

Взаємозв'язок уявлень студентів про життєвий успіх з їх особистісною креативністю.

В статті викладено результати емпіричного дослідження змістових характеристик структурних складових образу соціально успішної людини на вибірці студентської молоді. Доводиться, що домінуючим компонентом цього образу є група особистісних властивостей, які характеризують підприємливість людини. Показано, що існує кореляційний зв'язок між підприємливістю та «схильністю до ризику» як показником особистісної креативності.

Ключові слова: образ соціально успішної людини, структурні складові образу соціально успішної людини, підприємливість, особливості творчої особистості, особистісна креативність, «схильність до ризику».

Актуальність проблеми.

Дослідження успіху людини як однієї з провідних цінностей людини стало традицією не тільки зарубіжної, але й вітчизняної психології. Успіх людини як позитивний результат її діяльності, що спрямована на досягнення значимих для неї цілей, забезпечує її саморозвиток, є сильним фактором самореалізації особистості.

Прагнення до отримання позитивних результатів діяльності по досягненню значимих для людини цілей, що відображають соціальні орієнтири суспільства, є природнім для людської істоти і таким, що впливає із самої сутності людини. Реалізація цього прагнення є засобом і одночасно продуктом розвитку як суспільства, так и людини, засобом їх відтворення і зміни. Саме тому проблема соціально успішної людини є вельми актуальною.

Активна поведінка людини, яка орієнтована на успіх, виявляється у всіх сферах життєдіяльності особистості, і тому її можна визначити як високо генералізовану якість.

Формування особистості, що орієнтується на успіх, відбувається в процесі соціалізації через агентів цього процесу- сім'ю, соціальні інститути. Диспозиції до досягнення успіху залежать не тільки від групових впливів, але й визначається багатьма особистісними її факторами: здібностями, ціннісними орієнтаціями, особливостями когнітивної, емоційно-ціннісної та потребово-мотиваційної сфери. Актуальним в зв'язку з цим стає дослідження особливостей уявлень про соціально успішну людину як фактору соціалізації особистості. Однією із сторін соціалізації особистості є розвиток її креативності.

Об'єкт дослідження: уявлення особистості про соціально успішну людину.

Предмет дослідження: зв'язок уявлень студентської молоді про соціально успішну людину з їх особистісною креативністю.

Мета дослідження:

Здійснити дослідження структури образу соціально успішної людини в уявленнях студентської молоді та визначити їх зв'язок з особливостями особистісної креативності.

Ступінь розробки проблеми.

Проблема успіху цікавила людей ще з давнини. Соціальна орієнтація на успіх найбільш яскраво проявилась в таких історичних формах як: агона у стародавніх греків і в протестантській трудовій етиці, одним із яскравих втілень якої стала американська трудова культура. «Грецьке чудо» пояснюється науковцями орієнтацією стародавніх греків на успіх, який розумівся греками як позитивні результати не тільки в справах життєво важливих, але й у таких, що не зумовлюються прямою необхідністю. «Агональний» тип особистості, який виникає в атмосфері змагальності на основі прагнень до успіху, орієнтовано на розкриття творчого потенціалу, високий рівень втілення здібностей, ефективність у досягненнях, перемог у змаганнях. Орієнтація грека на суперництво не підпорядковувалась раціональним або утилітарним міркуванням, а була пов'язана з демонстрацією майстерності.

Ідею «успіху» в американській культурі було сформульовано в контексті психологічного феномену «американська мрія». Цей феномен втілює систему таких якостей як підприємливість, працездатність, дисциплінованість, незалежність, схильність до ризику, практицизм, раціоналізм, самостійність та інші, які характеризують особистість як суб'єкта економічної діяльності. Такій особистості притаманна орієнтація на досягнення, що асоціюються з індивідуальним успіхом, з образом «людини, яка зробила саму себе».

Соціально-психологічні механізми формування установки на успіх в 50-х рр. найбільш досліджувались Д.Мак-Клелландом. В 70-80-х рр. формулу успіху «індивідуалізований успіх через змагання» було замінено на іншу – «особистий успіх через кооперацію».

Існують два напрями, в рамках яких аналізуються механізми успішної діяльності людини. Перший напрям – це біологічно орієнтовані теорії обдарованості, автори яких вважають причини успіху людини в індивідуальних біологічних особливостях: інтелект, духовне оволодіння значимими для особистості сферами. Так, американські психологи, прибічники цього напрямку, на основі аналізу співвідношення між досягнутим результатом, силою мотиву і обдарованістю, стверджують, що досягнення успіху є не питанням мотивації або старанності, а відмінностей у здібностях, знаннях, уміннях, навичках тощо.

Другий напрям - це концепція мотивації досягнень. Мотивація досягнень в психології визначається по-різному: як прагнення реалізувати якнайбільше власні здібності і зусилля у досягненні успіху (Ф.Мак-Клелланд); як здатність відчувати гордість за свою працездатність при успіху (Дж.Аткінсон); як прагнення зменшити існуючу невизначеність (В.У.Майер); як прагнення

отримати якомога більше інформації про себе. Х.Хекхаузен визначає мотивацію досягнень по-різному: це й когнітивна диспозиція, це й індивідуально-специфічні способи функціонування процесів мотивації, які розуміються як інформаційний процес і «система оцінки».

В 50-х рр. Дж.Аткінсон визначив існування в структурі мотивації досягнення мотиву прагнення до успіху і мотиву уникнення неуспіху. Активність особистості розумілась як результат цих двох протилежних мотиваційних тенденцій. Ідеї Дж.Аткінсона використано в подальших дослідженнях мотивації досягнення.

Проблема успіху вивчалась в школі К.Левіна з точки зору взаємозв'язку з рівнем досягнень, самооцінкою і рівнем домагань. Про взаємозв'язок між самооцінкою, рівнем домагань і успіхом писав також У.Джемс. Відомою є його формула самоповаги, в якій чисельник виражає активний успіх особистості, а знаменник- домагання. Поняття рівня домагань зайняло важливе місце також в дослідженні мотивації.

В дослідженнях американського психолога Т.Роттера успішність особистості пов'язується з локусом контролю, який розуміється як схильність особистості бачити джерело управління своїм життям або у зовнішньому середовищі, або в самій собі. У першому випадку йдеться про екстернільність контролю, в другому – про інтернальність. Т.Роттер вважав, що інтернальність і екстернальність локусу контролю є стійкими властивостями особистості, які формуються в процесі соціалізації. Він показав також, що результат діяльності особистості стає успіхом в точному сенсі цього слова тоді, коли він приписується особистим зусиллям індивіда.

Отже, в психології успішність діяльності особистості досліджується в різних напрямках а також в залежності від багатьох її індивідуально-психологічних особливостей: від ступені розвитку когнітивної, афективно-вольової та мотиваційно-ціннісної сфери, від рівня самооцінки, рівня домагань, від інтернальності та екстернальності локусу контролю, від системи ціннісних орієнтацій, від комунікативних навичок, від здатності до самоствердження. Це не дивно, бо соціальна успішність людини є складним конструктом, який відображає високо генералізовану якість особистості, тому є важливим дослідження її зв'язків з різними сторонами дійсності.

Не дивлячись на те, що проблема соціальної успішності в психології розглядається давно і досліджується в зв'язку з різними сторонами особистості, залишається недостатньо з'ясованим питання зв'язку соціальної успішності особистості з її творчими особливостями. Саме тому воно стало предметом уваги нашого дослідження.

Організація емпіричного дослідження.

В організації дослідження ми керувались тим, що феномен образу успішної людини є багатоманітним, складним, що зумовлює його функціонування через безліч взаємопов'язаних елементів. Складність феномену, що вивчається, ставить питання визначення його структурних складових.

Визначення структурних складових досліджуваного феномену є важливим питанням науки. Теорія та методологія дослідження структури психічних феноменів характеризується багатоманітністю поглядів вчених на це питання. Існування великої чисельності концепцій структури психологічних феноменів свідчить про складність цієї проблеми. Розглядаючи питання виділення структурних одиниць в аналізі психічних явищ, С.Д.Максименко наголошує на тому, що структурні одиниці повинні відповідати наступним вимогам: одиниця повинна бути специфічною і самостійною, але існувати і розвиватись вона буде в складі цілісності; в ній повинна відображатись вся цілісність в її реальній єдності, але відображатись «поглиблено-спрощено» у вигляді сутнісного протиріччя; дана одиниця не є схожою на «будівельний блок» - вона динамічна і здатна як до власного розвитку, так і до гармонійної участі у становленні цілісності; одиниця повинна відображати певний сутнісний ракурс існування цілісності і відповідати всім сутнісним ознакам цієї цілісності [1, С.139]

Отже, структурна цілісність психологічного феномену створюється в результаті особливостей взаємозв'язку і взаємовідносин елементів його структури між собою. В цьому відношенні важливим питанням у дослідженні образу соціально успішної людини є проблема визначення структурних складових цього образу а також дослідження взаємозв'язку між структурними компонентами. Особливості образу соціально успішної людини, його функції визначаються змістовими характеристиками його структурних компонентів та певним способом взаємозв'язку між ними. Індикатором образу соціально успішної людини як цілісності є домінуючий компонент в системному зв'язку його структурних компонентів, він же визначає тенденції його розвитку.

Виходячи з того, що реальну структуру будь-якого психологічного феномену можна виявити лише експериментально (С.Д.Максименко), ми передбачили здійснення емпіричного дослідження особливостей образу соціально успішної людини, поклавши в його основу структурно-функціональну модель, яку було побудовано на основі аналізу уявлень студентів про якості, які властиві соціально успішній людині.

Задачі дослідження:

- 1.Визначити структурні складові образу соціально успішної людини та проаналізувати їх зміст.
- 2.З'ясувати взаємозв'язок структурних компонентів образу соціально успішної людини та визначити в ньому домінуючий компонент.

3. Проаналізувати особливості особистісної креативності студентської молоді. Встановити зв'язок отриманих даних з результатами дослідження особливостей образу соціально успішної людини.

Дослідження проводилось на **вибірці**, яку склали 60 студентів третього курсу Чернігівського державного технічного університету факультету соціальної роботи. Вік досліджуваних 19-20 років, з яких 38 жіночої і 22 чоловічої статі.

З метою визначення структури образу соціально успішної людини було використано такі методики: методика М.М.Пейсахова «Уявлення про соціально успішну людину»; розроблена нами анкета «Що означає для Вас життєвий успіх?». Для визначення особливостей особистісної креативності студентів застосовувалась методика Є.Є.Тунік. [6] Згідно з побудованою нами програмою емпіричне дослідження проводилось у декілька етапів.

Перший етап здійснювався із застосуванням опитувальника: «Що означає для Вас життєвий успіх?». Студентам пропонувалось проранжувати за ступенем значущості (розподілити за місцями: 1-е, 2-е, 3-е ... до 9-го) наступні 9 факторів, які можуть забезпечити їм успіх в житті: мати високу, престижну посаду; мати хороше матеріальне забезпечення; займатися улюбленою справою; домагатись суспільного визнання, високих нагород; стати майстром своєї справи; жити, як хочеться, спокійно і весело; бути потрібним людям; мати хороших друзів; випадок, удача.

Цей етап дослідження був спрямований на осмислення студентами поставленої нами проблеми, що потрібно було для сприяння автентичності відповідей наших респондентів на тести, які пропонувались їм на наступних етапах.

На другому етапі дослідження було застосовано тест М.М. Пейсахова «Уявлення про соціальну успішність», який містить 80 речень, що характеризують позитивні якості людей. Застосування цієї методики було розраховано на те, щоб отримати якнайбільше інформації про складові образу соціально успішної людини, обсяг якої дозволяв би адекватніше описати його характеристики.

Респондентам пропонувалось відмітити ті якості, які, на їх думку, характеризують соціально успішну людину. За нашим припущенням, отримані відповіді дадуть можливість виявити ядерні та периферійні ознаки структури образу соціально успішної людини у студентської молоді.

На третьому етапі, на якому було передбачено з'ясування взаємозв'язку особливостей особистісної креативності та уявлень про соціально успішну людину студентської молоді, досліджувались особливості особистісної креативності (застосовувалась методика Є.Є.Тунік). Результати порівнювались з даними структурних характеристик образу соціально успішності людини, які було отримано на попередньому етапі.

Результати дослідження.

Аналіз даних, що отримано за опитувальником «Що означає для Вас «життєвий успіх?» показав, що більшість студентів вважають, що успіх людини залежить від самої особистості, від її активності. Про це свідчать показники ранжування перерахованих в анкеті факторів. Так, 55,5% респондентів на перше місце за значущістю поставили такий фактор як «займатись улюбленою справою». Це підтверджується також тим, що останнє місце респонденти відвели фактору «випадок, удача» (55,0%), а 42,2% респондентів відкидають такий фактор як «жити як хочеться, спокійно і весело». Цікавим є те, що фактор «суспільне визнання, високі нагороди» у 45,0% досліджуваних займає останні три місця за рейтингом. Це можна пояснити недостатньо високим престижем нагород в суспільній думці країни. Так само можна сказати про такий фактор як « висока престижна посада», якому 45% опитуваних студентів відвели три останніх місця. Слід відмітити, що 37,5% опитуваних на перше місце серед факторів, що визначають життєвий успіх, поставили «матеріальну забезпеченість». Велике значення студенти надають також факторам «бути потрібним людям» та «мати хороших друзів», яким відвели друге і третє місце 37,5% опитуваних. Відповіді на питання щодо розуміння студентами феномену «соціальна успішність» показали, що зміст цього поняття лежить в площині сучасного соціально-економічного простору українського суспільства, про що засвідчує те, що більшість студентів пов'язують ознаки соціально успішної людини з високим статусом в суспільстві, високим рівнем досягнень та налагодженістю життям.

Отже, виявлені характеристики соціальних уявлень про успішну людину у студентської молоді відображають змінену соціально-економічну ситуацію в Україні, яка впливає на систему уявлень людини. Про це засвідчує переважання в уявленнях про успішність таких якостей особистості, які детерміновані умовами ринкової економіки.

Наступним кроком нашого дослідження було виявлення конкретних характеристик соціально успішної людини в уявленнях студентів. З цією метою було застосовано тест « Уявлення про соціальну успішність» М.М.Пейсахова, в якому пропонується 80 різних особистісних якостей, серед яких студенти повинні вибрати якості, які, на їх думку, властиві соціально успішній людині.

Аналіз отриманих даних здійснювався на основі принципів, запозичених із контент-аналізу, а саме: всі названі характеристики образу соціально успішної людини ми розподілили за групами, що дало можливість здійснити змістовий аналіз цього образу а також зробити порівняльний аналіз його структури з особливостями особистісної креативності респондентів. Ступінь виявлення особистісних якостей визначалась нами частотою, з якою називалась та чи інша якість, а також рангом, який вона отримала в ряду інших.

В результаті обробки даних, отриманих за допомогою названої методики, ми отримали 48 різних особистісних характеристик, які ми згрупували так.

I група – характеристики, які ми віднесли до групи моральнісних якостей. Сюди ввійшли наступні якості: ввічливість, турбота про інших людей, щирість, готовність відкликатись на чужі нужди, співчуття, тактовність, терпимість, емпатійність, доброзичливість, привітливність, відповідальність, добросовісність, порядність, чесність.

II група – характеристики особистості, які ми віднесли до групи комунікативних якостей. До цієї групи ми віднесли такі якості: колективізм, привабливість, комунікативність, обов'язковість, відвертість, справедливість, сумісність, доброзичливість, інтелігентність, самокритичність, урівноваженість,

III група – особистісні характеристики, які ми віднесли до групи якостей підприємливості. До цієї групи ми віднесли такі якості як активність, сміливість, твердість (вміння відстояти свою точку зору), упевненість, енергійність, ентузіазм, рішучість, ініціативність, настирливість, принциповість, самостійність, цілеспрямованість.

IV група – характеристики особистості, які стосуються емоційного інтелекту. До цієї групи ми віднесли такі якості як оптимізм, бадьорість, веселість, хоробрість, свободолюбство, захопленість, задоволеність, життєрадісність, стриманість, холоднокрівність.

Визначені нами групи характеристик відображають цілісну структуру образу соціально успішної людини в уявленнях студентів. Оцінка цього образу здійснювалась за характеристикою змісту тієї чи іншої групи якостей, а також за ступенем виявлення тієї чи іншої групи якостей і місця, яке відводилось їй в цілісній структурі образу.

В результаті обробки даних ми отримали наступні результати. Загалом, респонденти назвали виділені якості за чотирма групами 1005 раз, які розподілились наступним чином: 249 раз (24,8%) було відмічено характеристики, що об'єднано в групу моральних якостей; 231 раз (23,0%) респонденти назвали характеристики, які об'єднано в групу комунікативних якостей; 297 раз (29,5%) студенти назвали характеристики, що об'єднано в групу якостей підприємливості; 228 раз (22,7%) було названо характеристики, які відображають емоційний інтелект.

Отже, ми отримали характеристики структурних складових образу соціально успішної людини в уявленнях студентів, в якому домінуюче місце займає група якостей підприємливості, що відображено на таблиці № 1

Таблиця № 1.

Образ соціально успішної людини в уявленнях студентів

--	--	--

Групи якостей	N	%
I. характеристики моральних якостей	249	24,8
II. характеристики комунікативних якостей	231	23,0
III. характеристики якостей підприємливості	297	29,5
III. характеристики емоційного інтелекту	228	22,7

Як свідчать дані таблиці, загальна ідея, яка об'єднує уявлення студентів про соціальний успіх, полягає у розумінні різнобічності категорії успішності. Образ соціально успішної людини наділяється багатьма рисами, які об'єднуються в єдину систему домінуючими (системотворчими) характеристиками. Як відображено на таблиці, домінуючою групою характеристик соціально успішної людини є група якостей підприємливості особистості, які складають майже третину тих якостей, які в уявленнях студентів характеризують образ соціально успішної людини. Найбільше з цієї групи студенти вказують на такі якості, як активність, ініціативність, цілеспрямованість, енергійність, рішучість, принциповість, впевненість. Ці якості є ядерними в структурі даної групи характеристик. Ядерні характеристики визначались частотою визначення їх в уявленнях студентів і як такі, що відображають сутність феномену, який відображається. Саме ці якості є найближчими до тих в інших групах якостей, які найбільш сприяють об'єднанню різних характеристик в єдиний образ. Можна сказати, що ядерні властивості у виділених нами групах, виконують функцію об'єднання особистісних властивостей в уявленнях студентів в єдиний образ.

В дослідженнях психології типів особистості на основі аналізу психологічних особливостей підприємництва і підприємливості визначено структурно-функціональну модель підприємницького типу особистості як соціального типу особистості ринкової економіки з такими диспозиціями як: ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність. [4, С.188-194] Наше дослідження показало, що в структурі образу соціально успішної людини якості підприємливості є системотворчими. Це означає, що якості особистості, що визначені за іншими групами характеристик так чи інакше забарвлюються

ними, а також «працюють» на загальний образ соціально успішної людини в єдності з домінуючими якостями підприємливості.

Так, якщо проаналізувати групу моральних якостей в уявленнях студентів, то слід звернути увагу на те, що студенти найбільш відмітили такі якості, як відповідальність, правдивість, тактовність, терпимість, тобто ті, що є обов'язковими для виявлення підприємливості. Тому ми виділили ці якості як ядерні в групі моральнісних характеристик. Саме ці якості є найближчими до домінуючої групи якостей в структурі образу соціально успішної людини і завдяки цьому об'єднуються з іншими структурними характеристиками в єдиний образ.

Аналіз групи комунікативних характеристик також підтвердив наше припущення щодо підпорядкування цієї групи якостей домінуючому компоненту в структурі образу соціально успішної людини. Так, більшість студентів виділили такі властивості як обов'язковість (дотримуватись слова), комунікативність, вимогливість, сумісність, інтелігентність, врівноваженість, самокритичність. Не важко помітити, що ці властивості є необхідною складовою такого конструкту як підприємливість. Саме через ці особистісні риси комунікативні характеристики стають характеристиками підприємливого типу особистості.

Як відомо, велику регулятивну силу по відношенню до особистості має емоційний інтелект. Емоції і почуття виконують регулюючу функцію у відносинах між людьми, зумовлюють готовність діяти певним чином по відношенню до тих чи інших людей. Емоційний інтелект - це здатність людини усвідомлювати власні емоції, контролювати їх, давати їм оцінку, розуміти зв'язки між емоцією і тими факторами, які їх викликають, а також розуміти наслідки дії самих емоцій. Важливою проблемою є управління емоціями, яка полягає у знаходженні тієї міри, яка дозволяла б людині дотримуватись норм виявлення емоцій, а також використовувати емоції як спосіб регулювання міжособистісних стосунків. Вирішення цієї проблеми лежить у площині рівня емоційного інтелекту людини, який визначається її здатністю усвідомлювати емоції, розпізнавати власні емоції, вмінням оволодівати емоціями, розуміти емоції інших людей. Відомий психолог, професор Гарвардського університету Д. Гольман обґрунтував свою позицію, згідно з якою велика революція XXI ст. полягає у реванші почуття над інтелектом. Якщо раніше мірилом здатності людини до успіхів був коефіцієнт інтелекту ІГ, то зараз він поступається емоційному інтелекту ЕГ – здатності особистості контролювати свої емоції, бути спокійним та оптимістичним. Коефіцієнт ЕГ став новим ключем до успіху: «З хорошим ІГ вас візьмуть на роботу, а з хорошим ЕГ – просунуть по службі»

Аналіз даних щодо характеристик групи властивостей емоційного інтелекту в уявленнях студентів про соціально успішну людину показав, що в них переважають такі якості: «бадьорість», «життєрадісність», «оптимістичність», «задоволеність», «врівноваженість», «небайдужість», «натхненність». Мало респондентів вказали на такі якості, як веселість,

душевність, ніжність, сердечність. Ніхто не вказав на такі якості, як сором'язливість, схвильованість, жалісність. На підставі цього можна зробити висновок, що і в групі якостей, які визначають емоційний інтелект, значимі для соціально успішної людини визнаються особистісні риси, які є необхідними для людини підприємливої.

Отже, аналіз змістових характеристик структурних складових образу соціально успішної людини а також співвідношення цих складових в уявленнях студентів засвідчив, що образ соціально успішної людини в уявленнях студентів відповідає соціальному типу особистості ринкової економіки, а саме, типу людини підприємливої.

Наступним завданням емпіричного дослідження було визначення особливостей особистісної креативності у студентів і порівняння їх з отриманими даними щодо образу соціально успішної людини.

Креативність ми розглядаємо як творчі можливості людини, які виявляються не тільки у мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності, але й характеризують особистість в цілому. М.О.Холодна визначає креативність як здатність породжувати чисельність різнорідних оригінальних ідей в нерегламентованих умовах діяльності. [7, С.226]

Креативність особистості як складний конструкт має багато визначень в залежності від ракурсу, в якому вона вивчається. У вузькому значенні слова креативність – це дивергентне мислення, відмінною рисою якого є різноплановість і варіативність пошуку різних, однаково вірних рішень стосовно тієї самої ситуації (М.О.Холодна). Креативність в широкому смислі слова – це творчі інтелектуальні здібності, зокрема й здатність привносити дещо нове у досвід (Ф.Баррон), здібності породжувати оригінальні ідеї в умовах розв'язання або постановки нових проблем (М.Уаллах), здатність усвідомлювати проблеми і протиріччя, а також формулювати гіпотези відносно елементів ситуації, яких не вистачає (Є.Торренс), здатність відмовлятися від стереотипних способів мислення (Дж.Гілфорд).

Поняття креативність застосовується нами як характеристика особистості, як генералізована якість людини, яка означає іновачійність її діяльності , і тому воно використовується нами як тотожне поняттю «творчість». Креативність як особистісна характеристика має чисельність якостей, які виявляються в індивідуальних проявах креативності. В зв'язку з цим важливим питанням дослідження особистісної креативності є групування якостей особистості у певні структурні компоненти єдиної цілісності.

Для визначення особистісної креативності нами застосовано методіку Є.Є.Тунік, яка дозволяє визначити чотири фактори, які корелюють з творчими особливостями особистості: допитливість (Д), уява (У), складність (С), схильність до ризику (Р). Методика являє собою тест, в якому досліджуваним пропонується відмітити один із варіантів (так, частково так, ні, не знаю)

відповіді на 50 питань. В оцінці даних опитувальника використовується ключ, за яким визначаються чотири фактори: допитливість, уява, складність, схильність до ризику, які характеризують особливості особистісної креативності.

Допитливість виявляється в тому, що індивід цікавиться всім і дуже часто допитується у всіх стосовно нового. Йому подобається вивчати нові речі, ідеї, знайомитись з людьми. Допитливі люди шукають різні можливості рішення задач, вивчають книги, ігри, карти, картини тощо, щоб пізнати якомога більше.

Уява виявляється в тому, що індивід придумує розповіді про місця, яких він ніколи не бачив; уявляє, як інші будуть вирішувати проблему, яку він вирішує сам; він мріє про різні міста і речі; любить думати про явища, з якими не стикався; він не так як інші бачить зображення на картинах і малюнках; часто буває здивованим з приводу різних ідей і подій.

Складність виявляється в тому, що індивід орієнтується на пізнання складних явищ, виявляє інтерес до складних речей і ідей; він любить ставити перед собою важкі задачі; любить вивчати щось без сторонньої допомоги; виявляє настирливість, щоб досягнут своєї мети; пропонує занадто складні шляхи вирішення проблеми; йому подобаються складні завдання.

Схильність до ризику виявляється в тому, що індивід буде відстоювати свої ідеї, не зважаючи на реакцію інших; він ставить перед собою високі цілі і буде намагатися їх реалізувати; він вважає для себе можливим допускати помилки і провалів; любить вивчати нові речі або ідеї і не піддається на чужу думку; не хвилюється з приводу несхвалення іншими; заради інтересу може ризикувати.

За результатами проведеного опитування і обробки отриманих даних ми отримали такі показники особистісної креативності студентів (таблиця №2).

Таблиця №2

Оцінка особистісної креативності студентів (в балах)

Фактори креативності	Чолов. середнє	Жін. середнє	Загалом середнє	Ст.відх.
Допитливість	17,6	19,5	18,8	3,5
Уява	16,5	15,8	16,1	4,8
Складність	20,2	19,7	19,2	4,4
Схильність до ризику	22,6	20,4	21,3	8,0

Сумарний	76,9	75,4	76,1	8,0
----------	------	------	------	-----

Якщо вважати максимальною сумарну оцінку 100 балів (якщо всі відповіді співпадали б з ключем), то отриманий за нашою вибіркою показник 76,1 балів свідчить про те, що оцінка особистісної креативності студентами є вищою за середню. Аналіз загальних даних показує, що в особистісній креативності переважає фактор «схильність до ризику». Згадаємо, що схильність до ризику визнається системотворчою особистісною якістю підприємливого типу особистості. На другому місці за рівнем виявлення визначився такий фактор як складність. Порівняно з іншими факторами, які виділено, «складність» найбільше пов'язана з підприємливістю особистості (наприклад, такі характеристики фактору «складність» як самостійність, настирливість у досягненні мети, інтерес до цікавих ідей). Звертає увагу показник «уява», який виявився найнижчим порівняно з іншими факторами. Це підтверджує наше припущення, що показники особистісної креативності «працюють» на становлення і розвиток підприємливого типу особистості, який в умовах ринкової економіки ототожнюється з успішною людиною в уявленнях студентів.

Висновки.

Отже, аналіз змістових характеристик структурних складових образу соціально успішної людини а також співвідношення цих складових в уявленнях студентів засвідчив, що образ соціально успішної людини в уявленнях студентів відповідає соціальному типу особистості ринкової економіки, а саме, типу людини підприємливої.

1. В образі соціально успішної людини студентів визначено чотири групи особистісних характеристик: група моральнісних якостей, група комунікативних якостей, група якостей, що характеризують підприємливість особистості, група якостей, що характеризують емоційний інтелект.

2. Встановлено, що домінуючим компонентом в структурі образу соціально успішної людини є група якостей підприємливості. Це підтверджується тим, по-перше, що ця група має найвищий рівень виявлення в уявленнях студентів, по-друге, якості домінуючої групи є близькими до ядерних характеристик інших груп, які є складовими структури образу соціально успішної людини. Зокрема, ядерними якостями в групі моральнісних характеристик є відповідальність, толерантність, тактовність, правдивість. Ядерними характеристиками в групі комунікативних якостей визначились: вимогливість, врівноваженість, обов'язковість, комунікативність. В групі якостей емоційного інтелекту - бадьорість, оптимізм, натхнення, врівноваженість

3. Аналіз змістових характеристик структурних складових образу соціально успішної людини а також співвідношення цих складових в уявленнях студентів засвідчив, що образ соціально успішної людини в уявленнях студентів відповідає соціальному типу особистості ринкової економіки, а саме, типу людини підприємливої.

4. Дослідження особистісної креативності студентів показало, що основним критеріальним її виявленням є фактор, що характеризується як «схильність до ризику». Схильність до ризику визначено дослідниками як системотворчий у підприємливому типі особистості.

5. Виходячи з того, що підприємливість визначено домінуючою характеристикою як в образі соціально успішної людини, так і у виявленні особистісної характеристики, зроблено висновок про те, що існує зв'язок між уявленнями студентів про соціально успішну людину та особливостями виявлення їх особистісної креативності.

Література.

1. Максименко С.Д. Генезис существования личности. / С.Д. Максименко. - Киев- Издательство ООО КММ, 2006. – 240 с.

2. Моляко В.О. Исходные предпосылки построения концепции творческого восприятия / В.О. Моляко. // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України «Актуальні проблеми психології у 12 томах / За ред. В.О.Моляко. – Т.12. – Вип. 8.- Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2009. – С. 7 – 16.

3. Моляко В.А. Формирование образа экологической катастрофы на примере Чернобыльской атомной аварии / В.А. Моляко // Вопросы психологии. 1992. № 5-6. С. 16-22.

4. Москаленко В.В., Шайгородський Ю.Ж., Міщенко О.О. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект. / В.В. Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський, О.О. Міщенко [Монографія] –К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012.- 348с.

5. Тульчинский Г.Л. Разум, воля, успех: о философии поступка. / Г.Л. Тульчинский -Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. – 214 с.

6. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. / П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. - М., Изд-во Института психотерапии. 2002. – 490 с..

7. Холодная М.А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. / М.А. Холодная. - Томск: Изд-во Том. Ун-та. Москва: Изд-во «Барс». 1997. - 392 с.

Москаленко В.В.

Взаимосвязь представлений студентов о жизненном успехе с их личностной креативностью.

В статье изложены результаты эмпирического исследования содержательных характеристик структурных составляющих образа социально успешного человека на выборке студенческой молодёжи. Доказывается, что доминирующим компонентом этого образа является группа личностных свойств, характеризующих предприимчивость человека. Показано, что существует корреляционная связь между предприимчивостью и «склонностью к риску» как показателем личностной креативности.

Ключевые слова: образ социально успешного человека, структурные составляющие образа социально успешного человека, предприимчивость, особенности творческой личности, личностная креативность, «склонность к риску»

Moskalenko V.V.

Relationship students' conception about life success and their personal creativity.

In the article is present the results of empirical study of substantive description of the successful man's image in the selection of student's youth. It is established that dominating component of this image are the cluster of personality property characterizing the person enterprise. It is shown, that correlation between enterprise and inclination to risk is existed.

Key words: image of successful man, structural properties of social successful man, enterprise, characteristics of creative person, personal enterprise, inclination to risk