

Василенко И.А.
**Индивидуально-
психологические особенности
уверенной личности**

В статье представлены результаты эмпирического исследования особенностей коммуникативной креативности у лиц с различным уровнем уверенности в себе. Установлено соответствие между спецификой коммуникативной креативности и уровнем уверенности в себе. Так, испытуемые с высоким уровнем уверенности в себе легко устанавливают и поддерживают контакты с окружающими, стремятся быть в центре внимания, смелые, энергичные, отклоняются от шаблона в поведении. Демонстрируют критическое восприятие чужого мнения, обнаруживают наличие собственной позиции, игнорируют чужие суждения, если считают их неправильными. У них выразительная мимика, жестикация, что свидетельствует о богатом интонационном репертуаре и широкой палитре эмоциональных переживаний.

Представители низкого уровня уверенности в себе не проявляют инициативы в общении, не общительны, как правило, поддерживают отношения с одними и теми же людьми, испытывают трудности, вступая в новые социальные контакты. Они, как правило, отличаются слишком сильной сговорчивостью и неспособностью отстаивать свои интересы.

Ключевые слова: коммуникативная креативность, показатели коммуникативной креативности, уровни уверенности в себе.

Vasilenko I.A.
**Individual psychological
particularities of a confident
personality**

The purpose of this report is to present the results of an empirical study of communicative creativity characteristics of persons with different levels of self-confidence.

On the ground of empirical research common features and peculiarities of communicative creativity of individuals with different self-confidence levels are found. Thus, in the high-confidence group subjects easily establish and maintain contacts with others, they are bold and energetic, tend to be in the spotlight, deviate from the pattern of behavior. They show the critical perception of the other's opinions, reveal the presence of their own position and ignore other people's judgments, if they consider them to be wrong.

Representatives of the low self-confidence level do not take the initiative to communicate, they are not sociable, maintain relationships with the same people, have difficulties entering into new social contacts.

As usual they are peculiar with too strong amenability and failure to protect their interests. They have monotonous and inexpressive nonverbal language, poor, monotonous linguistic means of communication (intonation, tempo, tone, etc.).

Key words: communicative creativity indices of communicative creativity, levels of self-confidence.

Василенко И.А.
**Сенімді тұлғаның
индивидуалды-
психологиялық ерекшелктері**

Мақалада өзіне деген сенімділік деңгейі әртүрлі адамдардың коммуникативті креативтілік ерекшеліктерінің эмпирикалық зерттеулерінің нәтижелері ұсынылған. Өзгеше коммуникативті креативтілік пен өзіне деген сенім деңгейі арасындағы сәйкестік орнатылған болатын. Өзіне деген сенімділігі жоғары адамдар тез арада қоршаған ортамен тіл табыса алады, олар басты назарда болуға тырысады, батыл, қайратты, тәртіптегі бір қалыптан ауытқиды. Кісінің пікірінің қысылшаң байымын ашық көрсете алады, меншікті айқындамасы болады, жат адамның пікірін дұрыс емес деп тапса елемейді. Олардың бас бейнелеуші-ым, қимыл, олардың бай интонациялық репертуарын, эмоциялық қобалжулардың кеңейтілген палитрасын көрсетеді. Коммуникативті креативтіліктің басты ерекшелігі басқа адамдармен қарым-қатынас жасай білу және қолдау, ара барым ұсталықтың және дағдының адекваттық білімдерінің, жанасушылықтың табыстысын қамсыздандыру.

Түйін сөздер: коммуникативті креативтілік, коммуникативті креативтілік көрсеткіштері, өзіне сенімділік деңгейлері.

**ИНДИВИДУАЛЬНО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ
УВЕРЕННОЙ
ЛИЧНОСТИ**

Личность, обладающая достаточно высоким творческим потенциалом, всегда была интересна для науки не только в связи с возможностью создания нового оригинального продукта, но и в связи со способностью совершенствовать процессы и средства, которые приводят к высокой производительности, а также готовностью меняться, развиваться в соответствии с запросами современного мира. Уровень развития психологической науки, и в частности таких ее областей, как психология личности, психология творчества, связан с нахождением решений многих социально-экономических, образовательных, культурных задач. Овладение творчеством как видом и компонентом современной деятельности позволяет личности моделировать возможные изменения в организации, структуре и содержании своего жизненного пространства. Личности сегодня необходимо обладать высоким уровнем общей культуры, компетентностью, нетрадиционно подходить к решению различных психологических ситуаций, организовывать свою деятельность на творческой основе. Для того, чтобы адекватно реагировать на постоянные изменения, человек должен активизировать свой творческий потенциал, развивать в себе такое качество, как креативность.

На основании изучения феноменов творчества, творческого потенциала, креативности многими исследователями делается вывод о том, что область креативных проявлений охватывает все основные сферы психической активности человека. Все большее распространение получает комплексный взгляд на креативность: рассматривается функциональная структура взаимодействующих когнитивных и личностных составляющих личности, а также взаимозависимость индивида и его окружения в течение всего процесса творческой деятельности. Итак, творческий потенциал человека должен проявляться и в сфере социальных контактов, межличностного взаимодействия.

Понятие «креативность» используется для обозначения творческих способностей личности. Выделяют ряд направлений в изучении феномена: когнитивные (Дж. П. Гилфорд, С. Медник, М. Рорбах, В.Н. Дунча, Т.И. Ронгинский и др); личностные (К. Кокс, А. Маслоу, Э. Роу, Е.Л. Яковлева и др);

синтезирующие (Д. Перкинс, Д.Б. Богоявленская, В.Н. Дружинин, Н.В. Хазратова и др.)

В контексте континуального подхода коммуникативная креативность рассматривается как интегральное многоуровневое свойство, содержащее: формально-динамические, качественные, содержательные, императивные или нормативные показатели (социально-культурные представления о содержании и способы выражения феномена, изучается). Коммуникативная креативность как черта личности способствует творческому общению и обеспечивает успешное взаимодействие с другими людьми. В структуре коммуникативной креативности среди ее формально-динамических и качественных характеристик выделены и описаны следующие показатели: легкость в общении (Л), склонность к самопрезентации (Сп), склонность к независимости (Н), конфликтность (К), эмоциональная устойчивость в общении (Есс), склонность к манипулированию (М), экспрессивность (Е), коммуникативная компетентность (УК) [3].

Теоретико-методологическую основу исследования составили: системный подход (Б.Г. Ананьев, Б.Ф. Ломов, В.П. Кузьмин, С.Л. Рубинштейн, К. Урбан); принцип взаимодействия (Я.А. Пономарев и др); концептуальные положения психологии творчества, креативности, социальной психологии творчества (В. Андреев, А.А. Бодалев, В.Н. Дружинин, А.В. Карпов, Б.М. Кедров, В.Н. Куницына, Л.М. Попов, И.Е. Стрелкова, Б.М. Теплов, Т. Амабайл); психометрический (Дж. Гилфорд, С. Медник, Э. Торранс) и интегральный (Д.Б. Богоявленская, А.М. Матюшкин и др.) подходы к идентификации креативности.

Анализ настоящего состояния проблемы уверенности в психологии свидетельствует о том, что в ее понимании существуют некоторые теоретические разногласия. Это обусловлено, в первую очередь, сложностью и многогранностью самого феномена, а также раскрытием и проявлением его через другие понятия, такие как смелость, решительность, застенчивость, самооценка, воля. Отсюда и свободное использование понятия «уверенность» разными авторами. К ним относится и уверенность как мера поведения и как вероятная характеристика, связанная с оценкой деятельности человека, и как состояние в той или иной степени выражает черты характера человека, а также как состояние, которое возникает при оценке результативности своих действий и формировании самооценки по отношению к своим возможностям.

Дальнейший анализ литературы показал, что в том или ином виде проблему уверенности в себе, доверия к себе и к своим способностям можно обнаружить во многих психологических теориях, так или иначе касающихся психологии личности.

Проблема уверенности в себе привлекла внимание ученых с конца XIX века. Ее изучением занимались А. Адлер, Р. Альберти, Э. Берн, В. Вендланд, В. Джеймс, Ф. Зимбардо, А. Лазарус, Д. Дж. Либерман, А. Маслоу, Ф. Перлз, К. Роджерс, К. Рудестам, А. Сальгер, Дж. Смит, Э. Фромм, Э. Шостром, и другие.

В некоторых направлениях психологии уверенность в себе включается в блок личных качеств; определены ее функции в системе межличностных отношений; описана структура и условия его развития в онтогенезе; разработаны тренинги и методики по ее коррекции. (Б. Ананьев, С. Ковалев, А. Прудченков, В.Г. Ромек, Е.А. Серебрякова, Т.А. Смолев, и др.

Уверенность относилась к определенному теоретическому конструкту из арсенала психологии и трактовалась как: установка (Я.С. Прангшвили); интеллектуальное состояние (М.Н. Володарская), уровень напряжения (Н.И. Наенко); значимое переживание (М.А. Котик), интеллектуальная эмоция (И.А. Васильев), аспект стратегии собственных действий в интеллектуальных играх (Б.Б. Косов, А.Е. Карпов). То есть с помощью термина «уверенность» описывались различные психические явления.

Но, несмотря на развитие исследований этого феномена, нужно отметить, что выраженного подхода, определенной школы в изучении уверенности, а также четкого и всеми принятого понятия уверенности как в отечественной, так и в зарубежной психологии не существует. Уверенное поведение является важнейшим фактором успешной конкурентной борьбы, социального продвижения. Уверенный в себе человек легко приводит веские аргументы и оспаривать аргументы соперника. Если человек доволен собой, ценит себя как личность, имеет положительное самопринятие, тогда человек активен в жизни и наслаждается жизнью, обществом, окружением, новыми местами и вещами, действует спонтанно, доверяет своим суждениям, хорошо адаптируется в обществе. Таким образом, уверенность позволяет личности активно развиваться, что положительно влияет на реализацию уверенных форм поведения и общения, умение видеть в себе и окружающих положительные стороны, а также на коммуникативную креативность

(Л.М. Митина). Полученные данные о необходимых условиях формирования уверенности свидетельствуют, что дефицит общения, однообразие или отсутствие социальных связей со стороны социальной среды приводят к значительным недостаткам уверенности.

Цель исследования заключается в теоретико-эмпирическом изучении особенностей коммуникативной креативности у лиц с разным уровнем уверенности в себе. Эмпирическое исследование направлено на изучение особенностей коммуникативной креативности лиц с разным уровнем уверенности в себе, включало три этапа: подготовительный, диагностический, аналитический. На подготовительном этапе осуществлялись поиск и отбор методик, сформирована выборка исследования, определены организационные условия проведения исследования (время, место); на диагностическом этапе проведения запланированы измерительные процедуры; на аналитико-интерпретационном этапе проводился анализ полученных результатов, их интерпретация и обобщение.

В соответствии с целью и задачами исследования для диагностики исследуемых феноменов были использованы следующие методики. Для диагностики коммуникативной креативности «Тест-опросник коммуникативной креативности (О.П. Санникова, Р.В. Белоусова)», который диагностирует восемь первичных показателей коммуникативной креативности и один вторичный интегральный. Коммуникативная креативность, которая представлена следующими показателями: легкость в общении (Л), склонность к самопрезентации (Сп), независимость (Н), конфликтность (К), эмоциональная устойчивость в общении (Есс), склонность к манипулированию (М), экспрессивность (Е), коммуникативная компетентность (Кк), вторичный обобщенный (суммарный) показатель - Опкк. Кроме того, в исследовании задействовано методика: «Тест уверенности в себе» Методика уверенности в себе диагностирует три первичные показатели:

- общая уверенность (это положительная оценка собственных навыков и способностей);

- социальная смелость (позитивное восприятие общения, новых контактов и взаимоотношений с людьми);

- инициатива в контактах (похоже на социальную смелость, только «деятельнее»). Выборку составили студенты Южноукраинского национального педагогического университета имени К.Д. Ушинского. Всего в исследовании приняло участие 65 человек в возрасте от 18 до 25 лет. Обработка полученных данных произ-

водилась методами количественного (с помощью компьютерной программы SPSS 13.0 for Windows) и качественного (метод «профилей») анализа.

Для выяснения статистических связей между показателями двух рядов указанных явлений (коммуникативной креативностью и уверенностью в себе) проведен корреляционный анализ по методу К. Пирсона. Анализ корреляций показал наличие большого количества значимых положительных связей.

Показатели коммуникативной креативности Ккр (коммуникативная креативность) и Л (легкость в общении), положительно связаны ($p < 0.01$) с показателями Оув (общая уверенность в себе), Ссм (социальная смелость), Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах). Показатель Сп (склонность к самопрезентации) связан положительно на 5% уровне с показателями Ув в себе (уверенность в себе), Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах). Показатель Н (независимость), положительно связан ($p < 0.01$) с показателями Оув (общая уверенность в себе), Ссм (социальная смелость). Показатель К (конфликтность) связан положительно на 1% уровне с показателями Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах), и положительно связан ($p < 0.05$) с показателями Оув (общая уверенность в себе), Ссм (социальная смелость). Показатель Е (экспрессивность) положительно связан ($p < 0.01$) с показателями Оув (общая уверенность в себе) и Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах). Показатель Кк (коммуникативная компетентность) положительно связан ($p < 0.01$) с показателями ЗВС (общая уверенность в себе) и Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах). УЗКК (вторичный обобщенный (суммарный) показатель) связан положительно на 1% уровне с показателями Оув (общая уверенность в себе), Ссм (социальная смелость), Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах).

Установлено, что общий показатель коммуникативной креативности (ОПКК) связан со всеми компонентами уверенностью в себе с коэффициентом корреляции на уровне $p \leq 0.01$, что свидетельствует о близости этих свойств и возможность их сопоставления.

Таким образом, полученные результаты корреляционного анализа указывают на тесную прямую взаимосвязь таких психологических явлений, как коммуникативная креативность и уверенность в себе.

На следующем этапе проведен качественный анализ связей между показателями ком-

муникативной креативности и уверенностью в себе. Основной целью данного этапа исследования было установление специфики коммуникативной креативности в зависимости от уровня уверенности в себе личности. Так, с помощью метода «асов», который позволил выявить группы испытуемых, принадлежащих к представителям разных уровней уверенности в себе: с высокими (четвертый квартиль распределения) и низкими (первый квартиль распределения) значениями показателей, были сформиро-

ваны отдельные подвыборки по следующим признакам: Уп в себе (уверенность в себе), Нп в себе (неуверенность в себе), Ссм (социальная смелость), Сб (социальная робость), Иниц в Ск (инициативность в социальных контактах), П (пассивность). Особенности коммуникативной креативности лиц с разным уровнем уверенности в себе были изучены с помощью метода «профилей». Итак, на рис. 2. представлена диаграмма коммуникативной креативности лиц разного уровня уверенности в себе.

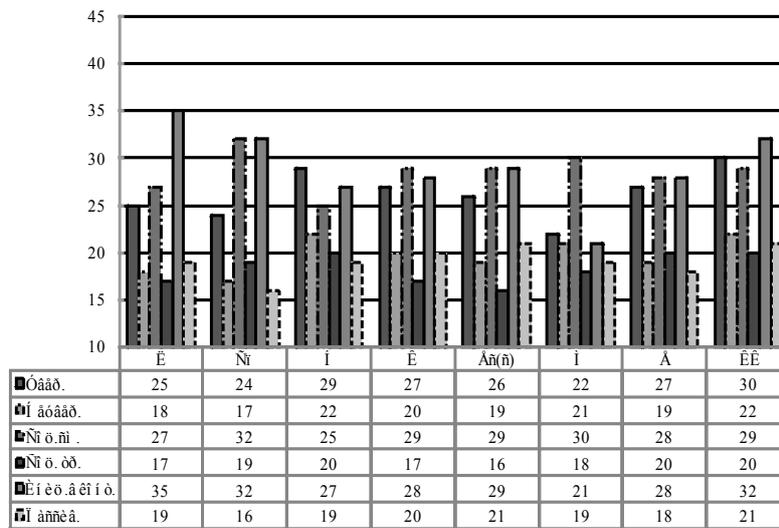


Рисунок 2 – Диаграмма коммуникативной креативности лиц с разным уровнем уверенности в себе

На оси абсцисс расположены показатели коммуникативной креативности. На оси ординат – их значения, представляют усредненную оценку каждого показателя всех представителей выделенных групп, выраженную в перцентилях.

При анализе профилей нас, прежде всего, интересовали значимые различия в одноименных показателях. Достоверность различий определено с помощью t-критерия Стьюдента для независимых выборок. В связи с тем, что показатели коммуникативной креативности являются биполярными континуума (на одном полюсе яркая выраженность компонента, на противоположном – низкая его выраженность), можно ожидать «отражение» профилей коммуникативной креативности у лиц с разной степенью уверенности в себе, социальной смелости, инициативности в социальных контактах.

Итак, коммуникативная креативность уверенных в себе людей характеризуется, прежде

всего, выраженными показателями со стороны независимости, конфликтности и эмоциональной устойчивости. Это личности, которые имеют собственную позицию и отстаивают свою точку зрения. Они игнорируют социальные условия и авторитеты, склонны к авантюризму, игнорируют чужие суждения, если считают их неправильными, имеют обостренное чувство справедливости. Такие личности склонны к возмущению, они умеют управлять собственными эмоциям, что свидетельствует о наличии эмоциональной зрелости, и проявляют настойчивость в достижении цели. У них выявлена выраженность общего уровня коммуникативной креативности, которая проявляется в способности устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. Наименее представленными показателями в профиле их коммуникативной креативности является коммуникативная компетентность и конфликтность.

Коммуникативная креативность неуверенных в себе людей характеризуется покорностью, ригидностью, желанием всем угодить, даже в ущерб собственным интересам. Такие лица в основном руководствуются мнением окружающих, не способны отстаивать собственную точку зрения, следуют за более сильными и легко расстраиваются, бывают несдержанными, часто не могут сконцентрироваться и довести начатое дело до конца. У них возникают трудности в налаживании новых взаимоотношений. Коммуникативная креативность лиц с высоким уровнем социальной смелости характеризуется независимостью от авторитетов, они демонстрируют минимальное предпочтение социальному влиянию, выявляют наличие собственной позиции, игнорируют чужие суждения, если считают их неправильными. Имеют обостренное чувство справедливости, обладают прямолинейностью, любят привнести что-то особенное. Часто используют конфликты для развития ситуации и личностного роста. Склонны манипулировать другими людьми и умеют скрывать свои истинные намерения, чтобы с помощью отвлекающих маневров добиваться своей цели. Умеют находить подход к людям, лица легко вступают в контакт с новыми людьми, умеют эффективно и успешно выступать перед многочисленной аудиторией, всегда могут поддержать разговор, то есть умеют органично вливаться во взаимодействие с окружающими. В аспекте эмоциональной зрелости личность, невозмутимая, здравомыслящая, которая способна управлять своими эмоциями. При необходимости умеет мобилизоваться и направить эмоциональную энергию в нужное русло, в реализации задуманного проявляет настойчивость.

В группе лиц с высоким уровнем социальной робости коммуникативная креативность характеризуется покорностью, склонностью к зависимости и желанием всем угодить, даже в ущерб собственным интересам. Такие субъекты в основном руководствуются мнением окружающих, не могут отстаивать свою точку зрения, следуют за более авторитетными лицами. Они легко расстраиваются, проявляют невротические симптомы, бывают невыдержанными, нетерпеливыми, часто не могут собраться и довести начатое дело до конца. У них обнаружена трудность в общении, неумение влиться в уже существующую группу.

Коммуникативная креативность представителей с высоким уровнем инициативности в социальных контактах характеризуется легкостью

в общении и независимостью. Такие личности легко вступают в контакт с новыми людьми, умеют эффективно и успешно выступать перед многочисленной аудиторией, всегда поддержат разговор и являются душой компании. Они уверены в собственной способности понять любого человека, любознательные, проявляют открытый интерес к людям. Умеют говорить открыто и искренне. Характеризуются эмоциональной зрелостью личности, здравомыслящие, способные управлять своими эмоциями. При необходимости могут мобилизоваться в реализации задуманного и проявляют настойчивость.

Коммуникативная креативность представителей с высоким уровнем пассивности характеризуется кротостью, желанием всем угодить, даже в ущерб личным привязанностям, они не способны отстоять свою точку зрения. Такие люди имеют трудности в общении и налаживании новых контактов. Им трудно вступить в разговор, если он был начат без них. Они проявляют однообразие и невнятность эмоций и монотонность языковых средств общения (интонации, темпа, тона и т.д.). У них выявлен низкий уровень коммуникативной креативности, такие лица не реализуют собственных креативных способностей при решении межличностных и социальных задач.

На основе анализа эмпирических данных установлены как общие черты, так и особенности коммуникативной креативности лиц с разным уровнем уверенности в себе. Полученные результаты корреляционного анализа указывают на тесную прямую взаимосвязь таких психологических явлений, как коммуникативная креативность и уверенность в себе. Установлено, что в группе с высокими показателями уверенности в себе коммуникативная креативность способствует нестандартному решению ситуаций, возникающих в общении и при взаимодействии с другими людьми. В группе с низкими показателями проявляются трудности в общении и наличие низкого уровня коммуникативной компетентности. В этом контексте уверенность в себе можно рассматривать как один из важных психологических факторов коммуникативной креативности, что является основой проявления творчества в общении, предложения новых идей и способов общения, направленных на обеспечение благополучной взаимодействия с окружением. Результаты исследования свидетельствуют, что представителям определенного уровня уверенности в себе присущи характерные особенности коммуникативной креативности.

Литература

- 1 Богоявленская Д.Б. Пути к творчеству / Д.Б. Богоявленская. – М.: Знание, 1981. – 96 с.
- 2 Бодаев А.А. Личность и общение / А.А. Бодаев – М.: Международная педагогическая академия, 1995. – 328 с.
- 3 Санникова О.П. Оценка показателей коммуникативной креативности с помощью оригинальной методики / О.П. Санникова, Р.В. Белоусова // Наука і освіта, 2001. – №6. – С.52-54
- 4 Ромек В. Г. Уверенность в себе как социально-психологическая характеристика личности: Автореф. дис.... канд. психол. наук: 19.00.01 / Владимир Георгиевич Ромек Владимир Георгиевич. – Ростов на-Дону: РГУ, 1997. – 17 с.
- 5 Хохлова Е. В. Уверенность в себе – базовое качество инновационной личности [Текст] / Е.В. Хохлова // Молодой ученый. – 2011. – №6. Т.2. – С. 108 – 110.

References

- 1 Bogoyavlenskaya D.B. (1981) Ways to creativity. – М.: Knowledge, 96 p.
- 2 Bodalev A.A. (1995) Personality and communication. – М.: International pedagogical academy, 328 p.
- 3 Sannikova O.P., Belousova R.V. (2001) The evaluation of the communicative creativity indices using the original technique. Science and education, № 6, p. 52-54.
- 4 Romek V.G. (1997) Self-confidence as a socio-psychological characteristic of the individual: **Dissertation abstract ... candidate of psychological sciences: 19.00.01.** – Rostov na-Donu: RGU, 17 p.
- 5 Khokhlova E.V. (2011) Self-confidence – a basic quality of the innovative personality. Young Scientist, № 6., V.2., p. 108-110.