При цьому розуміння природи людини виходить на перший план.

Так, деякі автори (З. Фрейд, К. Хорні) вважають, що конкуренція з'являється у людини в процесі соціалізації разом з бажанням отримати будь-які блага і може викликати агресію, невротизацію та стрес. А. Адлер розглядав соціальну конкуренцію в рамках своєї теорії про «прагнення до перевершення», згідно з якою повнота життя неможлива без реалізації перевершення. При цьому на готовність до конкуренції, на його думку, впливає соціальне оточення [6, 7].

Представники гуманістичного напрямку в психології (А. Маслоу, Е.Фромм) описують конкуренцію як спосіб самореалізації та розвитку, який дозволяє реалізувати актуальну потребу [5].

М. Дойч і К. Томас збігаються в думці, що конкуренція – це один з основних механізмів соціальної взаємодії. При цьому конкуренція виникає при оцінці особистістю ситуації як конкурентної і при реалізації конкурентних стратегій. Варто відзначити, що конкуренція прирівнюється до конфлікту і характеризується бажанням людини досягти своїх цілей у збиток інтересам і цілям іншого учасника процесу [4].

Представники підходу теорії рис у психології, розглядаючи особистість з точки зору наявності лідерських якостей частіше за все виділяють наступні риси, які властиві лідерам: інтелект вище середнього, ініціативність та впевненість у собі. Згідно означеному підходу, наявність цих рис у людини дає їй конкурентну перевагу перед іншими людьми [24].

На думку вітчизняного психолога В.Б. Шапара, *конкуренція* (від пізньолат. *concurrentia* – зіштовхуватися) – одна з основних форм організації міжособистісної взаємодії, що характеризується досягненням індивідуальних або групових цілей та інтересів в умовах протистояння з іншими індивідами або групами, що прагнуть досягти тих самих цілей та інтересів. Конкуренція, проте, генетично пов'язана з кооперацією, тому що конкурентна взаємодія вимагає встановлення певних правил і регулюючих санкцій, без яких вона вироджується у відкриту війну [8].

Таким чином, опис конкуренції в різних науках і різними авторами має суперечливий характер. З одного боку, це ускладнює аналіз феномену «конкуренція», а з іншого – говорить про його розповсюдженість та важливість вивчення.

Отже, конкуренція – це один з найрозповсюдженіших способів взаємодії, який має безліч значень та визначень, що дозволяє говорити про важливість і універсальність цього механізму для опису соціального життя. Конкуренція присутня в усіх сферах життя, де є взаємодія і будь-які відмінності. Вченими конкуренція розглядається і як феномен, який призводить до агресії, боротьби, стресу, і як спосіб досягнення своєї цілі, реалізації потенціалу і як процес самоактуалізації й розвитку.

1.2. Теоретичний аналіз проблеми конкуренції жінок та чоловіків середнього віку

Гендерна психологія – новий напрямок, який заявляє про себе як про самостійну галузь психологічної науки. Сучасні психологи відмічають, що галузь гендерної психології вивчає закономірності формування та розвитку характеристик особистості, як представника певної статі, зумовлена статевою диференціацією, стратифікацією та ієрархізацією. Вивчення психологічних відмінностей чоловіків і жінок – це вивчення як окремої людини, так і суспільства загалом. Розуміння, аналіз, а також використання психологічних механізмів дозволяє використовувати вплив гендерних факторів на процес самореалізації людини.

Питання статі та психологічні відмінності представників різних статей хвилюють багатьох сучасних соціальних психологів, таких як Д. Майерс, Ю.Ж. Шайгородський, П.П. Горностай. Гендерні дослідження широко проводяться в усьому світі, зокрема такими вченими, як Ф. Л. Джеймс, К. Хорні, К. Вест.

У рамках гендерного підходу очевидні нерівноправні та нерівноцінні риси особистості чоловіків та жінок, особливості думок та поведінки. Істотний тиск надають соціальні очікування та жорсткі вимоги до статевої адекватності у поведінці та вчинках. Необґрунтованість вимог щодо виконання чоловічих та жіночих соціальних ролей, традиційних еталонів, нав'язаних уявлень, не дає людині повною мірою оцінити свої можливості та бажання, перспективи самореалізації та особисті ресурси для життєтворчості.

Така галузь, як психологія жінок, вивчає особливості в їх поведінці та психіці. Предметом цієї галузі є психологічні фактори, пов'язані з фізіологією. Вивчаються різні моделі психічного стану жінки, наприклад, вагітності та пологів, менструального циклу та клімаксу, зайнятості та безробіття, девіантної поведінки тощо. Теорії Н. Ходоров та Керол Гілліган найбільш відомі в цій галузі [13].

Згідно з концепцією материнства Ненсі Ходоров, дівчата готуються до материнства, а хлопчики стають чоловіками, які орієнтують на себе світ та знецінюють жінку.

Керол Гіллган заявляла відмінність жінок від чоловіків мораллю, прийнятою у суспільстві. З позиції неупередженості та закону розглядають моральні судження чоловіка. А для жінок важливі взаємини людей. Ці положення лягли в основу Я-концепцій Крос і Медсон [17].

Галузь, що вивчає психологію чоловіків, менш масштабна. В основному розглядаються гіпотези щодо сутності маскуліності. Вивчаються ті психологічні особливості, які відсутні у жінок. Що стосується біологічних гіпотез, то в їх рамках розглядається, як правило, вплив гормональних факторів. Розглядають чоловічу роль як інструментальну Т. Парсонс та Р. Бейлз [20].

Матіна Хорнер у 1960 р. висунула концепцію, згідно з якою мала успішність жінок у порівнянні з чоловіками пояснюється відсутністю у жінок мотивації, так званій «страх успіху» [12].

За оцінкою Міжнародної організації праці, жінки у світі в середньому заробляють на 20% менше чоловіків, і навіть у Євросоюзі, де багато держав активно проводять політику, спрямовану на скорочення гендерного розриву на ринку праці (наприклад, запровадження гендерних квот для наглядових рад компаній), розрив у зарплатах перевищує 14%. Причини цього не завжди виходить пояснити відмінностями в досвіді, освіті та інших параметрах, що характеризують людський капітал, або навіть прямою дискримінацією, і економісти активно шукають альтернативні пояснення – серед таких факторів, наприклад, нижча самооцінка у жінок, нижча схильність до переговорів про зарібок, нижча толерантність до ризику при пошуку роботи, що проявляється у схильності в середньому швидше, ніж чоловіки, погоджуватися на пропозицію про роботу, а не продовжувати шукати кращі та більш оплачувані варіанти [23].

Ще одне потенційне пояснення – різниця щодо конкуренції. Підвищення заробітної плати або просування по службі можуть бути конкурентними

процесами, а високі позиції часто вимагають конкурентоспроможності. Якщо жінки негативно сприймають конкуренцію, а чоловіки, навпаки, беруть участь у ній більш охоче, то виникають два ефекти: по-перше, жінки рідше працюватимуть у середовищі, для якого характерна внутрішня конкуренція, і, по-друге, серед тих, хто в такому середовищі процвітає, жінок буде менше [19].

Якщо наявність розриву у готовності змагатися підтверджується безліччю досліджень, то точно пояснити причину цієї різниці вченим поки що не виходить. Деякі дослідження виявляють її у біологічних відмінностях: наприклад, Томас Бузер з Університету Амстердама виявив зв'язок схильності до змагання у студенток із рівнем гормону прогестерону.

Але більша кількість експертів, втім, схиляється до того, що більш важливим є вплив соціального середовища. Експеримент в Індії, в якому підлітки змагалися у киданні м'яча, виявив різницю між поведінкою дітей з матрилінійного (де спадкування відбувається по материнській лінії) народу кхасі та патріархального кхарбі: хлопчики та дівчатка з матрилінійного товариства поводитися однаково, тоді як хлопчики з патріархального суспільства демонстрували вищу схильність до конкуренції, ніж дівчата [10].

Очевидно, соціальний компонент гендерного розриву у змагальності виникає у ранньому віці: вже у дитсадку хлопчики більш охоче беруть участь у змаганнях, ніж дівчатка, і цей розрив зберігається й у юності, виявили вчені, вивчаючи поведінку школярів 9–10 років в Ізраїлі. Їх попросили спочатку пробігти коротку дистанцію індивідуально, а потім у парі з суперником, який показав аналогічну швидкість в індивідуальному забігу: хлопчики покращували свій час у парному забігу, а дівчата, навпаки, бігли повільніше [14].

Проте аналогічний експеримент зі шведськими дітьми 7–10 років не виявив різниці у змаганнях дівчаток та хлопчиків. У цьому експерименті діти, окрім бігу, змагалися ще у стрибках через скакалку, що використовувалося як проксі для «жіночих» занять: і хлопчики, і дівчатка покращили результат у парному бігу та у парних стрибках через скакалку порівняно зі своїми індивідуальними результатами. Можливо, більш гендерно-нейтральна культура

Швеції знижує як різницю у змаганні хлопчиків і дівчаток, так і ступінь, в якому завдання взагалі сприймаються як «жіночі» та «чоловічі», вважають автори шведського експерименту [11].

Отже, у першому розділі ми визначили основні засади як загальної конкуренції, так і гендерної конкуренції.

Конкуренція – одна з основних форм організації міжособистісної взаємодії, що характеризується досягненням індивідуальних або групових цілей та інтересів в умовах протиборства з іншими індивідами або групами, що прагнуть досягти тих самих цілей та інтересів.

Поняття «конкуренція» наявне у декількох наукових сферах, але, зокрема, у сфері психології конкуренція розглядається як одна з основних форм міжособистісної взаємодії, яка характеризується прагненням досягти ідентичної мети з іншими учасниками процесу. При цьому розуміння природи людини виходить на перший план.

Гендерна психологія вивчає закономірності формування та розвитку характеристик особистості, як представника певної статі, зумовлена статевою диференціацією, стратифікацією та ієрархізацією.

Згідно з дослідженнями відомих психологів, жінки негативно сприймають конкуренцію, а чоловіки, навпаки, беруть участь у ній більш охоче. Але примітним є те, що у різних країнах з різними традиціями, співвідношення результатів відрізняється. Експерти пов'язують це із впливом соціального середовища. Тому важливим фактором є формування експериментальної групи на теренах України.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ У ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ СЕРЕДНЬОГО ВІКУ

2.1. Організація та методи дослідження конкуренції у жінок та чоловіків середнього віку

Метою емпіричного дослідження є визначення особливостей гендерних відмінностей в рівні конкуренції у жінок та чоловіків середнього віку.

Завдання емпіричного дослідження.

1. Провести опитування досліджуваних та здійснити анкетування за розробленою анкетой «Уявлення про конкуренцію».
2. Визначити особливостей прояву особистої конкурентоспроможності у досліджуваних чоловіків та жінок за методикою «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності».
3. Дослідити вплив особистісних характеристик на уявлення чоловіків та жінок про конкуренцію за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру».
4. Встановити зв'язок між домінуванням та уявленням про конкуренцію у чоловіків та жінок за методикою «Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі.
5. Визначити вплив агресії на рівень конкуренції за методикою Методику Басса-Даркі для діагностики агресивності.
6. Дослідити вплив чинника впевненості у собі на рівень конкуренції у чоловіків та жінок за методикою Тест Райдаса «Упевненість у собі».

В дослідженні брали участь 80 осіб (40 чоловіків та 40 жінок) у віці 35 – 45 років.

Методи емпіричного дослідження були дібрані адекватні меті та завданням.

Для визначення уявлень про конкуренцію чоловіків і жінок ми розробили **анкету «Уявлення про конкуренцію»** (Додаток А). Анкета містить 18 питань і припускає 2 варіанти відповідей – «скоріше так» та «скоріше ні». Запитання в анкеті дозволяють охопити різні аспекти уявлень про конкуренцію: особистісні уявлення респондентів, їх ставлення до гендерних стереотипів щодо конкуренції, власний досвід, відношення до конкуренції у контексті батьківсько-дитячих стосунків тощо.

В анкеті відповіді «так» на питання 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16 та відповіді «ні» на питання 6, 8, 9, 10, 11 оцінюються у 1 бал. Відповіді «ні» на питання 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16 та відповіді «так» на питання 6, 8, 9, 10, 11 оцінюються в 0 балів.

Відповіді на питання 1, 2, 3, 4, 17, 18 не враховуються при підрахунку балів. Вони слугують джерелом додаткової інформації про респондентів та їхні уявлення, яка буде врахована при інтерпретації даних. Зокрема, вони дають інформацію про вік респондентів, їхню стать, власний досвід наявності чи відсутності конкуренції у їхньому житті з боку їх самих або чоловіка (дружини), про гендерні уявлення поблажливого ставлення тільки до чоловічої (жіночої) конкуренції та ін.

Максимальна кількість балів – 12. Особи, що набрали 0 – 6 балів вважаються такими, що мають переважно лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими. Особи, що набрали 7 – 12 балів, вважаються такими, що мають переважно негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими.

Оскільки ставлення до конкуренції часто формується під впливом самооцінки, було використано методику **«Експрес-діагностика особистісної конкурентоспроможності»** (Додаток Б). Ця методика побудована за принципом семантичного диференціала (біполярна шкала оцінок особистісних властивостей), містить 11 властивостей, які слід оцінити від -3 до +3 за рівням вираженості цієї властивості.

У науковій літературі містяться дані про те, що особистісні характеристики корелюють із рівнем конкуренції у чоловіків та жінок.

Найбільш популярними і часто використовуваними шкалами особистих характеристик є інтроверсія/екстраверсія, але використовуються також інші. Зручність використання шкал особистісних характеристик в емпіричних дослідженнях визначається, крім того, швидкістю проведення цих методик. Відомою методикою особистісних характеристик є опитувальник **Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»** (Додаток В). Методика містить 88 запитань, які припускають 2 варіанти відповідей: «так», «ні».

Усі судження групуються в 10 шкал:

1. Демонстративність (Д).
2. Педантичність (П).
3. Гипертимічність (Г).
4. Дистимічність (Дист).
5. Циклотимічність (Ц).
6. Екзальтованість (Е).
7. Застрягання (З).
8. Збудження (Зб).
9. Тривожність (Т).
10. Емотивність (Ем).

Отже, 88 суджень, наявні в опитувальнику, дозволяють визначити ту чи іншу акцентуацію характеру людини.

Для визначення зв'язку між домінуванням та рівнем конкуренції було обрано опитувальник **«Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі** (Додаток Г). Опитувальник містить 128 тверджень, які дозволяють сформулювати особистісний профіль за чотирма показниками: агресивність, домінування, дружелюбність та підлеглість. За спеціальними формулами після цього визначаються дані за двома основними чинниками: домінування та дружелюбність.

Для визначення ролі агресивності та її впливу їх на конкуренцію було використано **Методику Басса-Даркі для діагностики агресивності**

(Додаток Д). Опитувальник включає 75 питань, на кожне з яких передбачено 2 варіанти відповідей.

Передбачено визначення таких шкал:

1. Фізична агресія (ФАгр).
2. Непряма агресія (НАгр).
3. Роздратування (Роздр).
4. Негативізм (Нег).
5. Схильність до образи (Образ).
6. Настороженість (Наст).
7. Вербальна агресія (ВАгр).
8. Провина (Пров)

Для визначення впливу чинника впевненості в собі на рівень конкуренції було використано **Тест Рейдаса «Впевненість у собі»** (Додаток Е). Тест запропонований для експрес-діагностики ступеня впевненості у собі. Це – одномірна шкала з 30-ти тверджень, які належать до різноманітних сфер. Кожному твердженню відповідають 5 варіантів відповіді: «дуже характерно», «достатньо характерно», «частково характерно, частково – ні», «достатньо нехарактерно», «геть не характерно»..

Для порівняння вибірових середніх величин, що належать до двох сукупностей даних, і для рішення питання про те, чи відрізняються середні значення статистично вірогідно друг від друга, ми використовували **U-критерій Манна-Уїтні**. Цей статистичний метод було обрано через різну кількість досліджуваних у групах чоловіків та жінок, що мають лояльне або негативне уявлення про конкуренцію. Він призначений для оцінки розходжень між двома вибірками за рівнем якої-небудь ознаки, кількісно вимірної. Метод дозволяє виявляти відмінності між малими вибірками. Для застосування U-критерію Манна – Уїтні було складено єдиний ранжований рядок вибірок, що зіставляються, приписавши меншому значенню менший ранг (при наявності повторюваних елементів у вибірці було використано середній ранг). Загальна кількість рангів обчислюється за формулою 2.1:

$$N = n_1 + n_2 \quad (2.1)$$

Де:

n_1 – кількість елементів в першій порівнюваній вибірці,

n_2 – кількість елементів у другий порівнюваній вибірці.

Далі ділили єдиний ранжований ряд на два, що складаються відповідно з одиниць першої і другої вибірок. Підраховували окремо суму рангів, що припали на долю елементів першої вибірки, і окремо – на частку елементів другої вибірки (формули 2.2 – 2.3.)

$$U_1 = n_1 \cdot n_2 + \frac{n_1 \cdot (n_1 + 1)}{2} - R_1, \quad (2.2)$$

$$U_2 = n_1 \cdot n_2 + \frac{n_2 \cdot (n_2 + 1)}{2} - R_2 \quad (2.3)$$

Де:

U – значення U-статистики Манна-Уїтні,

R_1 – сума рангів, що припали на долю елементів першої вибірки,

R_2 – сума рангів, що припали на долю елементів другої вибірки.

Далі визначається U-статистика Манна-Уїтні за формулою 2.4:

$$U = \min\{U_1, U_2\}. \quad (2.4)$$

За таблицею для обраного рівня статистичної значущості визначається критичне значення критерію для даних

Для виявлення взаємозв'язку різних аспектів уявлення про конкуренцію у чоловіків та жінок був проведений кореляційний аналіз даних. У ході кореляційного аналізу підраховувався коефіцієнт кореляції Пірсона за формулою 2.5:

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n [(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})]}{n \cdot \sqrt{S_x^2 \cdot S_y^2}} \quad (2.5)$$

Де:

r_{xy} – коефіцієнт кореляції Пірсона;

\bar{x} , \bar{y} – середні вибіркові значення порівнюваних величин;

x_i і y_i – окремі вибіркові значення порівнюваних величин;

S_x^2 , S_y^2 – дисперсії, відхилення порівнюваних величин від середніх

значень.

n – кількість досліджуваних (у кожній групі);

Σ – алгебраїчний знак суми.

Отже, було обґрунтовано методики для визначення рівня конкуренції у чоловіків та жінок та обрано математичні методи обчислення отриманих значень.

2.2. Аналіз результатів дослідження конкуренції у жінок та чоловіків середнього віку

На першому етапі дослідження було здійснено анкетування «Уявлення про конкуренцію», яке дозволило розділити усю вибірку на 4 групи:

Група 1 – Чоловіки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими (Гр1Чл) – 16 осіб.

Група 2 – Чоловіки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими (Гр2Чн) – 24 особи.

Група 3 – Жінки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими (Гр3Жл) – 12 осіб.

Група 4 – Жінки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими (Гр4Жн) – 28 осіб.

На другому етапі дослідження було здійснено діагностику досліджуваних за методикою «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності» і визначено особливості особистої конкурентоспроможності чоловіків та жінок, які мають різне уявлення про конкуренцію.

Сирі бали чоловіків та жінок за методикою «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності» наведено в Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Сирі бали чоловіків та жінок за методикою «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності»

№ з/п	Гр1Чл	Гр2Чн	Гр3Жл	Гр4Жн
1	19 б	12 б	18 б	36 б
2	26 б	30 б	14 б	13 б
3	16 б	22 б	12 б	32 б
4	26 б	30 б	36 б	13 б
5	18 б	12 б	12 б	36 б
6	36 б	25 б	13 б	14 б
7	14 б	20 б	13 б	28 б
8	36 б	13 б	36 б	15 б
9	29 б	15 б	22 б	29 б
10	19 б	20 б	33 б	12 б
11	29 б	21 б	21 б	22 б
12	29 б	30 б	26 б	15 б
13	35 б	26 б		37 б
14	16 б	15 б		14 б
15	33 б	17 б		33 б
16	19 б	24 б		17 б
17		16 б		36 б
18		33 б		13 б
19		32 б		32 б
20		14 б		13 б
21		12 б		36 б
22		24 б		14 б
23		26 б		28 б
24		22 б		15 б
25				29 б
26				12 б
27				22 б
28				15 б

На третьому етапі дослідження визначалися особливості особистісних характеристик у чоловіків та жінок з різним уявленням про конкуренцію за

методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру». Сирі бали чоловіків за цією методикою наведені в Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

**Сирі бали чоловіків за методикою Шмишека-Леонгарда
«Акцентуація характеру»**

№ з/п	УСТАНОВКИ									
	Д	П	Г	Дист	Ц	Е	З	Зб	Т	Ем
	Гр1Чл									
1	2б	2б	2б	4б	1б	2б	4б	4б	1б	2б
2	3б	4б	3б	1б	2б	2б	2б	4б	2б	1б
3	1б	2б	2б	1б	1б	3б	2б	4б	3б	1б
4	3б	1б	2б	1б	1б	3б	2б	4б	3б	1б
5	2б	4б	1б	2б	1б	2б	4б	4б	2б	3б
6	2б	3б	1б	2б	1б	2б	3б	1б	1б	1б
7	1б	1б	1б	2б	1б	4б	4б	4б	3б	3б
8	4б	2б	1б	2б	3б	2б	2б	4б	4б	1б
9	2б	3б	1б	2б	1б	1б	4б	4б	1б	3б
10	1б	2б	1б	2б	4б	1б	4б	4б	3б	1б
11	1б	2б	1б	2б	2б	4б	1б	4б	1б	3б
12	3б	1б	1б	2б	1б	2б	4б	4б	3б	3б
13	4б	4б	2б	2б	2б	2б	2б	4б	1б	1б
14	2б	1б	2б	3б	2б	1б	4б	4б	1б	1б
15	2б	4б	1б	2б	2б	2б	1б	1б	3б	4б
16	1б	4б	1б	4б	3б	2б	4б	4б	1б	3б
	Гр1Чн									
1	2б	2б	3б	4б	1б	3б	4б	4б	3б	2б
2	2б	1б	4б	4б	1б	1б	4б	4б	3б	4б
3	3б	1б	3б	3б	1б	2б	2б	4б	4б	4б
4	3б	1б	3б	4б	2б	1б	2б	4б	4б	4б
5	3б	3б	2б	3б	1б	2б	4б	4б	1б	1б
6	4б	1б	3б	3б	2б	3б	4б	3б	4б	4б
7	2б	1б	3б	3б	1б	3б	4б	4б	4б	4б
8	3б	2б	2б	4б	4б	1б	3б	4б	4б	4б
9	2б	1б	3б	2б	3б	2б	4б	4б	1б	4б
10	1б	1б	3б	2б	4б	3б	4б	2б	4б	4б
11	1б	2б	2б	2б	2б	4б	4б	4б	4б	4б
12	3б	1б	2б	1б	2б	3б	4б	3б	4б	4б
13	4б	1б	3б	3б	2б	3б	3б	4б	4б	4б
14	4б	1б	3б	4б	2б	1б	4б	4б	4б	4б
15	3б	2б	2б	4б	1б	3б	2б	4б	4б	4б
16	4б	2б	2б	4б	4б	4б	4б	3б	4б	4б
17	1б	2б	3б	4б	4б	2б	4б	3б	4б	4б
18	3б	1б	3б	4б	4б	3б	3б	3б	4б	4б
19	4б	2б	4б	4б	4б	3б	4б	4б	4б	4б
20	1б	4б	1б	3б	2б	1б	4б	4б	4б	4б
21	1б	3б	1б	4б	1б	3б	4б	4б	3б	2б
22	4б	2б	4б	4б	1б	1б	4б	4б	4б	4б
23	4б	1б	3б	3б	1б	2б	2б	4б	4б	4б
24	4б	2б	3б	4б	2б	1б	2б	4б	4б	4б

Сирі бали жінок за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру» наведені в Таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Сирі бали жінок за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»

№ з/п	УСТАНОВКИ									
	Д	П	Г	Дист	Ц	Е	З	Зб	Т	Ем
	ГрЗЖл									
1	16	26	46	46	16	26	16	46	16	26
2	16	16	36	46	16	26	26	46	16	46
3	16	26	26	46	16	36	26	46	16	46
4	36	16	46	46	16	36	26	46	36	36
5	16	16	36	26	16	26	16	46	26	36
6	26	16	36	26	16	26	36	16	16	36
7	16	16	16	26	16	46	16	46	36	36
8	46	26	36	36	36	26	26	46	46	36
9	26	16	46	26	16	16	16	46	16	36
10	16	26	16	36	46	16	46	46	36	46
11	16	26	46	36	26	46	16	46	46	36
12	46	16	36	46	16	26	16	46	36	36
	ГрЗЖн									
1	26	26	46	46	16	26	46	46	26	26
2	36	16	36	16	26	26	26	46	26	46
3	16	26	26	16	16	36	26	46	36	46
4	36	16	26	16	16	36	26	46	36	36
5	26	16	16	26	16	26	46	46	26	36
6	26	16	16	26	16	26	36	16	16	36
7	16	16	16	26	16	46	46	46	36	36
8	46	26	16	26	36	26	26	46	46	36
9	26	16	46	26	16	16	46	46	16	36
10	16	26	16	26	46	16	46	46	36	46
11	16	26	16	26	26	46	16	46	46	36
12	36	16	16	26	16	26	46	46	36	36
13	46	16	26	26	26	26	26	46	16	46
14	26	16	26	36	26	16	46	46	16	46
15	26	16	46	26	26	26	16	16	36	46
16	16	16	16	46	36	26	46	46	46	36
17	26	26	46	46	16	26	46	46	26	26
18	36	16	36	16	26	26	26	46	26	46
19	16	26	46	16	16	36	26	46	36	46
20	36	16	26	16	16	36	26	46	36	36
21	26	16	16	26	16	26	46	46	26	36
22	26	16	16	26	16	26	36	16	16	36
23	16	16	16	26	16	46	46	46	36	36
24	46	26	16	26	36	26	26	46	46	36
25	26	16	46	26	16	16	46	46	16	36
26	16	26	16	26	46	16	46	46	36	46
27	16	26	16	26	26	46	16	46	46	36
28	36	16	16	26	16	26	46	46	36	36

На четвертому етапі дослідження встановлювався взаємозв'язок між домінуванням та уявленням про конкуренцію у різних групах чоловіків та жінок, для чого було використано опитувальник «Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі. Сирі бали чоловіків за цією методикою наведені в Таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Сирі бали чоловіків за методикою «Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі

№ з/п	Гр1Чл		Гр2Чн		Гр3Жл		Гр4Жн	
	Домін	Друж	Домін	Друж	Домін	Друж	Домін	Друж
1	78 б	38 б	116 б	120 б	75 б	42	89	49
2	65 б	75 б	103 б	98 б	39 б	39	54	64
3	87 б	37 б	62 б	45 б	87 б	88	98	48
4	108 б	75 б	62 б	39 б	121 б	121	97	60
5	84 б	92 б	86 б	120 б	85 б	45	95	38
6	91 б	99 б	67 б	44 б	91 б	41	80	101
7	84 б	38 б	63 б	78 б	84 б	39	93	37
8	120 б	91 б	86 б	120 б	126 б	122	39	101
9	87 б	74 б	63 б	77 б	87 б	106	98	50
10	85 б	44 б	55 б	47 б	85 б	39	74	105
11	44 б	73 б	62 б	74 б	119 б	116	55	103
12	104 б	71 б	75 б	46 б	105 б	121	93	109
13	61 б	86 б	74 б	38 б			72	42
14	80 б	88 б	121 б	39 б			69	100
15	82 б	81 б	38 б	44 б			93	41
16	54 б	42 б	62 б	41 б			43	42
17			61 б	76 б			114 б	38
18			86 б	62 б			44 б	103
19			66 б	75 б			48 б	37
20			53 б	105 б			86 б	106
21			122 б	120 б			117 б	39
22			55 б	39 б			60 б	107
23			64 б	40 б			57 б	38
24			121 б	38 б			49 б	108
25							59 б	50 б
26							99 б	88 б
27							44 б	39 б
28							36 б	104 б

На п'ятому етапі дослідження визначалась агресивність та її вплив на уявлення чоловіків і жінок про конкуренцію з використанням опитувальника Методика Басса-Даркі для діагностики агресивності.

Сирі бали чоловіків за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності наведені в Таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Сирі бали чоловіків за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності

№ з/п	Шкали агресії							Шкали агресії						
	ФАг	Н	Розд	Не	Обра	Нас	Ваг	ФАг	Н	Розд	Не	Обра	Нас	Ваг
	р	А	р	г	з	т	р	р	А	р	г	з	т	р
Гр1Чл							Гр1Чн							
1	36	46	46	16	16	16	16	46	46	26	26	26	46	16
2	36	36	16	36	36	36	36	36	26	16	16	46	36	36
3	16	36	36	16	36	26	36	16	26	26	36	26	36	26
4	26	46	26	16	36	26	26	36	16	26	26	36	46	26
5	26	36	46	16	46	46	16	26	36	46	36	26	46	16
6	46	36	26	26	16	36	36	46	26	26	26	46	36	36
7	26	46	26	26	16	26	26	26	46	26	26	46	46	26
8	36	26	26	26	36	36	26	36	26	26	26	36	36	26
9	26	16	26	16	26	26	46	26	46	26	36	26	26	46
10	46	46	26	26	26	16	36	46	46	26	26	26	16	26
11	26	36	26	26	26	46	26	26	26	26	26	26	46	26
12	36	26	46	26	26	36	26	26	26	46	26	26	36	26
13	36	46	26	16	26	46	26	36	26	26	36	26	46	26
14	16	46	46	16	26	16	46	46	16	26	36	26	46	46
15	46	26	16	26	46	46	26	46	26	16	26	46	36	26
16	16	46	46	16	26	16	36	46	16	26	36	26	46	36
17								46	36	36	26	36	46	46
18								16	26	16	26	26	46	26
19								16	26	26	36	26	46	46
20								46	26	26	26	36	46	36
21								46	26	26	26	26	46	16
22								16	26	16	16	46	26	36
23								16	16	26	36	26	36	26
24								36	16	26	16	36	46	26

Сирі бали жінок за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності наведені в Таблиці 2.6.

**Сирі бали жінок за методикою Басса-Даркі для діагностики
агресивності**

№ з/ п	Шкали агресії							Шкали агресії						
	ФАг р	Н А	Розд р	Не г	Обра з	Нас т	Ваг р	ФАг р	Н А	Розд р	Не г	Обра з	Нас т	Ваг р
	Гр3Жл							Гр4Жн						
1	16	16	46	46	16	16	16	26	1	4	1	1	1	1
2	16	36	16	46	36	36	36	46	3	1	3	3	3	3
3	16	26	36	36	36	26	36	36	2	4	3	3	2	3
4	46	26	26	16	36	26	26	16	2	2	1	3	2	2
5	26	36	46	36	46	46	16	16	3	4	3	4	4	1
6	46	26	26	26	16	36	36	46	2	1	2	1	3	3
7	26	46	26	26	16	26	26	26	4	4	2	1	2	2
8	36	26	26	26	36	36	26	36	2	2	2	3	3	2
9	26	16	26	36	26	26	46	26	1	2	3	2	2	4
10	46	46	26	26	26	16	36	46	4	2	2	2	1	3
11	26	26	26	26	26	46	26	26	2	2	2	1	4	2
12	36	26	46	26	26	36	26	36	2	4	2	1	3	2
13								36	26	26	36	16	46	26
14								16	16	46	36	16	16	46
15								26	26	16	26	16	46	26
16								16	16	46	36	16	16	36
17								36	16	46	16	16	16	16
18								36	36	16	36	36	36	36
19								16	26	36	36	36	26	36
20								26	26	26	16	16	26	26
21								26	36	46	36	46	46	16
22								46	26	26	26	16	36	36
23								26	46	26	26	16	26	26
24								36	26	26	26	36	36	26
35								26	16	26	36	26	26	46
26								46	46	26	26	16	16	36
27								26	26	26	26	16	46	26
28								36	26	46	26	26	36	26

На шостому етапі дослідження з'ясувався вплив чинника впевненості у собі на рівень конкуренції чоловіків та жінок різних груп, для чого було використано Тест Райдаса «Упевненість у собі».

Сирі бали чоловіків та жінок за методикою Тест Райдаса «Упевненість у собі» наведено в Таблиці 2.7.

**Сирі бали чоловіків та жінок за методикою Тест Райдаса
«Упевненість у собі»**

№ з/п	Гр1Чл	Гр2Чн	Гр3Жл	Гр4Жн
1	24	10	13	24
2	24	42	15	24
3	14	8	15	14
4	48	42	26	48
5	42	10	13	42
6	32	32	32	32
7	30	11	11	30
8	6	42	6	6
9	34	6	34	34
10	30	4	12	30
11	30	24	18	30
12	36	6	15	36
13	24	4		24
14	18	18		18
15	36	6		36
16	36	24		36
17		4		24
18		6		24
19		4		14
20		24		48
21		10		42
22		42		32
23		8		30
24		48		6
25				34
26				30
27				30
28				36

Всі отримані дані були статистично оброблені та інтерпретовані.

Досліджувалися відмінності між чоловіками та жінками різних груп, зокрема:

- між чоловіками Групи 1 і Групи 2 (визначення розходжень в рівні конкуренції у чоловіків, що лояльно та негативно ставляться до конкуренції),
- між жінками Групи 3 і Групи 4 (визначення розходжень в рівні конкуренції у жінок, що лояльно та негативно ставляться до конкуренції),
- між досліджуваними чоловіками та жінками Групи 1 і Групи 3 (визначення розходжень в рівні конкуренції між чоловіками та жінками, що лояльно ставляться до конкуренції),

- між досліджуваними чоловіками та жінками Групи 2 і Групи 4 (визначення розходжень в рівні конкуренції між чоловіками та жінками, що негативно ставляться до конкуренції).

2.3. Психологічний аналіз зв'язку гендеру та конкуренції

На першому етапі дослідження після опитування за анкетною «Уявлення про конкуренцію» уся вибірка (80 осіб, 40 чоловіків та 40 жінок) була розділена на 4 групи:

Група 1 – Чоловіки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими (Гр1Чл) – 16 осіб.

Група 2 – Чоловіки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими (Гр2Чн) – 24 особи.

Група 3 – Жінки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими (Гр3Жл) – 12 осіб.

Група 4 – Жінки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими (Гр4Жн) – 28 осіб (Табл. 2.8):

Таблиця 2.8

Розподіл досліджуваних за уявленнями про конкуренцію за анкетною «Уявлення про конкуренцію»

Групи	Кількість	
	Осіб	%
Гр1Чл	16	20
Гр2Чн	24	30
Гр3Жл	12	15
Гр4Жн	28	35
Разом	80	100

Отже, негативне уявлення про конкуренцію мають 65 % (з них – 30 % чоловіків та 30 % жінок), а переважно лояльне – 35 % (20 % чоловіків та 15 % жінок). Якщо досліджувати зріз за статтю, то можна визначити, що з усіх чоловіків, що брали участь в анкетуванні (40 осіб) 60 % мають переважно негативне уявлення про конкуренцію, і 40 % – переважно лояльних. Серед жінок – 70 % і 30 % відсотків відповідно. Отже, попередній побіжний аналіз

дозволяє визначити, що більшості досліджуваних в цілому притаманне негативне уявлення про конкуренцію.

Когнітивний та чуттєвий аспект уявлення про конкуренцію може відрізнятися. Наприклад, лояльне уявлення про конкуренцію взагалі може змінюватися на негативне до конкуренції із значимими людьми, і це відбувається в тому числі у переживанні такого почуття, як розуміння особистої конкурентоспроможності – недовіри, сумнівів у власній спроможності, невпевненості у собі. Тому на другому етапі дослідження було проведено психологічну діагностику за методикою «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності». Особливості гендерних розходжень у особистій конкурентоспроможності (ОК) досліджуваних з різними уявленнями про конкуренцію наведено в Таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Особливості гендерних розходжень у рівні конкуренції за методикою «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності» у досліджуваних з різними уявленнями про конкуренцію

Шкала	Групи				Розбіжності, Уїтні	Манн- Уїтні
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
ОК	Гр1Чл, n=16		Гр2Чн, n=24		140	$p>0,05$
	25±0,35	380	21,29±1,84	440		
	Гр3Жл, n=12		Гр4Жн, n=28		149	$p>0,05$
	21,33±6,71	227	22,53±3,09	593		
	Гр1Чл, n=16		Гр3Жл, n=12		68,5	$p>0,05$
	25±0,35	259,5	21,33±6,71	146,5		
	Гр2Чн, n=24		Гр4Жн, n=28		318,5	$p>0,05$
	21,29±1,84	618,5	22,53±3,09	759,5		

Якщо дослідити дані, наведені в Таблиці 2.9, то можна побачити, що найбільш конкурентоспроможними себе оцінюють серед чотирьох груп досліджуваних чоловіки, які мають переважно лояльне уявлення про конкуренцію. Це непрямо могло б підтвердити твердження, що лояльне уявлення про конкуренцію в цілому не обов'язково залишається лояльними, коли йдеться про значимих людей, втім, статистично розбіжність не може вважатися значущою у кожному конкретному випадку ($p>0,05$). В той же час, цікаво буде дослідити на наступних етапах дослідження можливу наявність

кореляції особистої конкурентоспроможності із різними аспектами уявлень про конкуренцію в досліджуваних групах.

Одним з таким аспектів є особистісні характеристики. Тому на третьому етапі дослідження було діагностовано акцентуацію характеру за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру». Зокрема, вимірювалися такі акцентуації:

1. Демонстративність (Д).
2. Педантичність (П).
3. Гипертимічність (Г).
4. Дистимічність (Дист).
5. Циклотимічність (Ц).
6. Екзальтованість Е.
7. Застрягання(З).
8. Збудження (Зб).
9. Тривожність(Т).
10. Емотивність (Ем).

Особливості розходжень щодо акцентуацій у групах чоловіків, що мають різне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.10

Таблиця 2.10

Розходження щодо акцентуацій у групах чоловіків, що мають різне уявлення про конкуренцію (за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр1Чл, n=16		Гр2Чн, n=24			
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів	U	p
1. Д	2,12	268	2,75	552	132	$p \leq 0,05$
2. П	2,5	404	1,67	416	116	$p \leq 0,05$
3. Г	2,12	185,5	2,71	634,5	49,5	$p \leq 0,01$
4. Дист	2,12	205	3,33	615	69	$p \leq 0,01$
5. Ц	1,75	293	2,17	527	157	$p > 0,05$
6. Е	2,18	312	2,29	508	176	$p > 0,05$
7. З	2,93	283	3,46	537	147	$p > 0,05$
8. Зб	3,625	346	3,71	474	174	$p > 0,05$
9.Т	2,06	182,5	3,63	637,5	46,5	$p \leq 0,01$
10. Ем	2	173,5	3,71	646,5	37,5	$p \leq 0,01$

З таблиці 2.10 ми можемо зробити висновок, що існують статистично значущі розходження між чоловіками, що мають різне уявлення про конкуренцію за такими шкалами, як «Демонстративність», «Педантичність», «Гипертимічність», «Дистимічність», «Тривожність», «Емотивність».

Досліджувані чоловіки, які мають негативне уявлення про конкуренцію, у порівнянні з чоловіками, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, більш схильні виявляти демонстративність, тобто більш схильні до витіснення ($U = 132, p \leq 0,05$), мають підвищений фон настрою ($U = 49,5, p \leq 0,01$) або ж навпаки здатні до песимізму ($U = 69, p \leq 0,01$). Щодо тривожності, то чоловіки з негативним ставленням до конкуренції більш схильні до тривожно-боязкого стану ($U = 46,5, p \leq 0,01$).

Досліджувані чоловіки, що лояльно ставляться до конкуренції, на відміну від чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію, відрізняються підвищеною ригідністю ($U = 116, p \leq 0,05$). На нашу думку, це пов'язано з тим, що чоловіки, які схильні до лояльного уявлення про конкуренцію, не пов'язують конкуренцію із активним станом. Це підтверджується і даними попереднього анкетного опитування, в якому частина чоловіків, які лояльно ставляться до конкуренції, позитивно відповіли на питання «Чи ставитеся ви позитивно до відмови від конкуренції». Отже, можна припустити, що такі чоловіки прагнуть уникати конкуренції.

Також чоловіки, що мають лояльне уявлення до конкуренції, у порівнянні з іншою групою чоловіків, мають більшу вразливість ($U = 37,5, p \leq 0,01$). Натомість чоловіки з негативним уявленням про конкуренцію виявилися менш емоційними.

За такими шкалами, як «Циклотимічність», «Екзальтованість», «Застрягання» та «Збудження» статистично значущих відмінностей між досліджуваними групами чоловіків виявлено не було.

Особливості розходжень щодо акцентуацій характеру у групах жінок, що мають різне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.11

Розходження щодо акцентуацій характеру у групах жінок, що мають різне уявлення про конкуренцію (за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр3Жл, n=12		Гр4Жн, n=28		U	p
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. Д	1,83	212,5	2,11	607,5	134,5	p>0,05
2. П	1,42	256	1,36	564	158	p>0,05
3. Г	2,92	315,5	1,96	504,5	98,5	p≤0,05
4. Дист	3,08	344	2,04	476	70	p≤0,01
5. Ц	1,50	221	1,68	599	143	p>0,05
6. Е	2,33	254	2,25	566	160	p>0,05
7. З	1,75	151	2,96	669	73	p≤0,01
8. Зб	3,75	250	3,68	570	164	p>0,05
9.Т	2,25	223	2,54	597	145	p>0,05
10. Ем	3,17	233,5	3,25	586,5	155,5	p>0,05

Між жінками з різними уявленнями про конкуренцію виявилось менше розбіжностей, ніж між чоловіками. Розходження були знайдені за шкалами «Гіпертимічність», «Дистимічність» та «Застрягання».

Гіпертимічність, тобто підвищений фон настрою, виявився позитивнішим у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію ($U = 98,5$, $p \leq 0,05$). Ймовірно, що такі жінки в цілому сприймають конкуренцію як цілком позитивний процес. Жінки ж з негативним уявленням про конкуренцію виявилися менш схильними до гіпертимічності, аж до дистимічності ($U = 70$, $p \leq 0,01$). Щодо афективної складової (шкала «Застрягання»), то таким жінкам властива стійкість афекту ($U = 73$, $p \leq 0,01$).

За шкалами «Демонстративність», «Педантичність», «Циклотимічність», «Екзальтованість», «Збудження», «Тривожність» та «Емотивність» статистично значущих відмінностей між досліджуваними групами жінок знайдено не було.

Отже, ми порівняли установки у групах чоловіків та жінок з різними уявленнями про конкуренцію, а тепер перейдемо до визначення гендерних особливостей прояву однакових уявлень про конкуренцію.

Гендерні особливості розходжень щодо акцентуацій характеру у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.12

Таблиця 2.12

Гендерні особливості розходжень щодо акцентуацій характеру у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію (за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр1Чл, n=16		Гр3Жл, n=12		U	p
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. Д	2,12	252	1,83	154	76	$p > 0,05$
2. П	2,5	281,5	1,42	124,5	46,5	$p \leq 0,05$
3. Г	2,12	164	2,92	242	28	$p \leq 0,01$
4. Дист	2,12	180,5	3,08	225,5	44,5	$p \leq 0,01$
5. Ц	1,75	252	1,50	154	76	$p > 0,05$
6. Е	2,18	224	2,33	182	88	$p > 0,05$
7. З	2,93	284,5	1,75	121,5	43,5	$p \leq 0,01$
8. Зб	3,625	228	3,75	178	92	$p > 0,05$
9. Т	2,06	223,5	2,25	182,5	87,5	$p > 0,05$
10. Ем	2	177	3,17	229	41	$p \leq 0,01$

Отже, попри однакові лояльні уявлення про конкуренцію, між акцентуаціями в цих групах чоловіків та жінок виявилось багато розбіжностей, зокрема, за шкалами «Педантичність», «Гипертимічність», «Дистимічність», «Застрягання» та «Емотивність».

Чоловіки з лояльними уявленнями про конкуренцію на відміну від жінок з такими ж уявленнями, відрізняються більшою інертністю ($U=46,5$, $p \leq 0,05$). З

іншого ж боку, вони схильні до песимізму ($U=44,5, p\leq 0,01$). Афект у них більш стійкий, ніж у жінок ($U=43,5, p\leq 0,01$). Можливо, що лояльне ставлення до конкуренції у них обумовлено саме застряганням.

Жінки з лояльними уявленнями про конкуренцію, на відміну від чоловіків мають вищий тон настрою ($U=28, p\leq 0,01$). Щодо емотивності, до жінки в досліджуваній групі виявилися більш вразливими ($U=41, p\leq 0,01$).

За шкалами «Демонстративність», «Циклотимічність», «Екзальтованість», «Збудження» та «Тривожність» статистично достовірних розходжень між лояльними до конкуренції чоловіками та жінками визначено не було.

Гендерні особливості розходжень щодо акцентуацій характеру у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.13

Таблиця 2.13

Гендерні особливості розходжень щодо акцентуацій характеру у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію (за методикою Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру»)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр2Чн, n=24		Гр4Жн, n=28		U	p
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. Д	2,75	744,5	2,11	633,5	227,5	$p\leq 0,05$
2. П	1,67	699	1,36	679	273	$p>0,05$
3. Г	2,71	768	1,96	610	204	$p\leq 0,01$
4. Дист	3,33	864	2,04	514	108	$p\leq 0,01$
5. Ц	2,17	714	1,68	663,5	257,5	$p>0,05$
6. Е	2,29	652	2,25	726	320	$p>0,05$
7. З	3,46	712,5	2,96	665,5	259,5	$p>0,05$
8. Зб	3,71	597	3,68	781	297	$p>0,05$
9.Т	3,63	843	2,54	535	129	$p\leq 0,01$
10. Ем	3,71	795,5	3,25	582,5	176,5	$p\leq 0,01$

З таблиці 2.13 можемо зробити такі висновки. Досліджувані чоловіки і жінки, що мають негативне уявлення про конкуренцію, розрізняються за такими установками, як «Демонстративність», «Гипертимічність», «Дистимічність», «Тривожність», «Емотивність».

Чоловіки, які мають негативне уявлення про конкуренцію в цілому більш схильні до витіснення, ніж жінки з такими ж уявленнями ($U=227,5$, $p\leq 0,05$), у них рівень настрою може варіюватися полярно від оптимізму ($U=204$, $p\leq 0,01$) до глибоких песимістичних проявів ($U=108$, $p\leq 0,01$). Щодо тривожності, то можна визначити, що жінкам з негативними уявленнями про конкуренцію не властива тривожність як риса особистості, в той час як чоловіки – схильні до тривожності та боязкості ($U=129$, $p\leq 0,01$). Жінки вразливіші, ніж чоловіки ($U=176,5$, $p\leq 0,01$).

За шкалами «Педантичність», «Циклотимічність», «Екзальтованість», «Застрягання» та «Збудження» статистично достовірних розходжень між чоловіками та жінками, що мають негативне уявлення про конкуренцію, визначено не було.

Для визначення кореляційного зв'язку між акцентуаціями та особистою конкурентоспроможністю у чоловіків та жінок з різними уявленнями про конкуренцію ми використовували коефіцієнт кореляції Пірсона.

До таблиці 2.14 увійшли результати дослідження чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію.

Таблиця 2.14.

Взаємозв'язок особистої конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, $n=16$

Шкали акцентуацій характеру	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
1. Демонстративність (Д).	0,6398	$p\leq 0,05$
2. Педантичність (П).	0,2991	$p>0,05$
3. Гипертимічність (Г).	-0,1508	$p>0,05$
4. Дистимічність (Дист).	-0,2534	$p>0,05$
5. Циклотимічність (Ц).	0,0556	$p>0,05$
6. Екзальтованість (Е).	-0,1042	$p>0,05$
7. Застрягання (З).	-0,5476	$p\leq 0,05$
8. Збудження (Зб).	-0,4798	$p\leq 0,05$
9. Тривожність (Т).	0,0081	$p>0,05$
10. Емотивність (Ем).	-0,0472	$p>0,05$

З таблиці 2.14 ми можемо зробити висновок, що у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, рівень особистої конкурентоспроможності корелює із такими установками, як «Демонстративність», «Застрагання» та «Збудження».

Сила рівня особистої конкурентоспроможності із здатністю до витіснення корелює позитивно у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію ($r = 0,6398$, $p \leq 0,05$). На нашу думку, це пов'язано з тим, що такі чоловіки можуть довіряти оточуючому світу, але хочуть бути переконаними у чесності оточення.

Установки «Застрагання» та «Збудження» негативно корелюють із рівнем особистої конкурентоспроможності. Негативна кореляція вказує на те, що низька особиста конкурентоспроможність у чоловіків припускає стійкість афекту ($r = -0,5476$, $p \leq 0,05$). Це узгоджується із нашим попереднім висновком про те, що лояльне ставлення чоловіків до конкуренції знецінює для них самоконтроль. І це також підтверджується наступним кореляційним зв'язком: чим менше лояльні до конкуренції чоловіки мають рівень особистої конкурентоспроможності, тим більш у них ослаблений контроль над потягами та пристрастями ($r = -0,4798$, $p \leq 0,05$).

Кореляційний взаємозв'язок рівня особистої конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Взаємозв'язок рівня особистої конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію, $n=24$

Шкали акцентуацій характеру	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
1. Демонстративність (Д).	0,4374	$p \leq 0,05$
2. Педантичність (П).	-0,5457	$p \leq 0,01$
3. Гипертимічність (Г).	0,5237	$p \leq 0,01$
4. Дистимічність (Дист).	-0,0467	$p > 0,05$
5. Циклотимічність (Ц).	0,1638	$p > 0,05$
6. Екзальтованість (Е).	0,1278	$p > 0,05$
7. Застрагання (З).	-0,2243	$p > 0,05$
8. Збудження (Зб).	-0,2204	$p > 0,05$
9. Тривожність (Т).	0,4137	$p \leq 0,05$
10. Емотивність (Ем).	0,5158	$p \leq 0,01$

Було встановлено кореляційний зв'язок між ступенем особистої конкурентоспроможності чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію, та такими установками, як «Демонстративність», «Педантичність», «Гипертимічність», «Тривожність» та «Емотивність».

Так само, як у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, сила проявів особистої конкурентоспроможності із демонстративністю позитивно корелює у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію ($r = 0,4374$, $p \leq 0,05$). Це дозволяє встановити певну обумовленість уявлень про конкурентоспроможність акцентуаціями характеру досліджуваних чоловіків. Точка зору, що особиста конкурентоспроможність – це прояв почуття переваги по відношенню до іншого, обумовлена підвищеною здатністю до витіснення.

Негативна кореляція рівня особистої конкурентоспроможності у чоловіків з негативним уявленням про конкуренцію відбувається з акцентуацією «Педантичність» ($r = -0,5457$, $p \leq 0,01$). Чим більший вони схильні мати рівень особистої конкурентоспроможності, тим менше схильні до ригідності. Можна припустити, що такі чоловіки прагнуть домінувати у конкурентних стосунках, що непрямо підтверджується даними попереднього пілотажного анкетування.

Позитивна кореляція рівня особистої конкурентоспроможності із високим рівнем оптимізму у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію ($r = 0,5237$, $p \leq 0,01$), може бути обумовлена високою потребою впевненості у активній діяльності: чим оптимістичніші такі чоловіки, тим більше вони впевнені в успіху, і, отже, мають вищий рівень особистої конкурентоспроможності.

Мається також позитивний зв'язок рівня особистої конкурентоспроможності із установкою «Тривожність»: чим більшим є ступінь особистої конкурентоспроможності, тим більше тривожними за природою є чоловіки. І навпаки, низький ступень особистої конкурентоспроможності пов'язаний зі зниженням тривожності ($r = 0,4137$, $p \leq 0,05$). На нашу думку, це може бути пов'язано з тим, що конкурентоспроможність часто виникає як

результат відсутності свободи у виборі діяльності, а тривожність часто посилюється саме свободою, тобто можливістю вибору.

Установка «Емотивність» також має позитивний взаємозв'язок із проявом особистої конкурентоспроможності ($r = 0,5158, p \leq 0,01$). Чим більше чоловіки з негативним уявленням про конкуренцію схильні до конкуренції, тим більш вразливими вони є, що може слугувати показником недостатньої впевненості у собі.

Взаємозв'язок проявів особистої конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Взаємозв'язок проявів рівня конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, $n=12$

Шкали акцентуацій характеру	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
1. Демонстративність (Д).	0,6474	$p \leq 0,05$
2. Педантичність (П).	0,2511	$p > 0,05$
3. Гипертимічність (Г).	0,1283	$p > 0,05$
4. Дистимічність (Дист).	0,2657	$p > 0,05$
5. Циклотимічність (Ц).	0,6206	$p \leq 0,05$
6. Екзальтованість (Е).	-0,2396	$p > 0,05$
7. Застрягання (З).	0,3114	$p > 0,05$
8. Збудження (Зб).	0,2799	$p > 0,05$
9. Тривожність (Т).	0,6303	$p \leq 0,05$
10. Емотивність (Ем).	-0,0280	$p > 0,05$

З таблиці 2.16 можемо зробити висновок, що особиста конкурентоспроможність у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, корелюють із такими установками, як «Демонстративність», «Циклотимічність» та «Тривожність».

Ступінь проявів рівня особистої конкурентоспроможності із демонстративністю позитивно корелює у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію ($r = 0,6474, p \leq 0,05$). Так само спостерігаємо позитивну кореляцію рівня особистої конкурентоспроможності із циклотимічністю ($r = 0,6206, p \leq 0,05$). Отже, робимо висновок, що жінки із лояльним ставленням до

конкуренції мають менший рівень особистісної конкурентоспроможності, тому тим більше вони схильні до зміни гіпертимічних та дистимічних фаз. Це може бути обумовлено тим, що у жінок з такими уявленнями про конкуренцію часто відбувається знецінення власної конкурентоспроможності і вони не вважають, що за неї слід триматися. Це підтверджується також і тим, що ступінь особистої конкурентоспроможності у них позитивно корелює із високою тривожністю ($r=0,6303$, $p\leq 0,05$). Іншими словами, жінки з лояльним уявленням про конкуренцію мають нижчий рівень особистої конкурентоспроможності, і менше орієнтовані на тривожність та навпаки. В цьому випадку їх лояльність розповсюджуються не тільки на власну конкуренцію, але й на конкурентоспроможність оточення.

Кореляційний взаємозв'язок прояву особистої конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.17.

Таблиця 2.17.

Взаємозв'язок прояву особистої конкурентоспроможності та акцентуацій характеру у жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію, $n=28$

Шкали акцентуацій характеру	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
1. Демонстративність (Д).	-0,2224	$p>0,05$
2. Педантичність (П).	0,0692	$p>0,05$
3. Гіпертимічність (Г).	0,4360	$p\leq 0,05$
4. Дистимічність (Дист).	0,2491	$p>0,05$
5. Циклотимічність (Ц).	-0,4471	$p\leq 0,05$
6. Екзальтованість (Е).	0,1525	$p>0,05$
7. Застрягання (З).	0,0979	$p>0,05$
8. Збудження (Зб).	0,0819	$p>0,05$
9. Тривожність (Т).	-0,2263	$p>0,05$
10. Емотивність (Ем).	-0,2118	$p>0,05$

У жінок, які мають негативне уявлення про конкуренцію спостерігається статистично достовірний кореляційний взаємозв'язок між ступенем особистої конкурентоспроможності та шкалами «Гіпертимічність» та «Циклотимічність».

Зі шкалою «Гіпертимічність» кореляція позитивна ($r=0,4360$, $p\leq 0,05$). Чим більше жінки з негативним уявленням про конкуренцію орієнтовані на

оптимізм, тим вищий рівень особистої конкурентоспроможності. Адже у ситуації конкуренції створюється ситуація, коли оптимізм визначає впевненість у собі.

За шкалою «Циклотимічність» кореляція негативна ($r=-0,4360$, $p\leq 0,05$). Чим більше досліджувані жінки з негативним уявленням про конкуренцію схильні до конкурентоспроможності, тим менше вони схильні до перепадів настроїв.

На четвертому етапі дослідження було діагностовано ступінь домінування та встановлювався взаємозв'язок між домінуванням / дружністю та уявленням про конкуренцію у різних групах чоловіків та жінок за методикою «Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі. Особливості гендерних розходжень у прояві домінування / дружності у досліджуваних з різними уявленнями про конкуренцію наведено у Таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

Особливості гендерних розходжень у прояві домінування / дружності у досліджуваних з різними уявленнями про конкуренцію

Шкала	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів	<i>U</i>	<i>p</i>
Домінування	Гр1Чл, n=16		Гр2Чн, n=24		150,5	$p>0,05$
	82,13±22,38	369,5	75,95±23,13	450,5		
	Гр3Жл, n=12		Гр4Жн, n=28		109,5	$p\leq 0,05$
	91,5±40,49	304,5	73,93±20,28	515,5		
	Гр1Чл, n=16		Гр3Жл, n=12		66	$p>0,05$
	82,13±22,38	202	91,5±40,49	204		
	Гр2Чн, n=24		Гр4Жн, n=28		311	$p>0,05$
	75,95±23,13	661	73,93±20,28	717		
Дружність	Гр1Чл, n=16		Гр2Чн, n=24		189,5	$p>0,05$
	69 ±27,82	330,5	67,7±38	489,5		
	Гр3Жл, n=12		Гр4Жн, n=28		138,5	$p>0,05$
	76,58±112,88	275,5	69,53±31,59	544,5		
	Гр1Чл, n=16		Гр3Жл, n=12		79	$p>0,05$
	69 ±27,82	215	76,58±112,88	191		
	Гр2Чн, n=24		Гр4Жн, n=28		335	$p>0,05$
	67,7±38	637	69,53±31,59	741		

З таблиці 2.18 можемо зробити висновок, що за шкалою «Дружність» немає статистично достовірних розбіжностей між чоловіками та жінками досліджуваних груп. Отже, немає гендерної різниці у схильності до дружності у досліджуваних чоловіків та жінок з різними уявленнями про конкуренцію.

У той же час, є статистично достовірні розбіжності за шкалою «Домінування» серед жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію ($U = 109,5$, $p \leq 0,05$). При цьому розбіжність у жінок з лояльними уявленнями домінування виявилася вищим, ніж у жінок з негативними уявленнями про конкуренцію.

Для визначення кореляційного зв'язку між домінуванням / дружністю та рівнем особистої конкурентоспроможності у чоловіків та жінок з різними уявленнями про конкуренцію ми використовували коефіцієнт кореляції Пірсона. До таблиці 2.19 увійшли результати дослідження чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію.

Таблиця 2.19

Взаємозв'язок проявів особистої конкурентоспроможності та домінування / дружності у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, $n=16$

Шкали домінування / дружності	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
Домінування	0,1690	$p > 0,05$
Дружність	0,6685	$p \leq 0,01$

З таблиці 2.12 бачимо, що у чоловіків, які мають лояльне уявлення про конкуренцію, спостерігається статистично достовірний кореляційний взаємозв'язок між ступенем особистої конкурентоспроможності та шкалою «Дружність». Кореляція позитивна. Отже, чим вищу чоловіки з лояльними уявленнями мають особисту конкурентоспроможність, тим більше вони схильні до дружності ($r=0,6685$, $p \leq 0,01$).

Результати дослідження чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію, наведено в таблиці 2.20.

Таблиця 2.20

Взаємозв'язок проявів особистої конкурентоспроможності особистої конкурентоспроможності та домінування / дружності у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію, $n=24$

Шкали домінування / дружності	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
Домінування	-0,2061	$p>0,05$
Дружність	-0,5558	$p\leq 0,01$

Так само, як і у чоловіків з лояльними уявленнями про конкуренцію, у чоловіків з негативними уявленнями немає статистично достовірного взаємозв'язку прояву рівня особистої конкурентоспроможності із шкалою «Домінування». Натомість спостерігаємо у них, на відміну від чоловіків із лояльними уявленнями, негативний взаємозв'язок зі шкалою «Дружність».

Отже, чим більше чоловіки з негативними уявленнями про конкуренцію схильні до особистої конкурентоспроможності, тим менше вони відчують ступінь дискомфорту при власному виявленні прагнення бути з усіма люб'язним та дружнім ($r=-0,5558$, $p\leq 0,01$). В цілому можна стверджувати, що високий ступінь особистої конкурентоспроможності чоловіків з негативними уявленнями про конкуренцію більше притаманний понадзалежним досліджуваним чоловікам, які визнають важливість факту домінування між конкурентами, однак самі не схильні домінувати.

Результати дослідження жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, наведено в таблиці 2.21.

Таблиця 2.21

Взаємозв'язок проявів особистої конкурентоспроможності та домінування / дружності у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, $n=12$

Шкали домінування / дружності	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
Домінування	0,6044	$p\leq 0,05$
Дружність	0,5756	$p\leq 0,05$

З даних, наведених у таблиці 2.14 можна зробити висновок, що високий прояв рівня особистої конкурентоспроможності у жінок, що мають лояльне

уявлення про конкуренцію корелює з обома шкалами домінування / дружності. Кореляція позитивна. Отже, чим більше такі жінки відчувають особисту конкурентоспроможність, тим більше вони схильні як до домінування ($r=0,6044$, $p\leq 0,05$), так і до дружності ($r=0,5756$, $p\leq 0,05$) водночас. Все це може свідчити, що жінки з високим ступенем особистої конкурентоспроможності та лояльним уявленням про конкуренцію як особи з негативною установкою на взаємозалежність і одночасно самодостатність певною мірою схильні до дезорієнтованого типу домінування / дружності. Їм може бути притаманний пасивно-безпорадний тип конкуренції, в яких ані сама жінка, ані її конкуренти не здатні вплинути на реалізацію її потреб в афіліації і в індивідуалізації.

Результати дослідження жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію, наведено в таблиці 2.22.

Таблиця 2.22

Взаємозв'язок проявів особистої конкурентоспроможності та домінування / дружності у жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію, $n=28$

Шкали домінування / дружності	Коефіцієнт кореляції Пірсона, r	Похибка, p
Домінування	0,4193	$p\leq 0,05$
Дружність	-0,8020	$p\leq 0,001$

Отже, так само, як і жінки з лояльними уявленнями про конкуренцію, жінки з негативними уявленнями, при високому ступені особистої конкурентоспроможності, схильні також відчувати і більший рівень домінування ($r=0,4193$, $p\leq 0,05$). Як бачимо з таблиці 2.22, високий ступінь особистої конкурентоспроможності у таких жінок негативно корелює зі шкалою «Дружність» з високим ступенем статистичної достовірності ($r=-0,8020$, $p\leq 0,001$). Отже, чим більше вони схильні виявляти конкурентоспроможність, тим менше прагнуть виявляти дружність та бути люб'язними. Отже, можна зробити висновок, що жінкам з негативними уявленнями про конкуренцію, що схильні відчувати особисту конкурентоспроможність, так само як і чоловікам з такими ж уявленнями про конкуренцію, властива понадзалежність у стосунках домінування / дружності.

Таким чином, дослідження домінування / дружності у групах чоловіків та жінок з різними уявленнями про конкуренцію дозволяє визначити, що жодній з досліджуваних груп не притаманний автономний тип домінування / дружності, що зазвичай складається у людей, які приймають взаємозалежність і усвідомлюють при цьому свою самодостатність. Натомість переважний тип домінування / дружності чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію можна вважати псевдоавтономним, жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію – дезорієнтованим, а чоловіків та жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію – понадзалежним.

На п'ятому етапі дослідження було діагностовано агресію та встановлювався взаємозв'язок між агресією та рівнем конкуренції у різних групах чоловіків та жінок за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності.

Зокрема, використовувалися такі шкали:

1. Фізична агресія (ФАгр).
2. Непряма агресія (НАгр).
3. Роздратування (Роздр).
4. Негативізм (Нег).
5. Схильність до образи (Образ).
6. Настороженість (Наст).
7. Вербальна агресія (ВАгр).

Особливості розходжень щодо агресії у групах чоловіків, що мають різне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.23.

Розходження щодо агресії у групах чоловіків, що мають різне уявлення про конкуренцію (за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр1Чл, n=16		Гр2Чн, n=24		U	p
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. ФАгр	2,5	302	2,75	518	166	$p>0,05$
2. НАгр	3,13	418	2,21	401,5	101,5	$p\leq 0,01$
3. Роздр	2,56	376,5	2,04	443,5	143,5	$p>0,05$
4. Нег	1,56	234,5	2,21	585,5	98,5	$p\leq 0,01$
5. Образ	2,31	294	2,63	526	158	$p>0,05$
6. Наст	2,5	240	3,42	580	104	$p\leq 0,01$
7. ВАгр	2,44	333,5	2,42	486,5	186,5	$p>0,05$

З Таблиці 2.23 ми можемо зробити висновок, що за деякими із шкал агресії існують розбіжності між чоловіками, що мають різне уявлення про конкуренцію. Так, чоловіки з лояльними уявленнями про конкуренцію, на відміну від чоловіків з негативними уявленнями, більш схильні спрямовувати агресивну реакцію на сторонніх осіб ($U = 101,5$, $p \leq 0,01$), постійно брати опозиційну сторону у конфліктах та виявляти недовіру ($U = 98,5$, $p \leq 0,01$ та $U = 104$, $p \leq 0,01$ відповідно).

За показниками «Фізична агресія», «Роздратування», «Схильність до образи» та «Вербальна агресія» статистично достовірних розбіжностей між досліджуваними групами чоловіків не було виявлено.

Особливості розходжень агресії у групах жінок, що мають різне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.24.

Розходження щодо агресії у групах жінок, що мають різне уявлення про конкуренцію (за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр3Жл, <i>n</i> =12		Гр4Жн, <i>n</i> =28		<i>U</i>	<i>p</i>
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. ФАгр	2,42	240	2,46	580	162	<i>p</i> >0,05
2. НАгр	2,33	258	2,21	562	156	<i>p</i> >0,05
3. Роздр	2,50	240	2,61	580	162	<i>p</i> >0,05
4. Нег	2,50	266,5	2,25	553,5	147,5	<i>p</i> >0,05
5. Образ	2,25	285,5	1,86	534,5	128,5	<i>p</i> >0,05
6. Наст	2,50	246	2,50	574	168	<i>p</i> >0,05
7. Вагр	2,33	240,5	2,39	579,5	162,5	<i>p</i> >0,05

Як бачимо з Таблиці 2.24 статистично достовірних розбіжностей щодо шкал агресії між жінками, що мають різне уявлення про конкуренцію, не було виявлено. У жінок з негативними уявленнями про конкуренцію дещо вище середні бали як за традиційними відкритими виявами агресивності, такими як Фізична агресія та Вербальна агресія, так і за латентними – наприклад, Настороженість, проте достовірність не є значущою і в цілому гендерна тенденція в агресії між цими групами досліджуваних не прослідковується.

Гендерні особливості розходжень щодо агресії у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.25.

Гендерні особливості розходжень щодо агресії у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію (за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр1Чл, n=16		Гр3Жл, n=12		U	p
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. ФАгр	2,5	237	2,42	169	91	$p>0,05$
2. НАгр	3,13	274	2,33	132	54	$p\leq 0,05$
3. Роздр	2,56	234	2,50	172	94	$p>0,05$
4. Нег	1,56	176,5	2,50	229,5	40,5	$p\leq 0,01$
5. Образ	2,31	234,5	2,25	171,5	93,5	$p>0,05$
6. Наст	2,5	232	2,50	174	96	$p>0,05$
7. Вагр	2,44	237,5	2,33	168,5	90,5	$p>0,05$

З таблиці 2.25 бачимо, що чоловіки, які мають лояльне уявлення про конкуренцію, на відміну від жінок з такими ж уявленнями, більш схильні виявляти непряму агресію ($U = 54$, $p \leq 0,05$), негативізм ($U = 40,5$, $p \leq 0,01$). За рештою шкал статистично достовірних розбіжностей між досліджуваними групами не було виявлено.

Гендерні особливості розходжень агресії у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію наведено в Таблиці 2.26.

Гендерні особливості розходжень агресії у групах досліджуваних чоловіків та жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію (за методикою Басса-Даркі для діагностики агресивності)

Шкали	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Гр2Чн, n=16		Гр4Жн, n=28		U	p
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів		
1. ФАгр	2,75	687	2,46	691	285	$p>0,05$
2. НАгр	2,21	632	2,21	746	332	$p>0,05$
3. Роздр	2,04	550	2,61	828	250	$p>0,05$
4. Нег	2,21	622,5	2,25	755,5	322,5	$p>0,01$
5. Образ	2,63	785,5	1,86	592,5	185,5	$p\leq 0,01$
6. Наст	3,42	799	2,50	579	173	$p\leq 0,01$
7. Вагр	2,42	634,5	2,39	743,5	334,5	$p>0,05$

З таблиці 2.26 можна зробити висновки, що чоловіки з негативними уявленнями про конкуренцію більш схильні, ніж жінки з такими уявленнями, виявляти образу на оточуючих з причини або без неї, відчувати настороженість, підозрілість до інших ($U = 185,5$, $p \leq 0,01$ та $U = 173$, $p \leq 0,01$ відповідно). За рештою шкал статистично достовірних розбіжностей між досліджуваними групами не було виявлено.

Можна зробити висновок, що уявлення чоловіків та жінок про конкуренцію в чотирьох досліджуваних групах не залежать від їх агресії. За найбільш травмуючими видами агресії, як то Фізична агресія, не було визначено статистично достовірних розбіжностей. Розбіжності скоріше стосувалися менш травмуючи видів (Вербальна агресія тощо), «гендерна» приналежність яких у суспільстві стереотипно не встановлена.

На шостому етапі дослідження з'ясовувався вплив чинника впевненості у собі на рівень конкуренції чоловіків та жінок різних груп, для чого було використано Тест Райдаса «Упевненість у собі».

Особливості гендерних розходжень у впевненості у собі у досліджуваних з різними рівнями конкуренції наведено в Таблиці 2.27.

Таблиця 2.27

Особливості гендерних розходжень у впевненості у собі за методикою Тест Райдаса «Упевненість у собі» у досліджуваних з різними рівнями конкуренції

Шкала	Групи				Розбіжності, Манн-Уїтні	
	Середні значення	Сума рангів	Середні значення	Сума рангів	<i>U</i>	<i>p</i>
Впевненість	Гр1Чл, n=16		Гр2Чн, n=24		107	$p \leq 0,01$
	29±6,5	413	18,12±9,21	407		
	Гр3Жл, n=12		Гр4Жн, n=28		71,5	$p \leq 0,01$
	17,5±5,68	149,5	29,07±3,93	670,5		
	Гр1Чл, n=16		Гр3Жл, n=12		39	$p \leq 0,01$
	29±6,5	289	17,5±5,68	117		
	Гр2Чн, n=24		Гр4Жн, n=28		187	$p \leq 0,01$
	18,12±9,21	487	29,07±3,93	891		

З таблиці 2.27 можна зробити висновок, що є статистично достовірні розбіжності в усіх порівнюваних групах. Зокрема, у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію рівень впевненості у собі виявився вище, ніж у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію ($U = 107, p \leq 0,01$) та чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію ($U = 39, p \leq 0,01$). У жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію рівень впевненості у собі виявився вище, ніж у чоловіків, що мають негативне уявлення про

конкуренцію ($U = 187, p \leq 0,01$) та жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію ($U = 71,5, p \leq 0,01$).

Отже, досліджувані чоловіки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та жінки, що мають негативне уявлення про конкуренцію, більш впевнені у собі в порівнянні з іншими групами.

Отже, у 2 розділі визначено основні параметри емпіричного дослідження, описано основні його етапи, підбрано та обґрунтовано методики до нього.

Обрані методики дослідження та його етапи, а також формування вибірки були обумовлені метою роботи: визначення особливостей гендерних відмінностей в рівні конкуренції жінок та чоловіків середнього віку.

Було розроблено анкету, а також обрано п'ять методик для визначення особливостей гендерних відмінностей в рівні конкуренції. Методики використовувалися як для міжгрупового порівняння, так і для визначення взаємозв'язку між досліджуваними якостями особистості чоловіків та жінок з різним уявленням про конкуренцію.

Для цього серед досліджуваних було сформовано 4 групи, до яких входили чоловіки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими, чоловіки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими, жінки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими, жінки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими. Отже, групи досліджуваних були релевантні за статтю та уявленням про конкуренцію. Для встановлення гендерних відмінностей між чоловіками та жінками та досліджуваних з різними уявленнями про конкуренцію було обрано U-критерій Манна-Уїтні. Для встановлення наявності або відсутності взаємозв'язку між різними аспектами уявлень про конкуренцію у чоловіків та жінок ми використовували коефіцієнт кореляції Пірсона.

ВИСНОВКИ

У першому розділі ми визначили основні засади як загальної конкуренції, так і гендерної конкуренції.

Конкуренція — одна з основних форм організації міжособистісної взаємодії, що характеризується досягненням індивідуальних або групових цілей та інтересів в умовах протистояння з іншими індивідами або групами, що прагнуть досягти тих самих цілей та інтересів. Конкуренція, проте, генетично пов'язана з кооперацією, тому що конкурентна взаємодія вимагає встановлення певних правил і регулюючих санкцій, без яких вона вироджується у відкриту війну.

Поняття «конкуренція» наявне у декількох наукових сферах, але, зокрема, у сфері психології конкуренція розглядається як одна з основних форм міжособистісної взаємодії, яка характеризується прагненням досягти ідентичної мети з іншими учасниками процесу. При цьому розуміння природи людини виходить на перший план.

Гендерна психологія вивчає закономірності формування та розвитку характеристик особистості, як представника певної статі, зумовлена статевою диференціацією, стратифікацією та ієрархізацією.

Згідно з дослідженнями відомих психологів, жінки негативно сприймають конкуренцію, а чоловіки, навпаки, беруть участь у ній більш охоче. Але примітним є те, що у різних країнах з різними традиціями, співвідношення результатів відрізняється. Експерти пов'язують це із впливом соціального середовища.

У другому розділі визначено основні параметри емпіричного дослідження, описано основні його етапи, підібрано та обґрунтовано методики емпіричного дослідження.

Обрані методики дослідження та його етапи, а також формування вибірки були обумовлені метою роботи: визначення особливостей гендерних відмінностей в рівні конкуренції жінок та чоловіків середнього віку.

Було розроблено анкету, а також обрано п'ять методик для визначення особливостей гендерних відмінностей в рівні конкуренції. Використовувалися такі методики: «Експрес-діагностика особистої конкурентоспроможності», методика Шмишека-Леонгарда «Акцентуація характеру», «Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі, методика Басса-Даркі на визначення рівня агресивності, тест Райдаса «Упевненість у собі».

Методики використовувалися як для міжгрупового порівняння, так і для визначення взаємозв'язку між досліджуваними якостями особистості чоловіків та жінок з різним уявленням про конкуренцію.

Для цього серед досліджуваних було сформовано 4 групи, до яких входили чоловіки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими, чоловіки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими, жінки, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе конкуруючими, жінки, що мають негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими. Отже, групи досліджуваних були релевантні за статтю та уявленням про конкуренцію. Для встановлення гендерних відмінностей між чоловіками та жінками та досліджуваних з різними уявленнями про конкуренцію було обрано U-критерій Манна-Уїтні. Для встановлення наявності або відсутності взаємозв'язку між різними аспектами уявлень про конкуренцію у чоловіків та жінок ми використовували коефіцієнт кореляції Пірсона.

За результатами обробки даних методик було виявлено, що у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, рівень особистої конкурентоспроможності позитивно корелює із такими установками, як «Демонстративність», «Застрягання», «Збудження» та «Дружність», а у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію, він позитивно корелює з такими установками, як «Демонстративність», «Педантичність»,

«Гіпертимічність», «Тривожність» та «Емотивність», і негативно корелює зі шкалою «Дружність». Особиста конкурентоспроможність у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію, позитивно корелює із такими установками, як «Демонстративність», «Циклотимічність», «Тривожність», «Домінування» та «Дружність», а у жінок, які мають негативне уявлення про конкуренцію позитивний кореляційний взаємозв'язок між ступенем особистої конкурентоспроможності та шкалами «Гіпертимічність» та «Циклотимічність», і негативний кореляційний взаємозв'язок зі шкалою «Дружність».

Також за результатами методик стало відомо, що чоловіки, які мають лояльне уявлення про конкуренцію, на відміну від жінок з такими ж уявленнями, є більш схильними виявляти непряму агресію. Чоловіки ж з негативними уявленнями про конкуренцію більш схильні, ніж жінки з такими уявленнями, виявляти образу на оточуючих з причини або без неї, відчувати настороженість, підозрілість до інших. Також, у чоловіків, що мають лояльне уявлення про конкуренцію рівень впевненості у собі виявився вище, ніж у жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію та чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію. У жінок, що мають негативне уявлення про конкуренцію рівень впевненості у собі виявився вище, ніж у чоловіків, що мають негативне уявлення про конкуренцію та жінок, що мають лояльне уявлення про конкуренцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дарвін Чарльз. Про походження видів шляхом природного відбору. Львів: Піраміда, 2009. 550 с.
2. Еко Умберто, Федріга Рікардо. Історія філософії. Античність та середньовіччя. Харків: Фоліо, 2021. 555 с.
3. Сміт Адам. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй. Київ: Наш формат, 2018. 722 с.
4. Титаренко Дмитро, Титаренко Оксана. Конфліктологія. Київ: Дакор, 2021. 278 с.
5. Трач Роман. Гуманістична психологія. Антологія в 3-х томах. Том 1. Гуманістичні підходи в західній психології ХХ століття. Київ: Пульсари, 2005. 290 с.
6. Фрейд Зигмунд. Вступ до психоаналізу. Нові висновки. Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2021. 552 с.
7. Хорни Карен. Невроз и личностный рост. Борьба за самореализацию. Санкт-Петербург: Питер, 2000. 400 с.
8. Шапар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с.
9. Янсїті Марко, Лахані Карім. Конкуренція за доби штучного інтелекту. Київ: Bookchef, 2021. 292 с.
10. Andersen Steffen, Ertac Seda, Gneezy Uri, List John A., Maximiano Sandra. The Review of Economics and Statistics, 2013. P. 1438-1443.
11. Dreber Anna, von Essen Emma, Ranehill Eva. Outrunning the gender gap—boys and girls compete equally. Experimental Economics, 2011. P. 567–582.
12. Horner M., Fleming J. The Motive to Avoid Success. N.Y., 1992. P. 190–204.
13. Gilligan C. In a differences voice: women's conceptions of self and of morality. New Haven; L., 1987. P. 278–320.

14. Gneezy Uri, and Aldo Rustichini. Gender and Competition at a Young Age. *American Economic Review*, 2004. P. 377-381.
15. Kuusi Pekka. *This world of man*. Pergamon Press, Oxford. - 1985. 276 p.
16. Lysenko Elena S., Lijek Rebeccah S., Brown Sam P. and Weiser Jeffrey N. Within-Host Competition Drives Selection for the Capsule Virulence Determinant of *Streptococcus pneumoniae*. *Current Biology*. 2010. July 13. Pages 1222-1226.
17. Madson L., Trafimow D. Gender comparisons in the private, collective, and allocentric selves. *The Journal of Social Psychology*. 2001. P. 551–559.
18. Müller Stephan S. W.: *Theorien sozialer Evolution. Zur Plausibilität darwinistischer Erklärungen sozialen Wandels*. Bielefeld: Transcript, 2015. 292 S.
19. Niederle Muriel, Vesterlund Lise. *Gender and competition*. Stanford: Stanford University, 2011. P. 601-630.
20. Parsons T., Bales R. F., Shils E. A. *Working Papers in the Theory of Action*. N.Y.; L, 1953. P. 9–62.
21. Schultz D., Schultz S. E. *Theories of personality*. 11th ed. Cengage Learning, 2016. 512 p.
22. *Webster's dictionary of English usage*. Meriam-Webster Inc., Publishers. Springfield, Massachusetts, 1989. 978 p.
23. *Woman in business and management*. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_735949.pdf
24. Ziegler Daniel J., Hjelle Larry A. *Personality Theories: Basic Assumptions, Research and Applications*. McGraw-Hill Publishing Co., 1992. 624 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета «Уявлення про конкуренцію»

Доброго дня!

Ми проводимо анкетування для визначення уявлення про конкуренцію. Будь ласка, щиро відповідайте на питання анкети. Всі дані анонімні і використовуватимуться тільки к узагальненому вигляді.

1. Ваша стать.
2. Ваш вік.
3. Чи стикалися ви із конкуренцією?
 - скоріше так
 - скоріше ні
4. Чи самі ви намагалися конкурувати?
 - скоріше так
 - скоріше ні
5. Якщо ви не намагалися раніше конкурувати, чи припускаєте ви можливість конкуренції з вашого боку у майбутньому?
 - скоріше так
 - скоріше ні
6. Чи вважаєте ви, що впевнена людина може конкурувати?
 - скоріше так
 - скоріше ні
7. Чи вважаєте ви, що можуть бути причини, які можуть виправдати конкуренцію будь-якою ціною?
 - скоріше так
 - скоріше ні
8. Чи вважаєте ви себе впевненою людиною?

- скоріше так

- скоріше ні

9. Чи ставитеся ви позитивно до впевненості інших?

- скоріше так

- скоріше ні

10. Чи могли би будувати стосунки із людиною, з якою конкуруєте?

- скоріше так

- скоріше ні

11. Чи вважаєте ви припустимим, коли конкуренцію обирають не заради мети, а заради процесу?

- скоріше так

- скоріше ні

12. Чи вважатимете ви конкурентом людину, яку не вважаєте впевненою?

- скоріше так

- скоріше ні

13. Чи згодні ви з тим, що з близькими людьми не можна конкурувати?

- скоріше так

- скоріше ні

14. Чи вважаєте ви, що конкуренція з близькими людьми – безумовний привід для сварок?

- скоріше так

- скоріше ні

15. Чи вважаєте ви конкуренцію на роботі корисною для кар'єри?

- скоріше так

- скоріше ні

16. Чи вважаєте ви, що висока конкурентоспроможність одного з батьків здійснює вплив на розвиток дітей?

- скоріше так

- скоріше ні

17. Чи згодні ви з твердженням, що конкурентоспроможність чоловіка свідчить про його успішність?

- скоріше так
- скоріше ні

18. Чи згодні ви з твердженням, що конкурентоспроможність жінки свідчить про її невпевненість?

- скоріше так
- скоріше ні

Дякуємо за щирі відповіді!

Відповіді «так» на питання 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16 та відповіді «ні» на питання 6, 8, 9, 10, 11 оцінюються у 1 бал.

Відповіді «ні» на питання 5, 7, 12, 13, 14, 15, 16 та відповіді «так» на питання 6, 8, 9, 10, 11 оцінюються в 0 балів.

Відповіді на питання 1, 2, 3, 4, 17, 18 не враховуються при підрахунку балів. Вони слугують джерелом додаткової інформації про респондентів та їхні уявлення, яка буде врахована при інтерпретації даних.

Максимальна кількість балів – 12. Особи, що набрали 0 – 6 балів мають переважно лояльне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими. Особи, що набрали 7 – 12 балів, мають переважно негативне уявлення про конкуренцію та вважають себе впевненими.

Додаток Б

Методика «Експрес-діагностика особистісної конкурентоспроможності» (Фетіскін М.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М.)

Мета: визначення рівня базових критеріїв конкурентоспроможності.

Процедура: досліджуваному видається стимульний матеріал і бланк для відповідей. Після проведення методики підраховується набрана кількість балів.

Інструкція. Дайте, будь ласка, оцінку прояву психологічних якостей, які вам властиві. Для цього у запропонованій біполярній таблиці прочитайте спочатку якості, вказані зліва, а потім – справа. Визначте, яка з двох якостей вас характеризує більшою мірою. Лівій частині властиві бали з негативним знаком, а правій – з позитивним.

Біполярна шкала оцінок особистісних властивостей.

- 3 – якість проявляється завжди;
- 2 – якість проявляється в більшості випадків;
- 1 – якість проявляється нерідко;
- 0 – в однаковій мірі проявляються обидві якості;
- 1 – якість проявляється нечасто;
- 2 – якість проявляється в меншості випадків;
- 3 – якість не проявляється ніколи.

Маю розмиті цілі	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Маю чіткі цілі
Недостатньо розважливий	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Раціоналістичний
Лінивий	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Працелюбний
Виконавець	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Творчий діяч
Консервативний	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Люблю ризикувати
Навіюваний	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Незалежний
Потрібно вести	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Лідер
Несерйозний	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Відповідальний

Не володію собою	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Володію собою
Не прагну до росту власної компетентності	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Прагну до росту власної компетентності
Замкнутий	-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Комунікабельний

Обробка результатів. Додати всі позитивні числа, потім – негативні, від більшої суми відняти меншу. Отриманий результат буде відображати рівень особистісної конкурентоспроможності (ОК).

У даному випадку ОК сприймається як форма міжособистісної взаємодії, яка характеризується досягненням цілей в умовах протистояння з іншими індивідами або групами, які досягають тих самих цілей.

Інтерпретація результатів.

+ 35 балів та більше – високий рівень ОК;

21-34 бали – середній рівень ОК;

+ 20 балів та менше – незначний рівень ОК;

-1-20 балів – незначне переважання якостей, які перешкоджають появі ОК;

-21...-34 бали – виражений рівень переважання якостей, які перешкоджають появі ОК;

-35 та більше – високий рівень домінування якостей, які перешкоджають появі ОК.

Додаток В

Опитувальник К. Леонгарда – Г. Шмішека

Мета: визначити акцентуації характеру.

Процедура: досліджуваному видається стимульний матеріал і бланк для відповідей. Після проведення методики підраховується набрана кількість балів.

Теоретичні основи. Теоретичною основою опитувальника є концепція «акцентуєваних особистостей» К. Леонгарда. Відповідно до цієї концепції, всі риси особистості можуть бути поділені на основні та додаткові. Основні риси – стрижень особистості – визначає її розвиток, процеси адаптації, психічне здоров'я. При значній вираженості, основні риси характеризують особистість загалом. У разі впливу несприятливих факторів, вони можуть набувати патологічного характеру, руйнуючи структуру особистості. Особи, у яких основні риси яскраво виражені, названі К. Леонгардом акцентуєваними. Акцентуєваних осіб не слід розглядати як патологічних. Це випадок «загострення» певних, властивих кожній людині особливостей. За К. Леонгардом, в акцентуєваних особистостях потенційно закладено як можливості соціально позитивних, так і соціально негативних досягнень.

Інструкція. Вам буде запропоновано твердження щодо вашої поведінки та характеру. Якщо ви згодні із твердженням, поставте поряд із його номером знак «+» (так), якщо не згодні знак «-» (ні). Не роздумуйте над питаннями довго, відповідайте так, як вам здається зараз.

Обробка результатів. Проводиться підрахунок відповідей, що збігаються з Ключом за кожною шкалою, що характеризує акцентовану межу, та окремо – за показником ширості.

Ключ

Шкала опитувальника	Відповідь «так»	Відповідь «ні»	Коефіцієнт
Гіпертимність	1, 11, 23, 33, 45, 55, 67, 77		3
Дистимність	9, 21, 43, 74, 87	31, 53, 65	3
Циклотимність	6, 18, 28, 40, 50, 62, 72, 84		3
Збудливість	20, 30, 42, 52, 64, 75, 86		3
Застрягання	2, 15, 24, 34, 37, 56, 68, 78, 81	12, 46, 59	2
Емотивність	3, 13, 35, 47, 57, 69, 79	25	3
Екзальтованість	10, 32, 54, 76		6
Тривожність	6, 27, 38, 49, 60, 71, 82	5	3
Педантичність	4, 14, 17, 26, 36, 48, 58, 61, 70, 80, 83	39	2
Демонстративність	7, 19, 22, 29, 41, 44, 63, 66, 73, 85, 88	51	2

Інтерпретація результатів. Максимальне значення набраних балів за шкалою щирості становить 10. При сумі балів, що не перевищують 5, можна вважати, що більшість відповідей є щирими. Із сумою балів 6...7 достовірність відповідей ставиться під сумнів. При значеннях 8-10 балів відповіді визнаються недостовірними.

Сума балів за кожною з основних шкал множиться на відповідний коефіцієнт, вказаний у Ключі. Максимальне значення набраних балів – 24.

Результат множення на коефіцієнт розглядається, виходячи з 4-х рівнів вираженості акцентуваної риси:

- низькі значення – 0...6 балів;
- середні значення – 7...12 балів;
- значення, вище за середнє – 13...18 балів;
- високі значення – 19...24 бали (акцентуація).

Додаток Г

«Методика діагностики міжособистісних стосунків» Т. Лірі

Мета: встановлення домінуючих характерологічних тенденцій особистості.

Процедура: досліджуваному видається стимульний матеріал і бланк для відповідей. Після проведення методики підраховується набрана кількість балів.

Опис методики. Дана методика розроблена Т. Лірі (1954 р.) і призначена для дослідження уявлень суб'єкта про себе і ідеальне «Я», а також для вивчення взаємин у малих групах. З її допомогою виявляється переважаючий тип відносин з людьми в самооцінці та взаємооцінці. При цьому виділяється два фактори: «домінування-підпорядкування» і «дружелюбність-агресивність (ворожість)».

Саме ці чинники визначають загальне враження про людину в процесах міжособистісного сприйняття.

Залежно від відповідних показників виділяються ряд орієнтацій – типів ставлення до оточуючих. Робляться висновки про вираженість типу, про ступінь адаптованості поведінки – ступінь відповідності (невідповідності) між цілями і результатами, які досягаються в процесі діяльності. Дуже велика неадаптивність поведінки (при поданні результатів виділяється червоним кольором) може свідчити про невротичні відхилення, дисгармонії в сфері прийняття рішень або бути результатом будь-яких екстремальних ситуацій.

Методика може бути використана як для самооцінки, так і для оцінки спостережуваної поведінки людей («з боку»). В останньому випадку досліджуваний відповідає на питання як би за іншу людину, ґрунтуючись на своєму уявленні про нього. Підсумовуючи результати такого тестування різних членів групи (наприклад, трудового колективу) можна скласти узагальнений портрет будь-якого її члена, наприклад, лідера. І робити висновки про ставлення до нього інших членів групи.

Інструкція.

«Вам будуть представлені судження, що стосуються характеру людини, її взаємин з оточуючими людьми. Уважно прочитайте кожне судження і оцініть, чи відповідає воно Вашому уявленню про себе.

Поставте на бланку відповідей знак «+» навпроти номерів тих визначень, які відповідають Вашому уявленню про себе, і знак «-» проти номерів тих тверджень, які не відповідають Вашому уявленню про себе. Намагайтеся бути щирим. Якщо немає повної впевненості, знак «+» не ставте.

Після оцінювання свого реального «Я» знову прочитайте всі судження і відзначте ті з них, які відповідають Вашому уявленню про те, яким Вам, на Вашу думку, слід було б бути в ідеалі».

Якщо необхідно оцінити особистість іншої людини, то дається додаткова інструкція: «Таким же чином, як і в перших двох варіантах, дайте оцінку особистості іншій людині.

Методика може бути представлена респонденту або списком (за алфавітом або у випадковому порядку), або на окремих картках. Йому пропонується вказати ті твердження, які відповідають його уявленню про себе, відносяться до іншої людини або її ідеалу.

Обробка результатів.

На першому етапі обробки даних проводиться підрахунок балів по кожній з октант за допомогою ключа до опитувальника.

На другому етапі отримані бали переносяться на діаграму, при цьому відстань від центру кола відповідає числу балів по даній октанті (мінімальне значення – 0, максимальне – 16). Кінці таких векторів з'єднуються і утворюють профіль, що відображає уявлення про особистість даної людини. Окреслений простір заштриховується. Для кожного уявлення будується окрема діаграма, на якій воно характеризується по вираженості ознак кожної октанті.

На третьому етапі за допомогою формул визначаються показники за двома основними параметрами «Домінування» і «Дружелюбність»:

$$\text{Домінування} = (IV) + 0,7 \times (VIII + II - IV - VI)$$

$$\text{Дружелюбність} = (\text{VII} - \text{III}) + 0,7 \times (\text{VIII} - \text{II} - \text{IV} + \text{VI})$$

Таким чином, система балів за 16 міжособистісними змінними перетворюється в два цифрових індекси, які характеризують уявлення суб'єкта за означеними параметрами.

В результаті проводиться аналіз особистісного профілю – визначаються типи ставлення до оточуючих.

Інтерпретація результатів.

Підрахунок балів ведеться окремо для кожної оцінюваної особистості. Показником порушення відносин з певною особою є різниця між уявленнями людини про неї і бажаного її образу в якості партнера по спілкуванню.

Максимальна оцінка рівня – 16 балів, але вона розділена на чотири ступені вираженості відносин:

- 0-4 бали – низька, адаптивна поведінка;
- 5-8 балів – помірна;
- 9-12 балів – висока, екстремальна поведінка
- 13-16 балів – екстремальна, до патології поведінка.

Позитивне значення результату, отриманого за формулою «домінування», свідчить про виражене прагнення людини до лідерства в спілкуванні, до домінування. Негативне значення вказує на тенденцію до підпорядкування, відмови від відповідальності та позиції лідерства.

Позитивний результат за формулою «дружелюбність» є показником прагнення особистості до встановлення доброзичливих відносин і співпраці з оточуючими. Негативний результат вказує на прояв агресивно-конкурентної позиції, що перешкоджає співпраці і успішної спільної діяльності. Кількісні результати є показниками ступеня вираженості цих характеристик.

Найбільш заштриховані на профілі октанти відповідають переважному стилю міжособистісних відносин даного індивіда. Характеристики, що не виходять за межі 8 балів, властиві гармонійним особистостям. Показники, що перевищують 8 балів, свідчать про акцентуації властивостей, що виявляються даними октант. Бали, що досягають рівня 14-16, свідчать про труднощі

соціальної адаптації. Низькі показники за всіма октантами (0-3 бали) можуть бути результатом скритності і невідвертості випробуваного. Якщо в психограмі немає октант, заштрихованих вище 4-х балів, то дані сумнівні в плані їх достовірності.

Перші чотири типи міжособистісних відносин (октанти 1-4) характеризуються тенденцією до лідерства і домінування, незалежністю думки, готовністю відстоювати власну точку зору в конфлікті. Інші чотири октанти (5-8) – відображають переважання конформних установок, невпевненість в собі, податливість думці оточуючих, схильність до компромісів.

В цілому інтерпретація даних повинна орієнтуватися на переважання одних показників над іншими і в меншій мірі – на абсолютні величини. У нормі зазвичай не спостерігаються значні розбіжності між «Я» актуальним і ідеальним. Помірна розбіжність може розглядатися як необхідна умова самовдосконалення.

Незадоволеність собою частіше спостерігається у осіб із заниженою самооцінкою (5,6,7 октанти), а також у осіб, які перебувають в ситуації тривалого конфлікту (4 октант). Переважання одночасно 1 і 5 октанти властиве особам з проблемою хворобливого самолюбства, авторитарності, 4 і 8 – конфлікт між прагненням до визнання групою і ворожістю, тобто проблема пригніченої ворожості, 3 і 7 – боротьба мотивів самоствердження і афіліації, 2 і 6 – проблема незалежності-підпорядкування, що виникає в складній службовій або іншій ситуації, що змушує коритися всупереч внутрішньому протесту.

Особистості, у яких виявляються домінантні, агресивні і незалежні риси поведінки, значно рідше виявляють невдоволення своїм характером і міжособистісними відносинами, однак і у них може виявлятися тенденція до вдосконалення свого стилю міжособистісної взаємодії з оточенням. При цьому зростання показників тієї чи іншої октанти визначить напрямок, по якому самостійно рухається особистість з метою самовдосконалення, ступінь усвідомлення наявних проблем, наявність внутрішньоособистісних ресурсів.

Додаток Д

Методика «Опитувальник рівня агресивності Басса-Даркі»

Мета: виявлення рівня агресивності респондентів.

Інструкція. Уважно прочитайте твердження. Якщо ви погоджуєтесь із твердженням, то ставте знак «+», якщо ні, ставте знак «-».

Обробка результатів.

Шкала	Прямі твердження	Зворотні твердження	Коефіцієнт
Фізична агресія	1, 25, 33, 48, 55, 62, 68	9, 17, 41	10
Непряма агресія	2, 18, 34, 42, 56, 63	10, 26, 49	8
Роздратування	3, 19, 27, 43, 50, 57, 64, 72	11, 35, 69	11
Негативізм	4, 12, 20, 23, 36		20
Образа	5, 13, 21, 29, 37, 51, 58	44	9
Підозрілість	6, 14, 22, 30, 38, 45, 52, 59	65, 70	10
Вербальна агресія	7, 15, 28, 31, 46, 53, 60, 71, 73	39, 66, 74, 75	13
Почуття провини	8, 16, 24, 32, 40, 47, 54, 61, 67		11

Інтерпретація результатів.

Індекс ворожості включає 5 і 6 шкалу, а індекс агресивності (як прямої, так і мотиваційної) включає в себе шкали 1, 3, 7.

Значення показників ворожості та агресивності дорівнює сумі показників складових їх шкал:

- Ворожість = Образа + Підозрілість;
- Агресивність = Фізична агресія + Роздратування + Вербальна агресія.

Додаток Е
Тест Рейдаса «Впевненість у собі»

Мета: діагностика ступеня впевненості в собі (асертивності).

Інструкція. Уважно прочитайте 30 тверджень, які описують різні типи поведінки. До кожного твердження передбачено 5 відповідей: від «дуже характерно для мене» до «зовсім нехарактерно». Оберіть таку відповідь, яка найбільше вас характеризує.

Ключ

1. Знайти суму балів для питань: 3, 6, 7, 8, 10, 18, 20, 21, 22, 25, 27, 28, 29.
2. Знайти суму для питань: 1, 2, 4, 5, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 23, 24, 26, 30.
3. Додати до першої суми число 72 і відняти другу суму.

Інтерпретація результатів.

0-24: дуже невпевнений у собі;

25-48: скоріше не впевнений, ніж впевнений;

49-72: середнє значення впевненості;

73-96: впевнений у собі;

97-120: занадто самовпевнений.