

УДК 159.9.:37.016

Т. В. Федотова

Received October 3, 2013;

Revised October 28, 2013;

Accepted November 18, 2013.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КРЕАТИВНИМИ ОСОБИСТОСТЯМИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ

У статті проаналізовано підходи науковців щодо розуміння соціально-психологічного клімату, в яких основна увага зосереджена на вивченні стану колективної свідомості, відображення у свідомості людей комплексу явищ, пов'язаних із їхніми взаєминами, умовами праці, методами стимулювання (К. К. Платонов, Н. Л. Коломінський та ін.); психологічної сумісності, згуртованості членів колективу, наявності групових традицій та звичаїв (Н. М. Корнєв, А. Б. Коваленко й ін.); стилю взаємостосунків людей, які контактують (В. В. Бойко, В. М. Шепель та інші); переважаючого і відносно стійкого, психічного настрою колективу (Г. М. Андрєєва, Б. Д. Паригін та ін.). Соціально-психологічний клімат, з одного боку, є суб'єктивним відображенням життєдіяльності конкретної групи, з іншого – суттєвий чинник впливу на ефективність діяльності групи, її результативність і процеси управління нею. Емпірично встановлено, що креативні студенти схильні швидше позитивно оцінювати соціально-психологічний клімат у групі та високо – його творчий складник, креативно невизначні високо оцінюють ділову складову частину соціально-психологічного клімату групи, проте неоднозначні в його загальній оцінці. Дослідження засвідчило, що креативні студенти прагнуть налагодити взаємини, активно включаються в міжособистісні стосунки, саме перебування в новому, креативному для них колективі й пояснює орієнтацією на прийняття партнера зі спілкування і орієнтацію на адекватне сприйняття та розуміння партнера, високу позитивну оцінку соціально-психологічного клімату групи. Визначені альтруїстичний, неагресивний, неегоїстичний і дружелюбний типи ставлень до інших є підтвердженням відкритості та щирості креативних студентів у відносинах з однокласниками, яких вони оцінюють як креативних, прагненні до поглиблення та розширення контактів, відповідальності за інших та схильності до співпраці, гнучкості в розв'язанні проблем та конфліктних ситуацій, слідування умовностям і принципам загальноприйнятої поведінки у відносинах з однокласниками.

Ключові слова: креативність, креативна особистість, соціально-психологічний клімат.

Fedotova T. V. Psychological Peculiarities of Evaluation by Creative Personalities of Socio-psychological Climate. The article analyzes the scientific approaches to understanding of the social and psychological climate in which the main focus is on study: state of collective consciousness, reflection in people's minds of the complex

phenomena associated with their relationships, conditions of labor, methods of stimulation (K. K. Platonov, N. L. Kolominskyy etc.) , psychological compatibility, cohesion of staff, and the presence of group traditions and customs (N. M. Korniyev, A. B. Kovalenko and others); style of relationships of people who come into contact (V. Boyko, V. M. Shepel and others), the dominant and relatively stable, group mental mood (G. Andreeva, B.D. Parygin and others). Socio-psychological climate, on the one hand, is a subjective reflection of life activity of a particular group, and the other hand – is an important factor influencing the performance of the group, its performance and process of management. Empirically found that most creative students tend to positively and highly evaluate the socio-psychological climate in the group – its creative component, creatively vague – favorably appreciate the occupational part of the socio-psychological climate of the group, but are ambiguous in its overall assessment. Studies have shown that creative students tend to establish relationships, actively involved in interpersonal relationships, just belonging to the new for them, creative team and explaining the acception of the communication partner and focus on adequate perception and understanding partner, a high positive assessment of the socio-psychological climate of the group. Designated altruistic, nonaggressive, unselfish and friendly types of attitudes toward other confirms the openness and sincerity of creative students in relationships with classmates whom they assess as creative, desire for deepening and broadening of contacts, responsibility for others and the propensity to cooperate, flexibility in problem solving and conflicts follow generally accepted conventions and principles of conduct in relations with classmates.

Key words: creativity, creative personality, social and psychological climate.

Федотова Т. В. Психологические особенности оценки креативными личностями социально-психологического климата. В статье проанализированы подходы ученых к пониманию социально-психологического климата, в которых основное внимание сосредоточено на изучении состояния коллективного сознания, отражение в сознании людей комплекса явлений, связанных с их взаимоотношениями, условиями труда, методами стимулирования (К. К. Платонов, Н. Л. Коломинский и другие); психологической совместимости, сплоченности членов коллектива, наличия групповых традиций и обычаев (Н. М. Корнев, А. Б. Коваленко и др.); стиля взаимоотношений людей, которые контактируют (В. В. Бойко, В. М. Шепель и др.); преобладающего и относительно устойчивого, психического настроения коллектива (Г. М. Андреева , Б. Д. Парыгин и другие). Социально-психологический климат, с одной стороны, является субъективным отражением жизнедеятельности конкретной группы, а с другой – существенным фактором влияния на эффективность деятельности группы, ее результативность и процессы управления ею. Эмпирически установлено, что креативные студенты склонны скорее положительно оценивать социально-психологический климат в группе и высоко его творческую составляющую, некреативные студенты высоко оценивают деловую составляющую социально-психологического климата группы, однако неоднозначны в его общей оценке. Исследование показало, что креативные студенты стремятся наладить отношения,

активно включаються в межличностное взаимодействие, само пребывание в новом, креативном для них коллективе и объясняет ориентацию на принятие партнера по общению и ориентацию на адекватное восприятие и понимание партнера, высокую положительную оценку социально-психологического климата группы. Выделенные альтруистический, неагрессивный, неэгоистичный и дружелюбный типы отношений с окружающими является подтверждением открытости и искренности креативных студентов в отношениях с одногруппниками, которых они оценивают как креативных, стремлении к углублению и расширению контактов, ответственности за других и склонности к сотрудничеству, гибкости в решении проблем и конфликтных ситуаций, следование условностям и принципам общепринятого поведения в отношениях одногруппниками.

Ключевые слова: креативность, креативная личность, социально-психологический климат.

Постановка наукової проблеми та її значення. Беззаперечно, важливим аспектом формування та виховання особистості, соціально-психологічного стимулювання і регулювання її діяльності є мала група. Роль малої групи в житті людини зростає з її дорослішанням, оскільки збільшується число малих груп, членом яких вона є, щоденно помножується кількість спільно прийнятих групових рішень, які стосуються суспільного, політичного й економічного життя країни.

Становлення особистості студента відбувається завдяки знайомству та поглибленню інтеграції з групою, у яку він потрапляє в період навчання. Тут, на ґрунті міжособистісного спілкування та взаємодії відбувається формування нової життєвої перспективи та зростання особистості як майбутнього фахівця, що спонукає до зміни образу Я, ціннісних орієнтацій, зламу вже сформованих стереотипів.

Сьогодні у вітчизняній та зарубіжній психології помітно підвищився інтерес до вивчення різних груп. Проте, незважаючи на численні дослідження в соціальній психології, організаційній психології та психології управління, ще недостатньо розроблена низка питань, із-поміж яких – формування й удосконалення соціально-психологічного клімату в малих групах.

Пропонуємо розглянути окреслену проблему, з'ясовуючи психологічні аспекти (зокрема, особливості міжособистісних взаємин) оцінки соціально-психологічного клімату власної групи студентами з урахуванням рівня їх креативності.

Як зауважує Л. Я. Гозман [3], несприятливий розвиток взаємин принципово важливий у формуванні соціально-психологічного клі-

мату групи, оскільки призводить до поступового відокремлення певних членів колективу, скорочення числа контактів у ньому, переважання опосередкованих способів зв'язку, згортання комунікативних зв'язків до рівня формально-необхідних і порушення зворотного зв'язку між членами групи.

Усвідомлення креативною особистістю власної індивідуальності, неповторності й несхожості на інших призводить не лише до виникнення внутрішнього напруження, а й породжує певні проблеми в міжособистісних стосунках. Сприяє її відособленню та появі почуття самотності, загостренню потреби в дружніх взаєминах. Зазвичай, креативні студенти зорієнтовані на саморозвиток, але інколи внаслідок розриву між цінностями й нормами малого оточення – студентської групи – і власними ціннісними орієнтаціями, за відсутності підтримки з боку одногрупників та необхідної для самоствердження мікрогрупи, вони можуть не лише ставати ізгоями, а й загалом відмовлятися від прагнення до реалізації творчого потенціалу. Проте під час навчання у ВНЗ креативні особи можуть почувати себе самотньо не через ізоляцію від групи, а від неможливості розкритися в «некреативному» середовищі.

Аналіз останніх досліджень цієї проблеми. Серед основних показників успішного функціонування будь-якої групи є рівень сформованості соціально-психологічного клімату. Дослідженням аспектів формування соціально-психологічного клімату в різні часи присвячені роботи Г. М. Андрєєвої, В. В. Бойка, М. Н. Корнєва, А. Б. Коваленко, Л. Е. Орбан-Лембрик, Б. Д. Паригіна, К. К. Платонова, В. М. Шепеля та ін.

У психології можна виокремити підходи до розуміння природи й оцінки соціально-психологічного клімату колективу [10], у яких основна увага зосереджена на вивченні: стану колективної свідомості, відображення у свідомості людей комплексу явищ, пов'язаних із їхніми взаєминами, умовами праці, методами стимулювання (К. К. Платонов, Н. Л. Коломінський та ін.); психологічної сумісності, згуртованості членів колективу, наявності групових традицій і звичаїв (Н. М. Корнєв, А. Б. Коваленко й ін.); стилю взаємостосунків людей, які контактують (В. В. Бойко, В. М. Шепель та ін.); переважаючого і відносно стійкого, психічного настрою колективу (Г. М. Андрєєва, Б. Д. Паригін та ін.).

Варто наголосити, що, з одного боку, соціально-психологічний клімат – це суб'єктивне відображення життєдіяльності конкретної

групи, а з іншого – суттєвий чинник впливу на ефективність діяльності групи, її результативність та процеси управління нею [11].

Мета статті полягає в теоретичному аналізі поняття соціально-психологічного клімату в психологічній літературі й емпіричному з'ясуванні особливостей оцінки креативними особистостями соціально-психологічного клімату групи. Передбачено такі **завдання**: проаналізувати основні підходи щодо розуміння соціально-психологічного клімату; емпірично дослідити психологічні особливості оцінки креативними особистостями соціально-психологічного клімату групи.

Методи та методики. Для досягнення поставленої мети використано теоретичні методи дослідження (аналіз проблеми на підставі наукової літератури: порівняння, систематизація та узагальнення наукової інформації) й розроблено програму емпіричного дослідження, яка містила такі етапи:

– діагностику рівня креативності студентів за результатами оцінки продуктів діяльності студентів (творчі роботи, індивідуально-дослідні завдання тощо) та опитувальником Д. Джонсона (адаптація О. Е. Тунік);

– визначення міжособистісних взаємин за тестом міжособистісних відносин Т. Лірі та методикою діагностики мотиваційних орієнтацій у міжособистісних комунікаціях (І. Д. Ладанов, В. А. Уразаєва);

– оцінку мікроклімату студентської групи за методикою діагностики ділового, творчого й морального клімату в колективі та методикою оцінки психологічної атмосфери в колективі А. Ф. Фідлера [12].

Для виявлення статистично значущих відмінностей використано однофакторний дисперсійний аналіз.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Одним із перших визначив соціально-психологічний клімат як емоційне забарвлення психологічних зв'язків членів колективу, що виникає на основі їхньої близькості, симпатії, збігів характерів, інтересів та схильностей В. М. Шепель [9]. Автор виділив у цьому понятті три «кліматичні зони»: соціальний клімат, який визначається тим, наскільки в певному колективі високою є усвідомленість загальних цілей і завдань; моральний клімат, який визначається моральними цінностями загальноприйнятими в ньому; психологічний клімат, тобто неофіційна атмосфера, яка складається між особами, що перебувають у безпосередньому контакті один з одним.

Структура соціально-психологічного клімату, на думку Г. М. Андрєєвої [1], В. В. Бойка [2], визначається системою відносин, що скла-

лися в колективі між його членами й може бути схарактеризована елементами, що представляють собою синтез суспільних і міжособистісних відносин, показуючи найбільш виразну картину, де відносини в групі можуть бути розділені на суспільні та міжособистісні, а також відносини, опосередковані діяльністю, та міжгрупові відносини.

Б. Д. Паригін вважає соціально-психологічний клімат одним із вирішальних чинників успішної діяльності людини в усіх сферах життя суспільства [9]. Важливими складником соціально-психологічного клімату науковець називає не лише норми поведінки членів групи та стиль керівництва, а й міжособистісні взаємини. Зокрема, психічний стан однієї людини впливає на стан іншої, може позначатися в різноманітних актах поведінки, діяльності, життя людини.

За К. К. Платоновим [6], Н. Л. Коломінським [4], соціально-психологічний клімат становить переважаючий та відносно стійкий психічний настрій колективу, що знаходить різноманітні форми вияву в усій його життєдіяльності. Л. Е. Орбан-Лембрик [7] визначає мікроклімат як самопочуття кожної особистості, її задоволення групою, комфортність перебування в ній. М. Н. Корнєв, А. Б. Коваленко [5] розглядають психологічний клімат через динамічні процеси в малій групі та структуру взаємин у них. Найбільш повно визначає поняття соціально-психологічного клімату Б. Ф. Ломов [8] як не лише систему міжособистісних відносин (симпатія, антипатія, дружба), а й психологічні механізми взаємодії між людьми (наслідування, співпереживання) та систему взаємних вимог, загальний настрій, загальний стиль спільної трудової діяльності, інтелектуальну, емоційну й вольову єдність колективу.

Отже, у психологічній літературі чітко окреслено поняття соціально-психологічного клімату, існують різні теоретичні підходи до трактування і розуміння його суті.

Для визначення психологічних особливостей оцінки креативними особистостями соціально-психологічного клімату групи на базі Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки проведено емпіричне дослідження. У ньому брало участь 73 студенти II курсу інституту мистецтв спеціальності «Образотворче та декоративно-прикладне мистецтво» віком 18–19 років.

Завдяки опитувальнику Д. Джонсона (адаптація О. Е. Тунік), що передбачає проведення експертної оцінки щодо ідентифікації проявів

креативності, які доступні для зовнішнього спостереження, ми реєстрували оцінку креативності студентів куратором групи та викладачем дисципліни спеціалізації.

За результатами експертної оцінки продуктів діяльності й ідентифікації зовнішніх проявів креативності студентів виокремлено дві групи діагностованих:

– група А – студенти, зовнішні прояви та продукти художньої творчості яких були визначені як креативні (52 % осіб);

– група В – студенти, зовнішні прояви та результати діяльності яких визначені експертами як низько креативні або креативно не виразні (48 %).

Результати середньогрупового розподілу даних двох груп діагностованих за шкалами методики діагностики міжособистісних відносин Т. Лірі та методики діагностики мотиваційних орієнтацій в міжособистісних комунікаціях (І. Д. Ладанов, В. А. Уразєва) зображено на рис. 1.

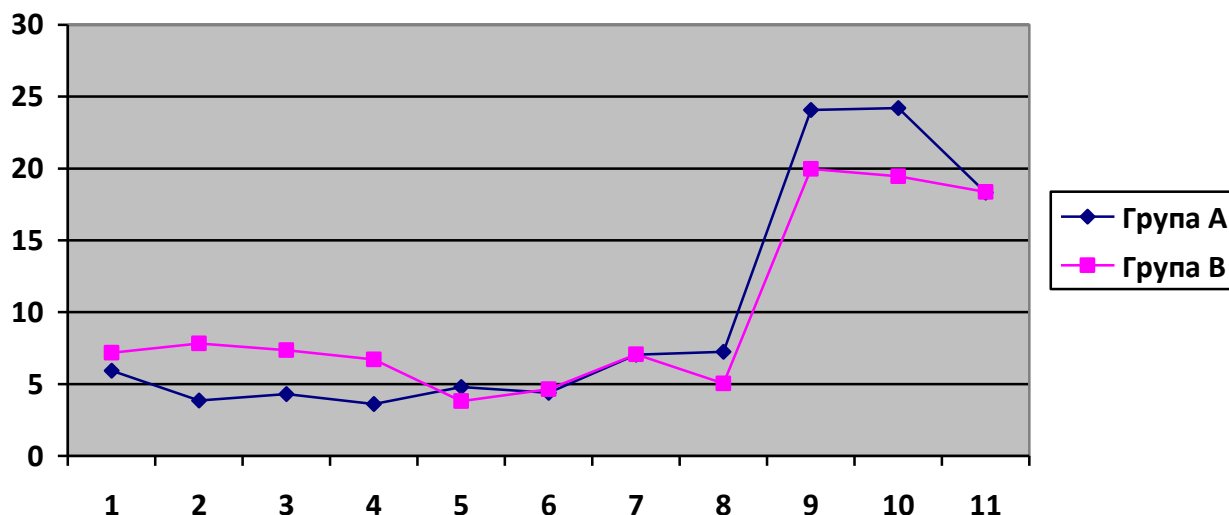


Рис. 1. Середньогруповий розподіл результатів досліджуваних студентів за шкалами методики Т. Лірі та методики І. Д. Ладанов, В. А. Уразєва

Типи відносин з іншими особами: 1 – авторитарний, 2 – егоїстичний, 3 – агресивний, 4 – підозрілий, 5 – підпорядкований, 6 – залежний, 7 – дружлюбний, 8 – альтруїстичний; мотиваційні орієнтації в міжособистісних комунікаціях: 9 – на прийняття партнера, 10 – на адекватність сприйняття та розуміння партнера, 11 – на досягнення компромісу

Отже, як видно з рис. 1, у студентів групи А (креативні студенти) переважає альтруїстичне ставлення до інших ($F = 9,41$ при

$\alpha = 0,01$), орієнтація на прийняття партнера ($F = 34,39$ при $\alpha \geq 0,001$) та орієнтація на адекватність сприйняття і розуміння партнера ($F = 70,8$ при $\alpha \geq 0,001$). Низькі результати визначено за шкалами підозрілого й егоїстичного ставлення до інших осіб.

У студентів групи В (креативно невиразні студенти) результати за проведеними методиками засвідчують: у них переважає егоїстичне ($F = 43,83$ при $\alpha \geq 0,001$), агресивне ($F = 33,63$ при $\alpha \geq 0,001$) та підозріле ставлення до інших ($F = 53,9$ при $\alpha \geq 0,001$). Низькі показники виявлено за шкалою підпорядкування.

Далі проаналізуємо результати, отримані за методикою діагностики ділового, творчого й морального клімату в колективі (рис. 2).

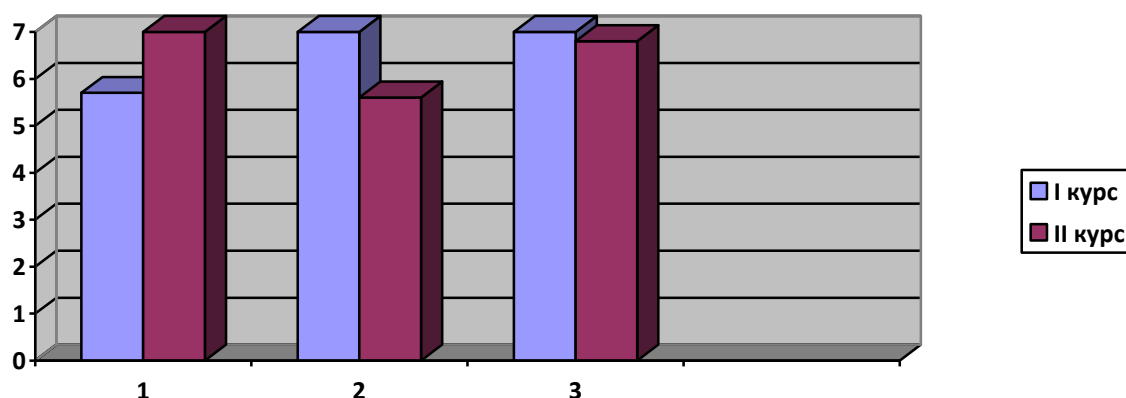


Рис. 2. Середньогрупові результати досліджуваних за методикою діагностики ділового, творчого та морального клімату в колективі
 1 – діловий клімат; 2 – творчий клімат; 3 – моральний клімат

Середньогрупові результати проведеної методики засвідчили: креативні студенти найвище оцінюють творчий складник соціально-психологічного клімату ($F = 3,68$ при $\alpha = 0,05$), натомість креативно невиразні студенти – його діловий компонент ($F = 3,4$ при $\alpha = 0,05$). Статистично значущих відмінностей не зафіксовано за моральною складовою частиною соціально-психологічний клімату.

Відсотковий розподіл діагностованих за результатами методики оцінки психологічної атмосфери в колективі А. Ф. Фідлера продемонстрував таке:

– 15 % креативних студентів визначають психологічну атмосферу в групі як дуже сприятливу, у 85 % студентів психологічна атмосфера в групі представлена як середній профіль між такими дихотоміями, як-от: дружелюбність–ворожість, згода–незгода, задоволеність–незадоволення, продуктивність–непродуктивність, сердечність–відсторо-

ненність, співпраця–неузгодженність, взаємна підтримка–недоброзичливість, захопленість–байдужість, зайнятість–нудьга, успішність–неуспішність;

– 5 % креативно невиразних студентів оцінює соціально-психологічний клімат як несприятливий, 3 % респондентів визначає психологічну атмосферу в групі як дуже сприятливу, у 92 % опитаних психологічна атмосфера в групі представлена як середній профіль між вищевказаними дихотоміями.

Для визначення особливостей зв'язку міжособистісних взаємин та соціально-психологічного клімату в студентській групі використано кореляційний аналіз за коефіцієнтом кореляції Пірсона. Визначено такі кореляційні плеяди:

1) у креативних студентів показник творчого клімату групи корелює з орієнтацією на прийняття партнера зі спілкування ($r_{xy}=0,25$, при $p \leq 0,05$) та орієнтацією на адекватність сприйняття та розуміння партнера ($r_{xy}=0,233$, при $p \leq 0,05$); загальна позитивна оцінка соціально-психологічного клімату пов'язана з альтруїстичним типом взаємин у групі ($r_{xy}=0,243$, при $p \leq 0,05$);

2) у креативно невиразних студентів показник ділового клімату групи корелює з егоїстичним типом взаємин ($r_{xy}=0,25$, при $p \leq 0,05$), який воднас пов'язаний із підозрілим типом ставлень до інших ($r_{xy}=0,22$, при $p \leq 0,05$); неоднозначність в оцінці соціально-психологічного клімату обернено корелює з агресивним типом взаємин з іншими особами ($r_{xy}=0,27$, при $p \leq 0,05$).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Соціально-психологічний клімат – інтегральний показник міжособистісних стосунків у групі, завдяки яким креативна особистість опосередковано включається в систему суспільних відносин. Креативні студенти прагнуть налагодити взаємини, активно включаються в міжособистісні стосунки, саме перебування в новому, креативному для них колективі й пояснює орієнтацією на прийняття партнера зі спілкування та орієнтацію на адекватне сприйняття та розуміння партнера, високу позитивну оцінку соціально-психологічного клімату групи. Визначені альтруїстичний, неагресивний, неегоїстичний та дружлюбний типи ставлень до людей – підтвердження відкритості й щирості студентів у відносинах з одногрупниками, яких вони оцінюють як креативних, прагненні до поглиблення і розширення контактів, відповідальності за інших та схильності до співпраці, гнучкості у

вирішенні проблем та конфліктних ситуацій, слідування умовностям та принципам загальноприйнятої поведінки у відносинах однокласниками.

Перспективу подальших розвідок у цьому аспекті вбачаємо в порівняльному вивченні психологічних особливості оцінки креативними студентами соціально-психологічного клімату групи з урахуванням специфіки їх навчання, гендерного аспекту; розробленні спеціальних тренінгових програм для покращення соціально-психологічного клімату у творчому колективі.

Література

1. Андреева Г. М. Психология социального познания / Г. М. Андреева. – М. : Аспект-Пресс, 2008. – 368 с.
Andreeva G. M. Psihologiya socialnogo poznaniya / G. M. Andreeva. – М. : Aspekt-Press, 2008. – 368 p.
2. Бойко В. В. Социально-психологический климат коллектива и личность / В. В. Бойко, А. Г. Ковалев, В. Н. Панферов. – М : Мысль, 1983. – 207 с.
Boyko V. V. Socialno- psihologicheskiiy klimat kolektiva i lichnosti / V. V. Boyko, A. G. Kovalev, V. N. Panferov. – М : Misl, 1983. – 207 p.
3. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений / Л. Я. Гозман. – М. : Эксмо-Пресс, 2002. – 167 с.
Gozman L. Ya. Psihologiya emocionalnykh otnosheniy / L. Ya. Gozman. – М. : Eksmo-Press, 2002. – 167 p.
4. Коломинский Н. Л. Психология педагогического менеджмента : учебник / Н. Л. Коломинский. – К. : МАУП, 1996. – 170 с.
Kolominskiy N. L. Psihologiya pedagogicheskogo menedgmenta : uchebnyk / N. L. Kolominskiy. – К. : MAUP, 1996. – 170 p.
5. Корнев М. Н. Соціальна психологія : навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / М. Н. Корнев, А. Б. Коваленко. – К., 1995. – 302 с.
Kornev M. N. Socialnaya psihologiya : navch. posibnyk dlya studentov vich. navch. zakladiv / M. N. Kornev, A. B. Kovalenko. – К., 1995. – 302 p.
6. Краткий словарь системы психологических понятий : словарь / К. К. Платонов. – М. : Высш. шк., 1981. – 174 с.
Kratkiy slovar sistemy psihologicheskix ponyatiy : slovar / K. K. Platonov. – М. : Vysshaya shkola, 1981. – 174 p.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 567 с.
Orban-Lembryk L. E. Psihologiya upravlinnya : posibnyk / L. E. Orban-Lembryk. – К. : Akademvidav, 2003. – 567 p.
8. Организационная психология / под ред. Г. Суходольского. – М. : Гуманит. центр, 2004. – 256 с.
Organizacionnaya psihologiya / pod. red. G. Suxodolskogo. – М. : Gumanit. centr, 2004. – 256 p.

9. Парыгин Б. Д. Социально-психологический климат коллектива [Текст] : пути и методы изучения / Б. Д. Парыгин ; под ред. В. А. Ядова. – Л. : Наука, 1981. – 192 с.
Parygin B. D. Socialno-psychologicheskii klimat kolektiva [Text]: pyti i metody izucheniy / B. D. Parygin ; pod. red. V. A. Ydova. – L. : Nauka, 1981 – 192 p.
10. Почебут Л. Г. Организационная социальная психология / Л. Г. Почебут, В. А. Чикер. – СПб. : Питер, 2000. – С. 32–49.
Pochebut L. G. Organizacionnaya socialnaya psihologiya / L. G. Pochebut, V. A. Chiker. – SPb. : Piter, 2000. – P. 32–49.
11. Социометрия: исследование межличностных отношений в группе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org>.
Socseometriya: issledovanie mejlichnostnyx otnosheniy v gruppe [Elektronnyy resyrs]. – Rejym dostupu: <http://psyfactor.org>.
12. Фетискин Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М. : Психотерапия, 2002. – 490 с.
Fetiskin N. P. Socialno-psychologicheskay diagnostika razvitiy lichnosti i malyx grupp / N. P. Fetiskin, V. V. Kozlov, G. M. Manuylov. – M. : Psychoterapiy, 2002. – 490 p.

УДК 159.947.5

К. І. Фоменко

Received September 19, 2013;

Revised October 15, 2013;

Accepted November 20, 2013.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК НАРЦИСИЗМУ ТА ГУБРИСТИЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТІВ

У статті розглянуто поняття «губристична мотивація», «прагнення до досконалості», «прагнення до переваги», «нарцисизм» у роботах зарубіжних та вітчизняних учених. Сучасні уявлення про нарцисизм як про універсальний та необхідний складник здорової самосвідомості, орієнтований на захист, заповнення та збереження структурної цілісності власного *Я* дають можливість розглядати цей феномен у його зв'язку з губристичними прагненнями особистості. Представлено методи дослідження губристичної мотивації та нарцисизму, а також результати дослідження взаємозв'язку між показниками нарцисизму та формами губристичної мотивації. Показано, що в студентському віці нарцисичні риси особистості виявляються в таких параметрах, як «очікування особливого ставлення» та «маніпулювання в міжособистісних стосунках».