

**Ірина Анатоліївна Василенко,**  
кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та диференціальної психології,  
Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського,  
вул. Фонтанська дорога, 4, м. Одеса, Україна

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСІБ З РІЗНИМ РІВНЕМ УПЕВНЕНОСТІ У СОБІ**

У статті приводяться результати емпіричного дослідження, спрямованого на вивчення особливостей комунікативної креативності осіб, які відрізняються упевненістю у собі. Встановлено відповідність між специфікою комунікативної креативності та рівнем упевненості у собі. Вибірку склали студенти фізико-математичного, художньо-графічного факультету та факультету фізичного виховання Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського. Усього в дослідженні взяло участь 65 чоловік віком від 18 до 25 років. Психодіагностичний комплекс склали: тест-опитувальник комунікативної креативності (О. П. Саннікова, Р. В. Белоусова), який діагностує вісім первинних показників комунікативної креативності і один вторинний інтегральний; «Тест впевненості в собі» (В. Г. Ромек). Методика упевненості в собі діагностує три первинні показники: загальну упевненість (це позитивна оцінка власних навичок і здібностей); соціальну сміливість (позитивне сприйняття спілкування, нових контактів і взаємин з людьми); ініціатива в контактах (схоже на соціальну сміливість, тільки «діяльніше»). Отримані результати кореляційного аналізу вказують на тісний прямий взаємозв'язок таких психологічних явищ, як комунікативна креативність та упевненість в собі. На основі якісного аналізу емпіричних даних встановлено як загальні риси, так і особливості комунікативної креативності осіб з різним рівнем упевненості у собі.

**Ключові слова:** комунікативна креативність, показники комунікативної креативності, рівні упевненості в собі.

**Постановка проблеми.** В умовах сьогодення у суспільства все гостріше виникає потреба в особистості, здатній сміливо розв'язувати складні соціальні та економічні проблеми, приймати самостійні рішення, бути впевненою у своїх силах, можливостях, здібностях. Формування саме такого суб'єкта життєдіяльності можливе лише за умов навчання і виховання, спрямованих на розвиток духовно та фізично здорового покоління, його ціннісного ставлення до себе, на розкриття індивідуальних можливостей кожної дитини.

На підставі вивчення феноменів творчості, творчого потенціалу, креативності багатьма дослідниками робиться висновок про те, що область креативних проявів охоплює всі основні сфери психічної активності людини. Дедалі більшого поширення набуває комплексний погляд на креативність: розглядається функціональна структура взаємодіючих когнітивних і особистісних складових творчої особистості, а також взаємозалежність індивіда і його оточення протягом усього процесу творчої діяльності. Отже, творчий потенціал людини виявляється також у сфері соціальних контактів, міжособистісної взаємодії [1].

Поняття «креативність» використовується для позначення творчих здібностей особистості. Виділяють ряд напрямків у вивченні феномена: когнітивні (Дж. П. Гілфорд, М. Рорбах, Т. І. Ронгинська та ін.); особистісні (К. Кокс, А. Маслоу, К. і Н. Роджерс, та ін.); синтезуючі (Д. Перкінс, Д. Б. Богоявленська, В. М. Дружинін, Н. В. Хазратова та ін.) [2].

У контексті континуального підходу О. П. Санніковою комунікативна креативність розгля-

дається як інтегральна багаторівнева властивість, що містить, як і будь-яка властивість особистості, формально-динамічні (динаміка протікання, індивідуальні властивості конституціонального характеру), якісні (суть психологічного феномену), змістовні (потребово-мотиваційні аспекти, пов'язані із спрямованістю особистості), імперативні або нормативні показники (соціально-культурні уявлення про зміст і способи вираження феномену, що вивчається). Комунікативна креативність як риса особистості сприяє творчому спілкуванню і забезпечує успішну взаємодію з іншими людьми. В структурі комунікативної креативності серед її формально-динамічних та якісних характеристик виділені та описані наступні показники: легкість у спілкуванні (Л), схильність до самопрезентації (Сп), схильність до незалежності (Н), конфліктність (К), емоційна стійкість у спілкуванні (ЕСс), схильність до маніпулювання (М), експресивність (Е), комунікативна компетентність (КК) [2].

Теоретико-методологічну основу дослідження склали: системний підхід (Б. Г. Ананьєв, Б. Ф. Ломов, В. П. Кузьмін, С. Л. Рубінштейн, К. Урбан); принцип взаємодії (Я. О. Пономарьов та ін); концептуальні положення психології творчості, креативності, соціальної психології творчості (В. І. Андреев, А. А. Бодальов, В. М. Дружинін, А. В. Карпов, І. Е. Стрелкова). Аналіз справжнього стану проблеми упевненості в психології свідчить про те, що в її розумінні існують деякі теоретичні розбіжності. Це обумовлено, в першу чергу, складністю і багатогранністю самого феномену, а також розкриттям і проявом його через інші поняття, такі як сміливість, рішучість, соромливість,

самооцінка, воля. Звідси і вільне використання поняття «упевненість» різними авторів. До них відноситься і упевненість як міра поведінки, і як вірогідна характеристика, пов'язана з оцінкою діяльності людини, і як стан, що в тій чи іншій мірі виражає риси вдачі людини, а також як стан, який виникає при оцінці результативності своїх дій і формуванні самооцінки по відношенню до своїх можливостей.

Подальший аналіз літератури показав, що в тому або іншому виді проблему упевненості в собі, довіри до себе і до своїх здібностей можна виявити в багатьох психологічних теоріях, які так або інакше стосуються психології особистості.

Проблема упевненості в собі притягувала увагу учених з кінця XIX століття. Її вивченням займалися А. Адлер, Р. Альберті, Е. Берн, В. Вендланд, У. Джеймс, Ф. Зімбардо, А. Лазарус, Е. Фромм, С. Шостром та ін.

У деяких напрямках психології упевненість в собі включається в блок особистих рис; визначені її функції в системі міжособистих взаємин; описана структура і умови її розвитку в онтогенезі; розроблені тренінги і методики її корекції (Б. Г. Ананьєв, В. Г. Ромек, Є. А. Серебрякова, Т. О. Смолева, та ін.).

Впевненість відносилася до певного теоретичного конструкту з арсеналу психології та трактувалася як: установка (Я. С. Прангішвілі); інтелектуальний стан (М. Н. Володарська), рівень напруги (Н. І. Наєнко); аспект стратегії власних дій в інтелектуальних іграх (Б. Б. Косів, А. В. Карпов). Тобто за допомогою терміна «впевненість» описувалися різні психічні явища [2; 3; 4].

Вітчизняні психологи в основному займалися вивченням упевненості студентів і школярів в собі і своїх знаннях у співвідношенні з успішністю. Але, незважаючи на розвиток досліджень цього феномена, потрібно відзначити, що вираженого підходу, певної школи у вивченні впевненості, а також чіткого і всіма прийнятого поняття впевненості як у вітчизняній, так і в зарубіжній психології не існує. Упевнена поведінка є найважливішим чинником успішної конкурентної боротьби, соціального просування. Упевненій в собі людині легко наводити вагомі аргументи і оспорювати аргументи суперника. Якщо людина задоволена собою, цінує себе як особистість, має позитивне самоприйняття, тоді людина активна в житті і насолоджується життям, суспільством, оточенням, новими місцями і речами, діє спонтанно, довіряє своїм судженням, добре адаптується в суспільстві.

Таким чином, впевненість дозволяє особистості активно розвиватися, що позитивно впливає на реалізацію впевнених форм поведінки і спілкування, вміння бачити в собі і оточуючих позитивні погляди на комунікативну креативність (Л. М. Мітіна). Отримані дані про необхідні умови формування впевненості свідчать, що дефіцит спілкування, одноманітність або відсутність соціальних зв'язків з боку соціального

середовища призводять до значних недоліків впевненості.

**Метою** даного повідомлення є висвітлення результатів емпіричного дослідження особливостей комунікативної креативності у осіб з різним рівнем упевненості у собі.

Емпіричне дослідження, спрямоване на вивчення особливостей комунікативної креативності осіб з різним рівнем упевненості в собі, включало три етапи: підготовчий, діагностичний, аналітичний. На підготовчому етапі здійснювалися пошук і відбір методик, сформована вибірка дослідження, визначено організаційні умови проведення дослідження (час, місце); на діагностичному етапі проведено заплановані вимірвальні процедури; на аналітико-інтерпретаційному етапі проводився аналіз отриманих результатів, їх інтерпретація та узагальнення.

**Методики дослідження.** Для діагностики комунікативної креативності нами обраний тест-опитувальник комунікативної креативності (О. П. Саннікова, Р. В. Белоусова), який діагностує вісім первинних показників комунікативної креативності і один вторинний інтегральний. Комунікативна креативність, яка представлена наступними показниками: легкість у спілкуванні (Л), схильність до самопрезентації (Сп), незалежність (Н), конфліктність (К), емоційна стійкість у спілкуванні (ЕСс), схильність до маніпулювання (М), експресивність (Е), комунікативна компетентність (КК), вторинний узагальнений (сумарний) показник – ЗПКК. Крім того у дослідженні задіяна методика: «Тест впевненості в собі». Методика упевненості в собі діагностує три первинні показники: загальна упевненість (це позитивна оцінка власних навичок і здібностей); соціальна сміливість (позитивне сприйняття спілкування, нових контактів і взаємин з людьми); ініціатива в контактах (схоже на соціальну сміливість, тільки «діяльніше») [2].

Вибірку склали студенти Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. Усього в дослідженні взяло участь 65 чоловік віком від 18 до 25 років. Обробка отриманих даних здійснювалася методами кількісного (за допомогою комп'ютерної програми SPSS 13.0 for Windows) та якісного (метод «профілів») аналізу. Для з'ясування статистичних зв'язків між показниками двох рядів означених явищ (комунікативною креативністю та упевненістю в собі), проведено кореляційний аналіз за методом К. Пірсона. Аналіз кореляцій показав наявність великої кількості значимих додатних зв'язків.

Показник комунікативної креативності Ккр (комунікативна креативність), Л (легкість в спілкуванні), додатно пов'язаний ( $p < 0.01$ ) з показниками ЗВс (загальна впевненість в собі), ССм (соціальна сміливість), Ініц в Ск (ініціативність в соціальних контактах). Показник Сп (схильність до самопрезентації) пов'язаний додатно на 5% рівні з показниками Уп в собі (упевненість в собі), Ініц в Ск (ініціативність в

соціальних контактах). Показник Н (незалежність), додатно пов'язаний ( $\rho < 0,01$ ) з показниками ЗВс (загальна впевненість в собі), ССм (соціальна сміливість). Показник К (конфліктність) пов'язаний додатно на 1% рівні з показниками Ініц в Ск (ініціативність в соціальних контактах), та позитивно пов'язаний ( $\rho < 0,05$ ) з показниками ЗВс (загальна впевненість в собі), ССм (соціальна сміливість). Показник Е (експресивність) додатно пов'язаний ( $\rho < 0,01$ ) з показниками ЗВс (загальна впевненість в собі) та Ініц в Ск (ініціативність в соціальних контактах). Показник КК (комунікативна компетентність) додатно пов'язаний ( $\rho < 0,01$ ) з показниками ЗВс (загальна впевненість в собі) та Ініц в Ск (ініціативність в соціальних контактах). УЗКК (вторинний узагальнений (сумарний показник) пов'язаний додатно на 1% рівні з показниками ЗВс (загальна впевненість в собі), ССм (соціальна сміливість), Ініц в Ск (ініціативність в соціальних контактах).

Встановлено, що загальний показник комунікативної креативності (ЗПКК) пов'язаний зі всіма компонентами впевненості в собі з коефіцієнтом кореляції на рівні  $\rho \leq 0,01$ , що свідчить про близькість цих властивостей та можливість їх співставлення. Таким чином, отримані результати кореляційного аналізу вказують на тісний прямий взаємозв'язок таких психологічних явищ, як комунікативна креативність та впевненість в собі.

На наступному етапі був наданий якісний аналіз зв'язків між показниками комунікативної креативності та впевненістю у собі. Основною метою даного етапу дослідження було встановлення специфіки комунікативної креативності в залежності від рівня впевненості у собі особистості. Так, за допомогою методу «асів», що дозволив виявити групи досліджуваних осіб, що належать до представників різних рівнів впевненості у собі: з високими (четвертий квартиль розподілу) і низькими (перший квартиль розподілу) значеннями показників, були сформовані окремі підвибірки за такими ознаками: Уп у собі (упевненість у собі), Нп у собі (непевненість у собі), Ссм (соціальна сміливість), Сб (соціальна боязкість), Ініц в Ск (ініціативність в соціальних контактах), П (пасивність). Особливості комунікативної креативності осіб з різним рівнем впевненості в собі були вивчені за допомогою методу «профільв».

Отже, комунікативна креативність *упевнених в собі осіб* характеризується, насамперед, вираженими показниками з боку незалежності, конфліктності та емоційної стійкості. Це особистості, які мають власну позицію та відстоюють свою точку зору. Вони ігнорують соціальні умовності та авторитети, схильні до авантюризму, ігнорують чужі судження, якщо вважають їх неправильними, мають загострене почуття справедливості. Такі особистості несхильні до обурення, вони вміють управляти власними емоціями, що свідчить про наявність емоційної зрілості, та проявляють наполегливість у досягненні меті. У них вияв-

лена достатня вираженість загального рівня комунікативної креативності, який виявляється у здатності встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми. Найменш вираженими показниками в профілі їх комунікативної креативності є комунікативна компетентність та конфліктність.

Комунікативна креативність *непевнених у собі осіб* характеризується покірністю, ригідністю, бажанням всім угодити, навіть на шкоду власним інтересам. Такі особи, в основному, керуються думкою оточуючих, не здатні відстоювати власну точку зору, слідуєть за більш сильними і легко засмучуються, бувають нестриманими, часто не можуть сконцентруватися і довести розпочату справу до кінця. У них виникають труднощі у налагодженні нових взаємовідносин.

Комунікативна креативність осіб з *високим рівнем соціальної сміливості* характеризується незалежністю від авторитетів, вони демонструють мінімальне підкорення соціальному впливу, виявляють наявність власної позиції, ігнорують чужі судження, якщо вважають їх неправильними. Мають загострене почуття справедливості, володіють прямолінійністю, полюбляють привнести щось особливе. Часто використовують конфлікти для розвитку ситуації та особистісного зростання. Схильні маніпулювати іншими людьми та вміють приховувати свої справжні наміри, щоб за допомогою відволікаючих маневрів добиватися своєї мети. Вміють знаходити підхід до людей, легко вступають в контакти з новими людьми, вміють ефективно та успішно виступати перед багаточисленною аудиторією, завжди можуть підтримати розмову, тобто вміють органічно вливатися у взаємодію, розвивати її хід. В аспекті емоційної зрілості така особистість незворушна, розсудлива, здатна керувати своїми емоціями. При необхідності вміє мобілізуватися і направити емоціональну енергію в потрібне русло, в реалізації задуманого проявляє наполегливість.

В групі осіб з високим рівнем *соціальної боязкості* комунікативна креативність характеризується покірністю, схильності до залежності та бажанням всім догодити, навіть на шкоду власним інтересам. Такі суб'єкти, в основному, керуються думкою оточуючих, не можуть відстоювати свою точку зору, слідуєть за більш авторитетними особами. Вони легко засмучуються, проявляють невротичні симптоми, бувають невтриманими, нетерплячими, часто не можуть зібратися і довести розпочату справу до кінця. У них виявлена складність спілкування, невміння влитися у вже існуючу групу.

Комунікативна креативність представників з *високим рівнем ініціативності в соціальних контактах* характеризується легкістю в спілкуванні та незалежністю. Такі особи легко вступають в контакти з новими людьми, вміють ефективно та успішно виступати перед багаточисленною аудиторією, завжди підтримують розмову і є душею компанії. Вони упевнені у власній здатності зрозуміти будь-яку людину, допитливі, проявляють відкритий інтерес до людей. Вміють

говорити відкрито і щиро. Характеризуються емоційною зрілістю особистості, розсудливі, здатні керувати своїми емоціями. При необхідності можуть мобілізуватися в реалізації задуманого та проявляють наполегливість

Комунікативна креативність представників з високим *рівнем пасивності* характеризується покірливістю, бажанням всім угодити, навіть на шкоду особистим прихильностям, нездатністю відстояти власну точку зору. Такі особи мають труднощі у спілкуванні та налагодженні нових контактів. Їм важко вступити в розмову, якщо вона була розпочата без них. Їм властиві одноманітність і невиразність емоцій та монотонність мовних засобів спілкування (інтонації, темпу, тону і т.д.). У них виявлений низький рівень комунікативної креативності, такі особи не реалізують власних креативних здібностей при вирішенні міжособистісних та соціальних завдань.

На основі якісного аналізу емпіричних даних встановлено як загальні риси, так і відмінності комунікативної креативності осіб з різним рівнем упевненості у собі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Богоявленская Д. Б. Пути к творчеству / Д. Б. Богоявленская. – М. : Знание, 1981. – 96 с.
2. 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.
3. Ромек В. Г. Уверенность в себе как социально-психологическая характеристика личности: автореф.

#### REFERENCES

1. Bogoiavlenskaia, D. B. (1981). *Puti k tvorcestvu [Ways to creativity]*. M.: Znanie [in Russian].
2. Sannikova, O. P. & Belousova, R. V. (2001). *Otsenka pokazatelei kommunikativnoi kreativnosti s pomoshchiu originalnoi metodiki [Communicative creativity performance evaluation using an original technique]*. *Nauka i osvita – Science and Education*, 6, 52-54 [in Ukrainian].
3. Romek, V. G. (1997). *Uverennost v sebe kak*

**Висновки.** 1. На основі емпіричного дослідження встановлено як загальні риси, так і специфіку комунікативної креативності у осіб з різним рівнем упевненості в собі. Отримані результати кореляційного аналізу вказують на тісний прямий взаємозв'язок таких психологічних явищ, як комунікативна креативність та упевненість у собі.

2. Встановлено, що у групі з високими показниками упевненості в собі комунікативна креативність сприяє нестандартному рішенню ситуацій, які виникають в спілкуванні та при взаємодії з іншими людьми. У групі з низькими показниками проявляються труднощі в спілкуванні та наявність низького рівня комунікативної компетентності. В цьому контексті упевненість в собі можна розглядати як один з важливих психологічних чинників комунікативної креативності, що є основою проявлення творчості в спілкуванні, пропозиції нових ідей й способів спілкування, спрямованих на забезпечення благополучної взаємодії з оточенням. Результати дослідження засвідчують, що представникам певного рівня упевненості у собі притаманні характерні особливості комунікативної креативності.

дис.на здобуття наук.ступеня канд. психол. наук: 19.00.01 «Загальна психологія, психологія особистості, історія психології» / В. Г. Ромек. – Ростов на Дону : РГУ, 1997. – 17 с.

4. Хохлова Е. В. Уверенность в себе – базовое качество инновационной личности / Е. В. Хохлова // Молодой ученый. – 2011. – № 6. – Т. 2. – С. 108–110.

sotsialno-psihologicheskaiia harakteristika lichnosti [Self-confidence as a socio-psychological characteristics of the individual]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Rostov na-Donu: RGU [in Russian].

4. Khokhlova, E. V. (2011). *Uverennost v sebe – bazovoe kachestvo innovatsionnoi lichnosti [Self-confidence – basic quality innovative personality]*. *Young Scientist*, 6, (Vol. 2), 108–110 [in Russian].

**Ірина Анатольевна Василенко**

кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и дифференциальной психологии, Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского, ул. Фонтанская дорога, 4, г. Одесса, Украина

#### ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ УВЕРЕННОСТИ В СЕБЕ

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. Проведенное исследование показало, что в группе с высокими показателями уверенности в себе коммуникативная креативность способствует нестандартному, нестандартному решению ситуаций, возникающих в общении, способствует генерации оригинальных идей и способов общения, выбора наиболее оптимальных стратегий поведения, решению проблем, возникших при взаимо-

действию с другими людьми. В группе с низкими показателями четко проявляются трудности в общении, поведение однообразно, низкий уровень коммуникативной компетентности. В этом контексте уверенность в себе личности 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 благополучного взаимодействия с окружением. Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что в двух группах отмечается прямое соответствие между уровнем коммуникативной креативности и уровнем уверенности в себе личности.

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

**Iryna Vasylenko,**

*PhD (Doctor Degree in Psychology), Associate Professor of  
General and Differential Psychology Department,  
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky,  
4, Fontanska Doroha St., Odesa, Ukraine*

### **PSYCHOLOGICAL PECULIARITIES OF INDIVIDUALS WITH DIFFERENT LEVELS OF SELF-CONFIDENCE**

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. Based on empirical research, the 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 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. The high level of communicative creativity manifests itself in the ability to establish and maintain the necessary contacts with other people, in the adequate knowledge and skills to ensure the success of communication. 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.). The results of the study show that in the two groups of subjects a direct correspondence between the level of communicative creativity and level of personality self-confidence is observed. Thus, our study showed that in the group with high levels of self-confidence communicative creativity promotes unconventional ways of coping with situations that arise in communication, helps to generate original ideas and modes of communication, choose optimal behavioral strategies, solutions to problems that arose during interaction with other people. In the low indices group difficulties in communication, behavior uniformity and the low level of communicative competence are clearly evident. In this context, the self-confidence of personality can be treated as an important psychological factor of communicative creativity that is the basic manifestation of creativity in communication, proposition of new ideas and methods of communication to ensure an effective interaction with the environment.

**Keywords:** communicative creativity, indices of communicative creativity, levels of self-confidence.

*Подано до редакції 13.08.2015*