

ФАКТОРНАЯ СТРУКТУРА ШКАЛЫ ГИПЕРКОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

О.А. Ключева

ФБГОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь

Шкала гиперконкурентоспособности, разработанная Р.М. Риккманом, М. Хаммером, Л.М. Кацором, Дж.А. Голдом на основе социокультурной теории личности К. Хорни, включает 26 утверждений и описывает особенности конкурентного поведения личности как стратегии защиты или компенсации базальной тревоги. Цель исследования – проверка соответствия теоретических моделей эмпирическим данным Шкалы, адаптированной на русскоязычной выборке. В исследовании участвовали 443 респондента в возрасте от 18 до 60 лет ($M=24,79$; $SD=8,04$). Конфирматорный факторный анализ показал устойчивость иерархической трехфакторной структуры Шкалы гиперконкурентоспособности. Подтвержден приемлемый уровень надежности – согласованности Шкалы (α -Кронбаха=0,768) и субшкал «Враждебность», «Инвариантность», «Исключительность, уникальность» ($0,6 < \alpha < 0,90$).

Ключевые слова: конкурентоспособность, гиперконкурентоспособность, личность, конкурентная стратегия, конкурентное поведение, конфирматорный анализ, факторная валидность.

Конкуренция пронизывает различные сферы жизни человека. Как одна из основных форм организации межличностного социального взаимодействия конкуренция может привести к позитивным (стимуляция творчества, интенсификация, саморазвитие, продуктивность и пр.) и деструктивным эффектам (конфликт, фаворитизм, профессиональные деформации, нарушения психологического, физического здоровья и пр.), которые необходимо учитывать и регламентировать в сфере образования, бизнеса, промышленности [6, р. 154–156, 8, р. 2–3, 14, с. 107].

На основании исследований феномена соперничества в социокультурной теории К. Хорни Р. Риккман, М. Хаммер, Л.М. Кацор, Дж.А. Голд разработали Шкалу гиперконкурентоспособности для измерения паттерна деструктивного конкурентного поведения [10, с. 630]. К. Хорни описала гиперконкурентную ориентацию (hypercompetitiveness) как форму невротического соперничества, одну из стратегий защиты базальной тревоги [3, с. 176, 5, с. 135–138]. Все пункты Шкалы гиперконкурентоспособности, разработанные на основании теоретического анализа работ К. Хорни, оценивают склонность к гиперконкурентности, причем более высокие баллы указывают на более сильное проявление данной ориентации. Для респондентов, набравших 99 баллов по Шкале в оригинальной версии,

© Ключева О.А., 2024

характерна очень сильная потребность соперничать и побеждать любой ценой, так как их самооценка обусловлена и зависит от исхода ситуации конкуренции. Поэтому, выигрывая в конкуренции, они чувствуют себя сильнее. Победа дает им чувство превосходства над другими. Враждебное отношение к оппонентам в конкуренции обуславливает допустимость применения нечестных стратегий, чтобы победить или унижить других [8, с. 25, 11, с. 280–282, 13, с. 413,]. Установлено, что для личности с гиперконкурентной ориентацией характерны: заниженная самооценка, низкий уровень самоактуализации, высокий уровень нейротизма, агрессивности, доминирования, самопрезентации, недоверия, макиавеллизма, догматизма и нарциссизма [12, с. 89–92, 9, с. 8, 7, с. 780–781].

Итоговый вариант Шкалы гиперконкурентоспособности в оригинальной версии, разработанный на выборке студентов старших курсов (N=320, из них 138 – мужчины, 182 – женщины), включает 26 пунктов. На каждый пункт оригинальной версии предлагаются варианты ответов: «никогда не относящийся ко мне» (1), «редко относящийся ко мне» (2), «иногда относящийся ко мне» (3), «часто относящийся ко мне» (4) и «всегда относящийся ко мне» (5). Для контроля ответов «согласия» половина пунктов являются прямыми (ответ «5» указывает на сильную склонность к гиперконкуренции), другая – обратными (ответ «5» – это проявление слабой склонности к гиперконкуренции). По результатам анализа авторами оригинальной версии в Шкалу включены пункты, имеющие низкие показатели корреляции с общими оценками социальной желательности. Шкала гиперконкурентоспособности характеризуется приемлемыми показателями надежности (α -Кронбаха = 0,91; $r = 0,81$, $p < 0,001$ (ретестовая надежность) и конструктивной валидности [10, с. 632–633, 638].

Полученные результаты при адаптации Шкалы на русскоязычной выборке (N=307) подтвердили приемлемый уровень надежности (α -Кронбаха = 0,762; ретестовой надежности ($r = 0,616$, $p < 0,01$); оценка методом расщепления ($r = 0,620$). Конструкт гиперконкурентной ориентации концептуально согласуется с компонентами модели поведения типа А ($r = -0,370$, $p < 0,001$), связан с нарциссизмом ($r = 0,344$, $p < 0,001$), макиавеллизмом ($r = -0,267$, $p < 0,001$) высокими показателями психопатии ($r = 0,233$, $p < 0,001$), нейротизма ($r = 0,542$, $p < 0,001$) [1 с. 112–114].

Трехфакторная структура Шкалы, полученная на русскоязычной выборке при адаптации инструментария, подчеркивает многомерный характер гиперконкурентной ориентации в отличие от оригинальной версии, разработанной для измерения одномерного конструкта [1 с. 111].

Прежде всего, в соответствии с теоретическим анализом гиперконкурентной ориентации К. Хорни, – это отрицательная оценка ситуации конкуренции и враждебная установка по отношению к другим, и, как следствие, приемлемость нечестных конкурентных стратегий и правил [1 с. 111]. С другой стороны, на основании тенденции постоянно

сравнивать себя с другими и желания достичь большего чем другие, – это стремление к конкуренции, соревновательности и соперничеству в любой ситуации [1 с. 111].

В связи с тем, что самооценка гиперконкурентной личности ситуативно обусловлена, поэтому важно в конкурентной ситуации достижение превосходства и исключительности [1 с. 110–111].

В известных нам исследованиях [10, 11, 12, 14] не применялся факторно-аналитический подход. Поэтому в соответствии с современными требованиями и стандартами адаптации психодиагностического инструментария, а также для оценки различных аспектов конкурентных отношений, на наш взгляд, необходимо обоснование многомерной структуры конструкта и психометрических свойств посредством проверки соответствия факторной структуры эмпирическим данным [2, с. 341].

Цель исследования – проверка соответствия факторной структуры опросника эмпирическим данным.

Процедура и методы исследования

Сбор данных осуществлялся онлайн (Google форма) по принципу «снежного кома». Перед началом исследования все респонденты дали добровольное информированное согласие на участие в исследовании с возможностью прервать его в любой момент. Для мотивации участия в исследовании испытуемым предоставлялась возможность ознакомиться с его результатами.

Методы анализа и программа.

Для оценки некоторых психометрических характеристик методики (пунктов, субшкал, Шкалы) применены корреляционный, однофакторный дисперсионный (ANOVA), подтверждающий факторный анализ. Надежность (внутренняя согласованность) оценивалась с помощью вычисления α -Кронбаха для Шкалы гиперконкурентоспособности, каждой субшкалы на общей выборке и подвыборках (мужчин, женщин, возрастных групп 18–23 лет; 24–29 лет; 30–60 лет).

Соответствие факторной структуры опросника определено посредством подтверждающего факторного анализ (КФА) с помощью скорректированных оценок (bootstrapped estimates) как формы извлечения повторных выборок, а также оценки показателей качества соответствия, основанных на теории информации: критерий Эйкейка (AIC), Критерий Брауна – Кьюдека (BCC), согласованный информационный критерий Эйкейка (CAIC). Информационные критерии применялись для сравнения моделей с разным количеством латентных переменных, где более низкие значения этих тестов указывали на лучшее соответствие [4 с. 309].

Анализ показателей по Шкале, субшкалам, корреляционный, однофакторный дисперсионный анализ выполнены в программе IBM SPSS Statistics v. 27, подтверждающий факторный анализ – с использованием программы моделирования структурными уравнениями IBM SPSS AMOS v. 19.

Результаты

Результаты проверки распределения баллов по Шкале гиперконкурентоспособности выявили несоответствие эмпирических распределений теоретическому, как суммарного показателя ($p < 0,05$), так и ответов на каждый вопрос ($p < 0,05$). Описательная статистика по общей выборке, подвыборкам мужчин и женщин представлена в табл. 1.

Таблица 1

Описательная статистика суммарного балла по Шкале гиперконкурентоспособности по выборке в целом и по подвыборкам мужчин и женщин

Показатель: статистика (стандартная ошибка)	Общая выборка N = 443 M=24,79 (8,04)	Мужчины N = 108 M=27,5 (6,815)	Женщины N = 335 M=23,33 (7,448)
Среднее (M)	69,4 (12,824)	72,90 (11,712)	68,27 (12,979)
Медиана	72,0	75	70,0
Мода	52	76	52
Асимметрия	-0,338 (0,116)	-0,441(0,233)	-0,301 (0,133)
Экссесс	-0,509 (0,232)	0,136 (0,461)	-0,665 (0,266)
Минимум	36	41	36
Максимум	104	98	104
Процентили	25	60	58
	50	72	70
	75	78	78

Среднее значение показателя гиперконкурентоспособности в общей выборке – $69,4 \pm 12,824$, у мужчин – $72,90 \pm 11,712$, у женщин – $68,27 \pm 12,979$. Различия дисперсий подвыборок мужчин и женщин не выявлены (по критерию Ливиня $p=0,141$, $F=2,175$), значимость различий средних значений проверены с помощью t-критерия Стьюдента ($t=2,731$, $p=0,007$), а также средних рангов – с помощью непараметрического критерия Манна – Уитни ($U=20056,2$, $p=0,009$). В итоге, подтверждены значимые различия средних значений, также среди средних рангов при сравнении подвыборок мужчин и женщин. Значимость различий, полученных с помощью параметрических и непараметрических методов, подтверждает их достоверность [2, с. 176].

Таблица 2

Описательные статистики и показатели α -Кронбаха общей выборки и различных подвыборок

Выборка	Среднее	Стандартное отклонение	α -Кронбаха
Общая (N=443)	69,40	12,824	0,758
Мужчины (N=108)	72,90	11,712	0,720
Женщины (N=335)	68,27	12,979	0,768
18-23 лет (N=254)	67,93	12,540	0,746
24-29 лет (N=87)	68,00	14,464	0,821
30-60 лет (N=102)	74,25	6,621	0,703

На основании анализа психометрических свойств Шкалы гиперконкурентоспособности получены приемлемые показатели

внутренней согласованности на общей выборке и различных подвыборках (мужчины, женщины, различные возрастные группы). Описательные статистики и показатели α -Кронбаха общей выборки и подвыборок мужчин, женщин, различных возрастных групп приведены в табл. 2.

Необходимо отметить, что при удалении пунктов 1, 4, 24 показатели внутренней согласованности повышаются по сравнению с исходными в общей выборке, мужской, женской, а также в подвыборках различных возрастных групп. Результаты анализа представлены в табл. 3.

Таблица 3

Интегральный показатель α -Кронбаха для Шкалы гиперконкурентоспособности при исключении пунктов 1, 4, 24, полученный на различных выборках

Пункты	Надежность Шкалы, если пункт удален					
	Общая	Муж.	Жен.	18-23 лет	24-29 лет	30-60 лет
1. Я избегаю конкуренции, потому что проигрывать в конкуренции унизительно	0,759	0,721	0,769	0,745	0,815	0,707
4. Даже когда я знаю, что другие будут обижаться на меня, если я обыграю их в соревновании, я все равно конкурирую с ними	0,760	0,718	0,766	0,744	0,822	0,694
24. Получение похвалы от других не является важной причиной моего участия в конкурентных ситуациях	0,768	0,734	0,778	0,756	0,832	0,716

На основании корреляционного анализа получены статистически значимые ($p < 0,01$, $p < 0,05$) коэффициенты корреляции Пирсона каждого пункта с общим показателем (0,118–0,554, среднее значение 0,358), превышающие значение 0,3 за исключением пунктов 1, 4, 24 (см. табл. 4).

Таблица 4

Интегральный показатель α -Кронбаха (α) при исключении пункта и коэффициенты корреляции Пирсона пунктов с общим показателем (ККП) по Шкале гиперконкурентоспособности

№	Пункты шкалы	α	ККП
1.	Я избегаю конкуренции, потому что проигрывать в конкуренции унизительно	0,759	0,224**
2.	Я чувствую, что готов конкурировать даже в ситуациях, которые не требуют соперничества	0,752	0,348**
3.	Я не рассматриваю своих конкурентов в качестве врагов (O)	0,746	0,456**
4.	Даже когда я знаю, что другие будут обижаться на меня, если я обыграю их в соревновании, я все равно конкурирую с ними	0,760	0,216**
5.	Успех в спортивных соревнованиях не дает мне ощущения превосходства над другими (O)	0,752	0,362**

6.	Победа в конкурентной борьбе не дает мне большего чувства собственного достоинства (О)	0,754	0,325**
7.	Когда мои конкуренты получают награды за достижения, я испытываю чувство зависти	0,753	0,343**
8.	Я ловлю себя на том, что превращаю дружескую игру или мероприятие в серьезный конкурс или конфликт	0,743	0,519**
9.	Человек человеку волк. Если вы не победите других, они обязательно одержат вверх над вами	0,750	0,402**
10.	Я не против отдать должное кому-нибудь за выполнение того, что я мог бы сделать так же хорошо или лучше (О)	0,747	0,442**
11.	Если я смогу каким-либо образом помешать своему сопернику получить преимущество в конкуренции, я это сделаю	0,756	0,295**
12.	Я действительно, чувствую себя подавленным, когда проигрываю в спортивных соревнованиях	0,747	0,440**
13.	Несмотря на то, как можно себя вести, люди действительно обижаются на тех, кто побеждает в конкуренции (О)	0,752	0,366**
14.	Мне нравится задача – понравиться кому-нибудь, кто уже встречается с кем-то другим	0,751	0,382**
15.	Я не рассматриваю свои отношения с точки зрения конкуренции (О)	0,739	0,554**
16.	Меня не беспокоит, что кто-то обгоняет на дороге, когда я еду на машине (О)	0,741	0,520**
17.	Я терпеть не могу проигрывать в споре	0,756	0,290**
18.	Во время обучения я не чувствую превосходства всякий раз, когда справляюсь с заданиями лучше, чем другие студенты (О)	0,753	0,345**
19.	Я не чувствую необходимости сводить счеты с человеком, который критикует или выставляет меня в дурном свете перед другими (О)	0,750	0,393**
20.	Проигрыш в конкуренции имеет незначительное влияние на меня (О)	0,752	0,364**
21.	Неудача или проигрыш в конкуренции заставляют меня чувствовать себя менее достойным человеком	0,746	0,455**
22.	Люди, которые уходят от конкуренции, слабы	0,754	0,330**
23.	Конкуренция вдохновляет меня на достижение новых высот	0,756	0,289**
24.	Получение похвалы от других не является важной причиной моего участия в конкурентных ситуациях (О)	0,768	0,118*
25.	Я верю, что можно быть неплохим человеком и в то же время побеждать или быть успешным в конкуренции (О)	0,745	0,447**
26.	Мне нетрудно чувствовать полное удовлетворение от своей работы в конкурентной ситуации (О)	0,747	0,442**

**Корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторон); *Корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторон); О – обратные пункты

Соответствие теоретических моделей Шкалы
гиперконкурентоспособности эмпирическим данным, полученным на
русскоязычной выборке, было проверено с помощью конфирматорного
факторного анализа (КФА). Корректность применения КФА подтверждается

приемлемой численностью выборки и скорректированными оценками (bootstrapped estimates), как формы извлечения повторных выборок, т.к. полученные показатели подтверждают нарушение допущения структурного моделирования о многомерной нормальности индикаторов ($N = 443$, $T = 26$; $S.R. = 68,682$). Данные не обладают многомерной нормальностью, поэтому корректировка (bootstrapping) позволяет сравнить конкурирующие модели [2, с. 354–355].

В качестве априорной модели рассматривалась однофакторная модель (Модель 1) с индикаторами-утверждениями и нумерацией в соответствии с оригинальной версией методики [10, с. 633] (рис. 1).



Рис. 1. Однофакторная Модель 1

Однофакторная Модель 2 аналогична первой с исключением ненадежных пунктов опросника, согласно результатам анализа надежности – согласованности и эксплораторного факторного анализа. В Модели 2 исключены пункты 1, 4, 24 [1, с. 111].

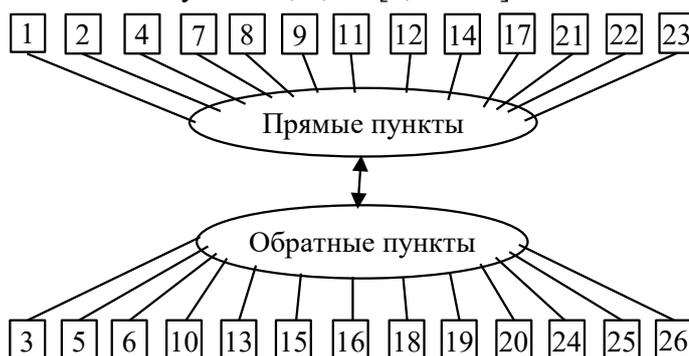


Рис. 2. Двухфакторная Модель 3 (факторы – прямые, обратные пункты)

Двухфакторная Модель 3 разработана на основе авторского замысла оригинальной версии Шкалы гиперконкурентоспособности, включающая прямые и обратные пункты [10, с. 633] (рис. 2).

Трехфакторная Модель 4 и иерархическая Модель 5 разработаны на основе результатов ЭФА (см. рис. 3, 4) [1, с. 106–107].



Рис. 3. Трехфакторная Модель 4

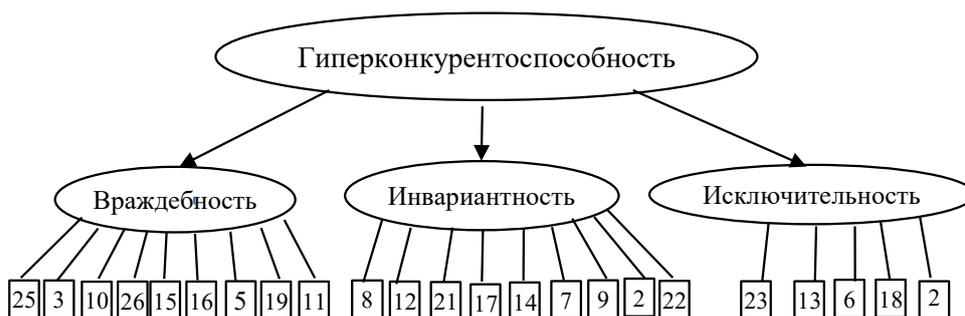


Рис. 4. Иерархическая трехфакторная Модель 5

Согласно результатам КФА, наименьшее значение среднего значения более чем для 1000 бутстреп-выборок наблюдается для иерархической Модели 5 (1258,820) со стандартным значением ошибки 0,380. Сравнение значений информационных критериев также свидетельствует о лучшем соответствии иерархической трехфакторной Модели 5 с наименьшими значениями BCC, AIC, CAIC (табл. 5) [4 с. 309].

Таблица 5

Показатели согласованности конкурирующих моделей

Шкалы гиперконкурентоспособности с эмпирическими данными (Failures=0)

№	Модель	M (S. e.)	BCC	AIC	CAIC
1.	Однофакторная	2508,791 (0,408)	2521,460	2517,947	2655,473
2.	Однофакторная (без пунктов 1, 4, 24)	2075,002 (0,379)	2086,116	2083,360	2205,606
3.	Двухфакторная	2071,625 (0,395)	2081,256	2078,256	2220,876
4.	Трехфакторная	1547,528 (0,373)	1556,845	1556,859	1686,292
5.	Иерархическая	1258,820 (0,380)	1269,284	1266,183	1403,710

Сокращенная версия Шкалы (23 пункта) имеет удовлетворительный уровень надежности (α -Кронбаха = 0,768, N = 443). Показатели внутренней согласованности субшкал также соответствуют приемлемому уровню (α -Кронбаха > 0,70), за исключением субшкалы «Исключительность, уникальность» (фактор 3) (α -Кронбаха = 0,600) (табл. 6).

Все субшкалы положительно коррелируют с общим показателем гиперконкурентоспособности. Согласно результатам корреляционного анализа, наибольшее значение получено между общим показателем и факторами «Враждебность» ($r=0,706$) и «Инвариантность» ($r=0,636$), наименьшее – связь с фактором «Исключительность, уникальность» ($r=0,598$). Корреляция значима на уровне 0,01 и является двусторонней.

Значения показателей, полученные мужчинами и женщинами по субшкалам «Инвариантность», «Исключительность, уникальность» значимо не различаются, за исключением субшкалы «Враждебность». Проверка выполнена с помощью параметрического и непараметрического критериев. Значимость различий средних по субшкале «Враждебность» $p < 0,001$. По тесту Манна – Уитни также получено значение различия средних рангов $p < 0,001$. Показатели

описательной статистики по субшкалам в общей выборке и в подвыборках мужчин и женщин представлены в табл. 6.

Таблица 6

Показатели описательной статистики по субшкалам Шкалы гиперконкурентоспособности в общей выборке и в подвыборках мужчин и женщин

Субшкала	Среднее	Стандартное отклонение	α -Кронбаха
Враждебность			
Общая	22,35	7,730	0,804
Мужчины	26,71	7,134	0,760
Женщины	20,94	7,389	0,791
Инвариантность			
Общая	22,86	6,790	0,773
Мужчины	21,83	6,542	0,784
Женщины	23,19	6,740	0,771
Исключительность, уникальность			
Общая	15,09	3,357	0,600
Мужчины	15,28	3,426	0,516
Женщины	15,03	3,337	0,595

Связь показателя гиперконкурентоспособности и переменной «возраст» проверена с помощью непараметрического критерия Крускала – Уоллеса, а также подтверждается результатами ANOVA. Аналогично выявлена связь переменной «возраст» с показателями по субшкале «Враждебность», за исключением субшкал «Инвариантность» и «Исключительность, уникальность». Общий показатель по Шкале с возрастом повышается. Более высокие баллы по субшкале «Враждебность» имеют респонденты более старшей возрастной группы. Результаты анализа представлены в табл. 7.

Таблица 7

Средние значения (M) и стандартные отклонения (SD) по общему показателю (ОП) и субшкалам Шкалы гиперконкурентоспособности в различных возрастных группах

Возрастная группа	ОП		Враждебность		Инвариантность		Исключительность, уникальность	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
18-23 (N=254)	67,93	12,544	20,13	7,429	23,39	7,110	11,73	2,889
24-29 (N=87)	68,00	14,464	22,90	7,466	21,53	6,652	11,39	3,515
30-60 (N=102)	74,25	10,797	27,19	6,621	22,46	5,925	12,17	2,8
ANOVA, уровень значимости (p)	0,008		0,000		0,234		0,551	

Обсуждение результатов

Проверка психометрических свойств Шкалы гиперконкурентоспособности на общей выборке и различных подвыборках (мужчины, женщины, различные возрастные группы (18–23 лет, 24–29 лет, 30–60 лет) показала, что русскоязычная версия обладает приемлемым уровнем надежности – согласованности. Коэффициент α -Кронбаха варьирует от 0,703 до 0,821.

В оригинальной версии Шкала гиперконкурентоспособности разработана на основе анализа теоретических положений социокультурной теории К. Хорни как мера измерения одномерного конструкта гиперконкурентности. При адаптации русскоязычной версии методики с помощью эксплораторного факторного анализа получена трехфакторная структура Шкалы, включающая субшкалы «Враждебность», «Инвариантность», «Исключительность, уникальность» [1]. Трехфакторная Шкала отличается от одномерной оригинальной версии, но, в целом, не противоречит описанию феномена согласно теоретическим положениям работ К. Хорни [3, 5].

Основной целью нашего исследования стала проверка соответствия теоретических моделей (однофакторных, двухфакторной, трехфакторной, иерархической трехфакторной) эмпирическим данным, полученным на русскоязычной выборке с помощью конфирматорного факторного анализа. Конфирматорный факторный анализ подтвердил наилучшее соответствие иерархической трехфакторной модели эмпирическим данным, где три первичных фактора являются индикаторами вторичного фактора гиперконкурентоспособности.

Необходимо отметить, что сокращенный вариант русскоязычной версии Шкалы, включающий 23 пункта по результатам проверки надежности – согласованности на общей выборке имеет приемлемый уровень надежности (α -Кронбаха = 0,768). Показатели внутренней согласованности субшкал также соответствуют удовлетворительному уровню (α -Кронбаха > 0,70), за исключением субшкалы «Исключительность, уникальность» (α -Кронбаха = 0,600).

Согласно полученным результатам, выявлена статистическая значимость различий ($p < 0,01$) в общих показателях по Шкале гиперконкурентоспособности у мужчин ($72,90 \pm 11,712$) и женщин ($68,27 \pm 12,979$). Также обнаружена тенденция к возрастанию данного показателя с возрастом респондентов ($p < 0,01$). Среди мужчин склонность к отрицательной оценке конкурентной ситуации, враждебной установке, нечестным конкурентным стратегиям выше ($26,71 \pm 7,134$), чем у женщин ($22,35 \pm 7,730$) (фактор «Враждебность», $p < 0,01$) и зависит от возраста респондентов ($p < 0,001$).

При разработке оригинальной версии авторами не выявлены различия по показателю гиперконкурентоспособности среди мужчин и женщин, и не отмечается тенденция к изменению в зависимости от возраста респондентов. Иерархическая трехфакторная структура Шкалы гиперконкурентоспособности, различия в общих показателях у мужчин и женщин, а также у респондентов, относящихся к различным возрастным группам, обусловлены культурными особенностями, спецификой выборки, что требует в дальнейшем других исследований.

Подводя итоги, по полученным результатам необходимо отметить и ряд ограничений, которые определяют перспективы исследования в дальнейшем. Верификация психометрических свойств Шкалы должна быть осуществлена на более масштабных выборках с учетом других социально-демографических характеристик.

Факторная структура может быть обусловлена особенностями перевода, культурными особенностями, спецификой выборки и требует дальнейших исследований.

Некоторые обратные пункты были исключены при адаптации шкалы на русский язык с учетом влияния специфики перевода, но, в дальнейшем, на наш взгляд, необходимо введение дополнительных пунктов-индикаторов, отражающих содержание субшкал и конструкта в целом. Отсутствие данных о психометрических свойствах в условиях клинической психодиагностики может быть перспективой исследования с привлечением клинических выборок.

Заключение

В настоящем исследовании представлены результаты обоснования иерархической трехфакторной структуры русскоязычной краткой версии шкалы гиперконкурентоспособности. Нами впервые были получены факторы-индикаторы гиперконкурентности: «Враждебность», «Инвариантность», «Исключительность, уникальность», которые доказывают многомерность конструкта. Результаты исследования позволяет рекомендовать Шкалу гиперконкурентоспособности в качестве измерительного инструмента для оценки различных проявлений гиперконкурентной ориентации, конкурентного поведения и конкурентных отношений для решения научно-исследовательских и практических задач в перспективе.

Список литературы

1. Ключева О.А. Адаптация шкалы гиперконкурентоспособности (НСП) Р.М. Риккмана, М. Хаммера, Л.М. Кацора, Дж.А. Голда на русскоязычной выборке // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2022. Т. 7. № 3. С. 101–121.
2. Наследов А. IBM SPSS Statistics 20 AMOS: профессиональный статистический анализ данных. СПб.: Питер, 2013. 416 с.
3. Хорни К. Невротическая личность нашего времени / пер. с англ. А.М. Боковой. М.: Академический Проект, 2009. 208 с.
4. Arbuckle James L. IBM SPSS Amos 19 User's Guide. Amos Development Corporation. 2010. 654 p.
5. Horney K. The Neurotic Personality Of Our Time. London: Routledge, 1999. 300 p.
6. Kliueva O.A. Competitiveness of personality as a psychological phenomenon: The content of the construct and its typology // Psychology in Russia: State of the Art. 2016. V. 9(2). P. 151–166.

7. Luchner A.F., Houston J.M., Walker C., Houston M.A. Exploring the relationship between two forms of narcissism and competitiveness // *Personality and Individual Differences*. 2011. V. 51(6). P. 779–782.
8. Orosz G., Toth-Kiraly I., Büki N., Ivaskevics K., Bothe B. Fülop M. The Four Faces of Competition: The Development of the Multidimensional Competitive Orientation Inventory // *Frontiers in Psychology*. 2018. V. 9 (779), P. 1–16.
9. Patock-Peckham J.A., Ebbert A.M., Woo J., Finch H., Broussard M.L., Ulloa E., Moses J.F. Winning at all costs: The etiology of hypercompetitiveness through the indirect influences of parental bonds on anger and verbal/physical aggression // *Personality and Individual Differences*. 2020. V. 154. P. 1–7.
10. Ryckman R.M., Hammer M., Kaczor L.M. Gold J.A. Construction of a Hypercompetitive Attitude Scale. // *Journal of Personality Assessment*. 1990. V. 55(3-4). P. 630–639.
11. Ryckman R.M., Libby C.R., Van den Borne B., Gold J.A., Lindner M.A. Values of Hypercompetitive and Personal Development Competitive Individuals // *Journal of Personality Assessment*. 1997. V. 69(2). P. 271–283.
12. Ryckman R.M., Thornton B., Butler J.C. Personality Correlates of the Hypercompetitive Attitude Scale: Validity Tests of Horney's Theory of Neurosis // *Journal of Personality Assessment*. 1994. V. 62(1). P. 84–94.
13. Thornton B., Ryckman R., Gold J. Competitive Orientations and the Type A Behavior Pattern // *Psychology*. 2011. V. 2(5). P. 411–415.
14. Thornton B., Ryckman R., Gold J. Hypercompetitiveness and Relationships: Further Implications for Romantic, Family, and Peer Relationships // *Psychology*. 2011. V. 2(04). P. 269–274.

Об авторе:

КЛЮЕВА Ольга Анатольевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры «Психология труда и клиническая психология» ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» (170100, Тверь, Желябова, 33), e-mail: Klyueva.OA@tversu.ru

FACTOR STRUCTURE OF THE HYPERCOMPETITIVENESS SCALE

O.A. Kliueva

Tver State University, Tver

Hypercompetitiveness Scale developed by R.M. Rickman, M. Hammer, L.M. Kaczor, J.A. Gold was based on the basis of K. Horney's sociocultural theory of personality, includes 26 statements and describes the features of competitive personality behavior as a strategy to protect or compensate for basal anxiety. The purpose of this research is to test the compliance of theoretical models with empirical data adapted to the Russian-speaking sample. The participants were 443 respondents aged from 18 to 60 years ($M=24.79$; $SD=8.04$). Confirmatory factor analysis showed the stability of the hierarchical three-factor structure of the Hypercompetitiveness Scale, including the subscales «Hostility», «Invariance», «Exclusivity, Uniqueness». The acceptable level of reliability has been confirmed-consistency of the Scale (α -Kronbach=0.768) and the subscales «Hostility», «Invariance», «Exclusivity, uniqueness» ($0.6 < \alpha < 0.90$).
Keywords: *competitiveness, hypercompetitiveness, personality, competitive strategy, competitive behavior, confirmatory analysis, factorial validity.*

Принято в редакцию: 15.04.2024 г.

Подписано в печать: 16.05.2024 г.