
ОБЩИТЕЛЬНОСТЬ И КРЕАТИВНОСТЬ КАК КРИТЕРИИ АДАПТИРОВАННОСТИ ЛИЧНОСТИ¹

И.К. Шальнева, А.В. Дузькрягченко

Кафедра социальной и дифференциальной психологии
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198

В работе анализируются особенности общительности у студентов с различным уровнем креативности как критериев адаптированности личности.

Ключевые слова: креативность, общительность, адаптация, системно-функциональный подход.

В процессе адаптации происходит взаимоприспособление личности и среды, причем оба компонента могут качественно изменяться в зависимости от того, насколько социальная действительность и направленность личности соответствуют общепринятым ценностям. В качестве основного критерия адаптированности мы рассматриваем критерий степени интеграции личности и среды, которая в свою очередь зависит от уровня развития таких качеств личности, как общительность и креативность.

Исследование общительности в нашем эмпирическом исследовании проведено в рамках системно-функционального подхода к анализу свойств личности [2], с позиции которого общительность представляет собой целостное единство и взаимодействие различных по своей природе содержательно-смысловых (целевых, мотивационных, когнитивных и продуктивных) и операционально-стилевых (эмоциональных, динамических и регуляторно-волевых, рефлексивно-оценочных) характеристик.

Кроме того, в предлагаемом исследовании мы придерживаемся подходов, изучающих креативность в совокупности когнитивных и социально-личностных аспектов.

В эмпирическом исследовании приняло участие 150 студентов в возрасте от 18 до 23 лет, из них 90 девушек и 60 юношей. В качестве методик исследования были выбраны: тест суждений «Общительность» А.И. Крупнова, опросник Э. Шострома (адаптация Л.Я. Гозмана), Методика исследования социального интеллекта (тест Дж. Гилфорда, адаптированный Е.С. Михайловой), «Тест отдаленных ассоциаций» С. Медника, «Диагностика вербальной креативности» (А.Н. Воронина).

Статистической обработке были подвергнуты две группы испытуемых: с высокой и низкой креативностью.

В корреляционной структуре испытуемых с низкой креативностью существует 22 статистически значимые корреляции: 7 положительных и 15 отрицательных.

¹Исследование выполнено в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 гг.; Г/К 02.740.11.0377 от 20 июля 2009 г.

Исходным в структуре общительности как функциональной системе является установочно-целевой компонент. У низкокреативных испытуемых переменные данного компонента связаны с переменными инструментально-стилевого блока: личностно значимые цели общительности прямо связаны с эргичностью, а общественно значимые цели обратно связаны со стеничностью. Таким образом, цели, важные для самих испытуемых, реализуются посредством расширения круга контактов возможно большим разнообразием коммуникативных средств, а реализация социально полезных целей оказывается связана с наименьшим переживанием позитивных эмоций.

Для низкокреативных испытуемых спецификой корреляционной структуры общительности внутри содержательно-смыслового блока оказалась прямая связь переменных осведомленности и субъектности. Это означает, что чем более поверхностны представления этих студентов об общительности, тем больших результатов в сфере межличностных контактов они могут добиться с помощью общительности.

Внутри инструментально-стилевого блока специфика корреляционной структуры низкокреативных испытуемых проявилась в прямых связях гармонических переменных: эргичность и стеничность; и агармонических переменных: астеничность и аэргичность. Таким образом, переживание позитивных эмоций у низкокреативных испытуемых связано с широким кругом контактов и разнообразием в общении, а эмоции нижнего регистра сопряжены с ограничением числа лиц, с которыми испытуемые входят в контакт и сокращением разнообразия приемов в общении.

Большая часть корреляций в структуре общительности низкокреативных испытуемых относится к связям между переменными общительности и показателями креативности. Рассмотрим эти связи подробно и охарактеризуем их с содержательной стороны.

Эргичность общительности имеет прямую связь с предметностью общительности и обратную связь со способностью понимать внутренние мотивы поведения людей. Это означает, что чем больше целей в общении преследует испытуемый с низкой креативностью, чем больше он стремится таким образом достичь намеченного результата в какой-либо деятельности, тем с большим количеством людей он предпочитает проконтактировать. При этом, чем шире круг подобных контактов, тем меньше положительных эмоций начинает он испытывать и тем хуже понимает, чего именно хотят другие люди.

В свою очередь аэргичность общительности имеет у низкокреативных испытуемых прямую связь с эмоционально-личностными трудностями общительности, а также со способностью верно интерпретировать вербальную и невербальную экспрессию. На смысловом уровне это значит, что чем уже круг контактов и беднее арсенал коммуникативных средств у низкокреативных испытуемых, тем более выражены у них эмоционально-личностные трудности в общении и их неумение правильно интерпретировать невербальное поведение окружающих.

Стеничность общительности у низкокреативных испытуемых обратно связана с осмысленностью общительности, т.е. чем лучше они понимают, в чем именно

заключается эта черта личности, тем меньше позитивных переживаний они испытывают в коммуникации.

Субъектность общительности имеет у них обратную связь с астеничностью общительности, а также со способностью предсказывать последствия поведения.

Мы интерпретировали это следующим образом: чем больших результатов собираются достичь низкокреативные испытуемые с помощью своей общительности в личностной сфере (например, в устройстве личной жизни, саморазвитии, улучшении эмоционального состояния и т.п.), тем меньше неуверенности, смущения и тревоги они испытывают в общении и хуже просчитывают возможные варианты развития событий.

Эгоцентричность общительности у низкокреативных испытуемых имеет обратную связь с интернальностью общительности и экспертной оценкой креативности. Это означает, что чем больше побуждают такого человека к общению личностно значимые мотивы (например, желание развлечься и повеселиться, стремление избежать одиночества, стремление раскрыть свои возможности и способности и т.п.), тем меньше он убежден, что исход общения напрямую зависит от него самого: скорее всего, такой человек станет проявлять в коммуникации менее творческий подход.

Оценка креативности по Шострому имеет обратную корреляцию со способностью понимать внутренние мотивы людей и логику развития сложных ситуаций межличностного взаимодействия, а также с суммарной оценкой социального интеллекта низкокреативных испытуемых. Последняя обратно связана также с экспертной оценкой креативности. В общем случае это означает, что чем более нестандартно проявляют себя низкокреативные испытуемые, тем меньше это имеет отношение к коммуникативной компетентности. Получается, что подобная оригинальность общения идет вразрез с логикой развития коммуникативной ситуации, оказывается не адекватной данному социальному контексту и не способствует достижению результатов в учебе, работе, взаимоотношениях с другими людьми. Как показало наше исследование, чем больше уникальность реакций низкокреативных испытуемых, тем больше у них возникает эмоционально-личностных трудностей в общении.

Далее был проведен анализ связей показателей креативности, социального интеллекта и общительности, специфичных для испытуемых с высокой креативностью. В корреляционной структуре испытуемых с высокой креативностью анализируемые переменные оказались более тесно связанными друг с другом. Мы установили, что существует 48 специфичных для них статистически значимых корреляций: 30 положительных и 18 отрицательных.

Для высококреативных испытуемых спецификой корреляционной структуры общительности внутри содержательно-смыслового блока оказалась обратная связь переменной эгоцентричность с переменными: социоцентричность и предметность. Это означает, что чем меньше этих испытуемых мотивируют к общению их личные мотивы, тем больше оказываются для них значимы социально полезные интересы и результативность данной коммуникации в контексте решения поставленных задач в предметной сфере.

Внутри инструментально-стилевого блока специфика корреляционной структуры высококреативных испытуемых проявилась в прямых связях переменной стеничности с переменной аэргичности и обратных — с переменными астеничности и экстернальности. Кроме того, специфичной в данном блоке оказалась также обратная связь астеничности и интернальности. С содержательной стороны указанные связи означают, что высококреативные испытуемые испытывают тем больше положительных эмоций в общении с окружающими, чем уже круг контактов и чем в большей степени успех коммуникации они приписывают себе, а не внешним обстоятельствам.

Как и у первой группы испытуемых, большая часть корреляций в структуре общительности высококреативных испытуемых данной группы относится к связям между переменными различных блоков, а также между переменными общительности и показателями креативности. Рассмотрим и проинтерпретируем эти связи.

Наиболее связанной с остальными показателями у испытуемых с высокой креативностью оказалась беглость по Меднику (11 корреляций) и экспертная оценка креативности (10 корреляций). Беглость у них обратно связана с операциональными трудностями общительности и прямо связана с уникальностью ответов по Меднику, креативностью по Шострому и всеми способностями социального интеллекта, включая его суммарную оценку, а также с такими переменными общительности, как социоцентричность, предметность и стеничность. Креативность по Шострому у высококреативных испытуемых имеет прямую связь с уникальностью по Меднику, пониманием вербальной и невербальной экспрессии, пониманием логики развития сложных ситуаций межличностного взаимодействия, социоцентричностью, предметностью, стеничностью общительности и обратную связь — с экстернальностью, операциональными и эмоционально-личностными трудностями общительности.

Уникальность по Меднику прямо связана у высококреативных испытуемых с экспертной оценкой креативности, социоцентричностью, аэргичностью и стеничностью общительности и обратно связана с эмоционально-личностными трудностями общительности. Другими словами, чем в большей степени испытуемые данной группы способны находить уникальные решения, тем более они ориентированы на общественные интересы, получают от общения больше позитивных впечатлений, тем с более узким кругом наиболее близких людей общаются и тем меньше они склонны испытывать различного рода социальные страхи и неуверенность в себе.

Эмоционально-личностные трудности общительности у высококреативных испытуемых обратно связаны со способностью адекватно интерпретировать вербальную и невербальную экспрессию, а также с аэргичностью общительности. Это означает, что чем лучше такой человек считывает метасообщения окружающих и чем уже круг его контактов, тем меньше он испытывает смущение, застенчивость и различные страхи в общении с людьми.

Операциональные трудности общительности у них связаны с оригинальностью по Меднику и способностью улавливать нюансы значений того, что говорят

окружающие, в зависимости от смены ситуационных контекстов, т.е. чем оригинальней подход и тоньше калибровка, тем меньше сложностей в общении, связанных со степенью развитости коммуникативных навыков.

Социоцентричность общительности у высококреативных испытуемых прямо связана с их способностью понимать логику развития сложных ситуаций межличностного взаимодействия и предвидеть дальнейшее поведение окружающих, а также с общим показателем социального интеллекта. Таким образом, чем более выражена у них просоциальная ориентация, тем в большей степени развита социальная компетентность.

Умение грамотно ориентироваться в невербальном поведении у представителей данной группы обратно связано с астеничностью общительности и прямо связано со способностью понимать изменение значения сходных вербальных реакций человека в зависимости от контекста вызвавшей их ситуации, а также с экспертной оценкой креативности и стеничностью общительности. Способность понимать логику развития ситуаций взаимодействия и значение поведения людей в этих ситуациях прямо связана с экспертной оценкой креативности и личностно значимыми целями общительности. А общий показатель социального интеллекта имеет прямую связь с предметностью и обратную — с эгоцентричностью общительности, в то время как способность предвидеть дальнейшие поступки людей обратно связана с эргичностью общительности. Обобщая эти данные, мы можем сказать, что социальная компетентность у высококреативных испытуемых в целом тем выше, чем более выражены различные компоненты креативности и чем более социально полезным делом занят творческий человек. Подобная эффективность оказывается возможной в условиях, когда круг контактов ограничен. В противоположном случае в прогнозах на дальнейшее развитие событий становится все больше неточностей.

Интернальность общительности у высококреативных испытуемых обратно связана с осмысленностью, т.е. чем больше они считают себя ответственными за коммуникацию, тем меньше они разделяют принятое представление о том, что такое общительность. Можно предположить, что чем больше творчества и нестандартности они привносят в общение, тем свободнее и комфортнее чувствуют себя в нем.

Обобщая материал, мы хотели бы отметить, что сделанные нами в результате корреляционного анализа выводы уточняют специфику, выявленную уже на уровне количественного анализа. И если на уровне сравнительного анализа выраженности переменных общительности выявленные различия практически в равной мере проявляются как в содержательно-смысловом, так и в инструментально-стилевом аспектах, то на уровне анализа структур уже наблюдается некоторое преобладание различий внутри инструментально-стилевого блока.

В целом можно утверждать, что если для высококреативных испытуемых их оригинальность и творческий подход оказываются подспорьем в социальной адаптации, то нестандартные решения низкокреативных испытуемых приводят их к различного рода эмоционально-личностным трудностям. И если разнообразие творческих ходов у первых сопряжено с переживанием неповторимости, соци-

альной компетентности, радости быть среди людей, большей ориентацией на интересы окружающих, то оригинальность вторых часто идет вразрез с логикой развития коммуникативной ситуации, бывает не вполне адекватна социальному контексту и не способствуют достижению намеченных результатов.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Ананьев Б.Г.* О соотношении способностей и одаренности // Проблемы способностей. — М., 1962.
- [2] Диагностика уровня развития самоактуализации личности: Практикум / Под ред. Г.С. Никифорова, М.А. Дмитриевой, В.М. Сметкова. — М., 2003.
- [3] *Зотова О.И., Кряжева И.К.* Некоторые аспекты социально-психологической адаптации личности // Психологические механизмы регуляции социальным поведением. — М.: Наука, 1979.
- [4] *Крупнов А.И.* Системная диагностика и коррекция общительности: Монография. — М.: РУДН, 2007.

SOCIABILITY AND CREATIVITY AS CRITERIA OF ADAPTEDNESS OF THE PERSON

I.K. Schalneva, A.V. Duskrjatchenko

Chair of social and differential psychology
The Russian university of friendship of the people
Mikluho-Maklaja str., 6, Moscow, Russia, 117198

In work features of sociability at students with various level of creativity as criteria of adaptedness of the person are analyzed.

Key words: creativity, sociability, adaptation, the systemic-functional approach.