СЕРІЯ «Психологія»

УДК : 159. 942

[https://doi.org/10.52058/2786-4952-2021-4\(4\)-306-317](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2021-4(4)-306-317)

Бабчук Олена Григоріївна кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри сімейної та спеціальної педагогіки і психології, Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д.Ушинського», вул. Композитора Ніщинського,1, м. Одеса, 65020, тел: (048) 753-07-61, e-mail: FDPP@pdpu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0001-5712-909X>

Селіванова Марина Анатоліївна магістрантка факультету дошкільної педагогіки та психології, Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», вул. Композитора Ніщинського,1, м. Одеса, 65020, тел: (048) 753-07-61, e-mail: FDPP@pdpu.edu.ua.

СОЦІАЛЬНИЙ ІНТЕЛЕКТ ОСІБ З РІЗНИМ РІВНЕМ КОМУНІКАТИВНОЇ КРЕАТИВНОСТІ

Анотація. У даній статті викладено теоретико-емпіричні результати дослідження соціального інтелекту осіб з різним рівнем комунікативної креативності. Соціальний інтелект трактується в психології як особлива здатність людини, яка формується в процесі діяльності в соціумі, в сфері соціальних взаємодій і пов'язана з умінням творчо мислити і творчо підходити до вирішення проблемних ситуацій в ході спілкування з соціальним оточенням. Комунікативна креативність як властивість особистості, перш за все, спрямована на прояв творчості, також вона сприяє оптимізації, підвищенню ефективності процесу спілкування. Проте, ці поняття не тотожні і мають різний психологічний зміст. Для вирішення поставленої проблеми використовувалися відомі психодіагностичні методики: «Тест-опитувальник комунікативної креативності» (О. П. Саннікова, Р. В. Белоусова), «Соціальний інтелект» (Дж. Гілфорд), «Шістнадцятифакторний особистісний опитувальник» (Р.Кеттелл). Вибірку дослідження склали 68 осіб – студенти факультету дошкільної педагогіки та психології Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського». Проведений кореляційний аналіз дозволив встановити значущі додатні на від'ємні зв'язки між показниками, які свідчать про наявність певних взаємовідносин між ними, з іншого боку та дає інформацію про деяку їх незалежність один від одного. За допомогою методу «асів» були виділені досліджувані з певними проявами

комунікативної креативності, а саме: групи осіб з високим та низьким загальним рівнем комунікативної креативності. В результаті проведеного дослідження встановлено, що кожному рівню комунікативної креативності відповідають певні властивості особливості та специфіка прояву соціального інтелекту, які проявляються у своєрідному поєднанні показників та рівнів, котрих вони досягають.

Ключові слова: креативність, комунікативна креативність, соціальний інтелект.

Babchuk Olena Hryhoriivna Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Family and Special Pedagogy and Psychology, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University after K.D. Ushynsky», Composer Nishchinsky St., 1, Odessa, 65020, tel: (048) 753-07-61, e-mail: FDPP@pdu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0001-5712-909X>

Selivanova Marina Anatoliyivna Master's student of the Faculty of Preschool Pedagogy and Psychology, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University after K.D. Ushynsky», Composer Nishchinsky St., 1, Odessa, 65020, tel: (048) 753-07-61, e-mail: FDPP@pdu.edu.ua.

SOCIAL INTELLIGENCE OF PERSONS WITH DIFFERENT LEVELS OF COMMUNICATIVE CREATIVITY

Abstract. This article presents the theoretical and empirical results of the study of social intelligence of people with different levels of communicative creativity. Social intelligence is interpreted in psychology as a special human ability that is formed in the process of activity in society, in the field of social interactions and is associated with the ability to think creatively and creatively approach problem situations in communication with the social environment. Communicative creativity as a property of the individual, primarily aimed at the manifestation of creativity, it also contributes to optimization, increase the efficiency of the communication process. However, these concepts are not identical and have different psychological meanings. To solve this problem, well-known psychodiagnostic techniques were used: «Test-questionnaire of communicative creativity» (O.P. Sannikova, R.V. Belousova), «Social intelligence» (J. Guilford), «Sixteen-factor personality questionnaire» (R. Kettell). The sample consisted of 68 people - students of the Faculty of Preschool Pedagogy and Psychology of the State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushinsky». The correlation analysis allowed us to establish significant positive negative relationships between indicators, which indicate the existence of certain relationships between them, on the other hand, and provides information about some of their independence from each other. Using the method of "aces" were studied subjects with certain manifestations of communicative creativity, namely: groups of people

with high and low overall level of communicative creativity. As a result of the study it was found that each level of communicative creativity corresponds to certain properties, features and specifics of the manifestation of social intelligence, which are manifested in a unique combination of indicators and levels they achieve.

Keywords: creativity, communicative creativity, social intelligence.

Постановка проблеми. У сучасному світі спілкування між людьми грає дуже важливу роль. Але спілкуватися з людиною, зовсім не означає розуміти її. І від розвитку соціального інтелекту - здатності людей краще розуміти один одного і самих себе - залежить багато чого. Соціальний інтелект є одним з провідних комунікативних властивостей особистості, що забезпечує відображення інформації та регулювання суб'єкт-суб'єктної взаємодії.

Вивчення соціального інтелекту в вітчизняних дослідженнях дозволяє відзначити, що дана проблема розглядається в декількох напрямках: як розуміння людини людиною, як соціальне мислення, як міжособистісна взаємодія, як комунікативна компетентність і як самостійний психологічний феномен.

Перші згадки про соціальний інтелект у вітчизняних дослідженнях можна виявити в роботах Ю.М. Ємельянова. На думку дослідника, «сферу можливостей суб'єкт-суб'єктного пізнання індивіда можна назвати соціальним інтелектом, розуміючи під цим стійку, засновану на специфіці розумових процесів, афективного реагування і соціального досвіду здатність розуміти самого себе, а також інших людей, їх взаємини і прогнозувати міжособистісні події» [4, С. 7].

В. М. Куніцина говорить про те, що соціальний інтелект, це глобальна здатність, яка виникає на базі комплексу інтелектуальних, особистісних, комунікативних і поведінкових рис, що обумовлюють прогнозування розвитку міжособистісних ситуацій, інтерпретацію інформації та поведінки, готовність до соціальної взаємодії та прийняття рішень. Вважаючи соціальний інтелект багатовимірною, складною структурою, автор виділила його аспекти, одним з яких є: комунікативно-особистісний потенціал – комплекс властивостей, які полегшують або утруднюють спілкування, на основі якого формуються такі інтегральні властивості, як психологічна контактність і комунікативна сумісність. При цьому особливо підкреслювалося, що він є основою соціального інтелекту [6].

Не меншу значимість для суспільства має і комунікативна креативність.

Так, О. П. Саннікова розглядає комунікативну креативність, як рису особистості, що сприяє творчому спілкуванню і забезпечує успішну взаємодію з іншими людьми [7].

З точки зору Р. В. Белоусової комунікативна креативність як цілісна властивість особистості включає комплекс інтелектуальних, емоційних та поведінкових особливостей індивіда, які сприяють нестандартному, нешаблонному рішення ситуацій, що виникають у спілкуванні, допомагають

генерації оригінальних ідей та засобів спілкування, вибору найбільш оптимальних стратегій поведінки, розв'язанню проблем, що виникають під час взаємодії з іншими людьми [1].

Аналіз літератури з проблеми креативності показав, що поняття «креативність» можна розглядати в двох напрямках: креативність як психічний процес і креативність як творче ставлення до життя. Як відомо, модель інтелекту Дж. Гілфорда включає в себе три складові: зміст, операції і результат. У число операцій він включає дивергентне мислення, а зміст може бути образним, символічним, семантичним і поведінковим [2].

Розглядаючи творчість як процес конструктивних перетворень інформації і творення інноваційних результатів, суб'єктивно і об'єктивно значущих, ми визначаємо креативність як суб'єктивну детермінанту творчості, системне (багатовимірне, багаторівневе) психічне утворення. Креативність проявляється в інноваційних перетвореннях у всіх (або окремих) сферах життя людини (пізнанні, мисленні, спілкуванні, професійній діяльності, в самовдосконаленні і т. д.) На рівнях: особистість (потенціал) - процес - результат. З огляду на те, що процес творчості включає дві різноспрямовані тенденції - творення і руйнування (реконструкцію) стереотипів, творчу, креативну поведінку індивіда можна розглядати як «творче руйнування».

Поле значень поняття креативність ширше поняття творчий потенціал, так як феномен креативності має потенційну і актуальні форми. Актуальна форма - реалізована (проявлена) креативність. Творча особистість - особистість, яка реалізує свою креативність в інноваційних досягненнях. Творчі здібності (інтелектуальні, естетичні, комунікативні та ін.) - структурні компоненти креативності. Креативність функціонує як єдина цілісна система. Розвиток креативності обумовлено як соціальними (макро, мезо, мікро), специфічними об'єктивними факторами (тип, вид, сфера творчості), так і особливостями індивідуальної структури / креативності, зокрема взаємодією свідомих (рефлексивних) і несвідомих (інтуїтивних) процесів.

Соціальний інтелект, на відміну від комунікативної креативності, є відносно стійкою структурою розумових здібностей індивіда і трактується в психології як особлива розумова здатність людини, яка пов'язана з умінням творчо мислити і творчо підходити до вирішення проблемних ситуацій, що виникають у спілкуванні з соціальним оточенням [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ретельний аналіз літератури показує, що є роботи направлені на взаємозв'язок соціального інтелекту та креативності (Т.А. Давидова, Л.А. Дика, А.Є. Ільїних, А.І. Савенков та ін.). Так, наприклад, А.Є. Ільїних говорить про те, що чим вище креативність, тим вище показники соціального інтелекту [3].

Мета статті – дослідження соціального інтелекту осіб з різними рівнями комунікативної креативності.

Виклад основного матеріалу. Соціальний інтелект, що ототожнюється з мисленням, і креативність, що виступає синонімом здібностей, є двома взаємопов'язаними, але, проте, різними категоріями. У цьому середовищі поняття інтелекту наповнюється принципово іншими функціями, що, з погляду, зближує його із соціальною креативністю. При вирішенні проблем, що виникають при соціальній взаємодії людини, прояви творчої думки неминучі, оскільки саме нестабільність кожної змінної, що призводить до загальної невизначеності, непередбачуваності подальшого розвитку подій, вимагає від індивіда оригінальних нестандартних рішень. Звідси випливає висновок у тому, що будь-яка соціальна взаємодія креативна, різниця полягає лише у його творчості. Отже, усе вищесказане, дозволяє припустити, що незважаючи на можливу відсутність кореляцій між соціальним інтелектом і комунікативною креативністю, окремі їх чинники можуть мати залежність.

Для вивчення прояву соціального інтелекту осіб з різними рівнями комунікативної креативності було використано: «Тест-опитувальник комунікативної креативності» (О. П. Саннікова, Р. В. Білоусова) і методика «Соціальний інтелект» (Дж. Гілфорд), «16-факторний особистісний опитувальник» (Р.Кеттелл). У даному дослідженні брали участь 68 осіб – студенти факультету дошкільної педагогіки та психології Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського».

Отримані емпіричні дані підлягали кореляційному аналізу, результати якого надані в таблиці 1.

Таблиця 1

Значимі кореляційні зв'язки між показниками комунікативної креативності, показниками соціального інтелекту та факторами особистості за Р.Кеттеллом

	Показників комунікативної креативності						Показники соціального інтелекту			
	Л	Сп	К	ЕС(с)	М	ЗПКК	Су61	Су62	Су63	КО
А	414**						375**	306*		
С	301*	271*			592**	-537**				
Е	350**	728**				-272*		-299*	-327**	-400**
Г	-253*									
Г		654**				-663**		-354**		-283*
Н	-612**	743**			365**		333**		293*	442**
І				322**		613**	402**	351**	629**	769**
Л	-821**		444**		487**					

M		568**	538**	544**		536**			-263*	-253*
N									375**	475**
Q1		354**						-493**		
Q2						334**			527**	484**
Q3		416**			455**	-398**			579**	563**
Q4	-314*		249*						-493**	-627**
QI			727**		261*				-497**	-483**
QII						427**	-405**		-616**	-680**
QIII	-603**	261*				-784**			-389**	-411**
QIV	299*	492**			694**	-637**	-374**	-309*	-751**	-917**

Примітка. 1) позначення ** – значущість зв'язку на рівні $p \leq 0.01$; * – $p \leq 0.05$.; 2) умовні скорочення: фактори особистості за Р. Кетеллом: А (афектотимія – сизотимія), С (сила «Я» – слабкість «Я»), Е (домінантність – конформність), F (безпечність – стурбованість), G (сила – слабкість «Понад-Я»), Н (сміливість – боязкість), І (м'якість – твердість), L (підозрілість – довірливість), М (мрійливість – практичність), N (проникливість – наївність), О (схильність до відчуття провини – самовпевненість), Q₁ (радикалізм – консерватизм), Q₂ (самодостатність – залежність від групи), Q₃ (високий – низький самоконтроль), Q₄ (напруженість – розслабленість), Q_I (екстраверсія – інтроверсія), Q_{II} (тривожність – емоційна стабільність), Q_{III} (кортикальна жвавість – сенситивність), Q_{IV} (незалежність – покірність); показники комунікативної креативності: Л (легкість у спілкуванні), Сп (схильність до самопрезентації), Н (незалежність), К (конфліктність), ЕС(с) (емоційна стійкість у спілкуванні), М (схильність до маніпулювання), Е (експресивність), КК (комунікативна компетентність), ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності); показники соціального інтелекту: Суб 1 (субтест 1 (історії з завершенням), Суб 2 (субтест 2 (групи експресії), Суб 3 (субтест 3 (вербальна експресія), Суб 4 (субтест 4 (історія з доповненням), КО (комполитна оцінка).

Аналіз кореляційних зв'язків між показниками комунікативної креативності, показниками соціального інтелекту та факторів особистості за Р.Кетеллом свідчить про те, що: показник А (афектотимія) виявляє додатній зв'язок на 1% рівні з показником комунікативної креативності Л (легкість у спілкуванні), з показником соціального інтелекту Суб 2 (групи експресії) та на 5% рівні з показником соціального інтелекту Суб 1 (історії з завершенням).

Показник С (сила «Я» – слабкість «Я»), виявляє додатні зв'язки на 5% рівні з показниками комунікативної креативності: Л (легкість у спілкуванні), Сп (схильність до самопрезентації), додатній 1% зв'язок з: М (схильність до

маніпулювання) та від'ємний 1% зв'язок з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності).

Показник Е (домінантність – покірність), виявляє додатні зв'язки на 1% рівні з показниками комунікативної креативності: Л (легкість у спілкуванні), Сп (схильність до самопрезентації) та від'ємний 5% зв'язок з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності) та з показником соціального інтелекту Суб 2 (групи експресії). Від'ємний зв'язок на 1% рівні простежується з показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія) та КО (композитна оцінка).

Показник F (Безпечність – стурбованість) виявляє від'ємний зв'язок на 5% рівні з показником комунікативної креативності Л (легкість у спілкуванні).

Показник G (слабкість "Понад - Я" – сміливість), виявляє зв'язки на 1% рівні з показниками комунікативної креативності: додатній з Сп (схильність до самопрезентації) та від'ємний зв'язок з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності). З показниками соціального інтелекту простежуються від'ємні зв'язки: на 1% рівні з показником Суб 2 (групи експресії), на 5% рівні зв'язок з показником КО (композитна оцінка).

Показник H (сміливість – боязкість), виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні з показником комунікативної креативності Л (легкість у спілкуванні), додатній 1% зв'язок з: М (схильність до маніпулювання), Сп (схильність до самопрезентації). З показниками соціального інтелекту простежуються додатні зв'язки: на 1% рівні з показниками Суб 1 (історії з завершенням), КО (композитна оцінка) та на 5% рівні – з показником Суб 3 (вербальна експресія).

Показник I (м'якість – твердість) виявляє додатні зв'язки на 1% рівні з показниками комунікативної креативності: ЕС(с) (емоційна стійкість у спілкуванні) та з ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності) також додатні зв'язки на 1% рівні з показниками соціального інтелекту Суб 1 (історії з завершенням), Суб 2 (групи експресії), Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка).

Показник L (підозрілість – довірливість), виявляє від'ємний 1% зв'язок з показником Л (легкість у спілкуванні), та додатній 1% зв'язок з: К (конфліктність) та з показником М (схильність до маніпулювання).

Показник M (мрійливість – практичність), виявляє додатні зв'язки на 1% рівні з показниками комунікативної креативності: Сп (схильність до самопрезентації), К (конфліктність), ЕС(с) (емоційна стійкість у спілкуванні), та з ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності). З показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) простежуються від'ємний зв'язок на 5% рівні.

Показник N (проникливість – наївність) виявляє додатні зв'язки на 1% рівні з показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка).

Показник Q1 (радікалізм – консерватизм) виявляє додатній зв'язок на 1%

рівні з показником комунікативної креативності Сп (схильність до самопрезентації). А з показником соціального інтелекту Суб 2 (групи експресії) виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні.

Показник Q2 (самодостатність - залежність від групи), виявляє додатній зв'язок на 1% рівні з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності) та з показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка).

Показник Q3 (високий самоконтроль - низький самоконтроль), виявляє зв'язки на 1% рівні з показниками комунікативної креативності: додатній з Сп (схильність до самопрезентації) та з М (схильність до маніпулювання), від'ємний зв'язок з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності). З показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) виявляє додатній зв'язок на 1% рівні.

Показник Q4 (напруженість – розслабленість), виявляє від'ємний 5% зв'язок з показником Л (легкість у спілкуванні), та додатній 5% зв'язок з показником К (конфліктність). З показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні.

Показник QI (екстраверсія – інтроверсія), виявляє додатній 1% зв'язок з К (конфліктність) та додатній 5% з зв'язок показником М (схильність до маніпулювання). З показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні.

Показник QII (тривожність - емоційна стабільність), виявляє додатній зв'язок на 1% рівні з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності). З показниками соціального інтелекту Суб 1 (історії з завершенням), Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні.

Показник QIII (кортикальна жвавість – сенситивність), виявляє від'ємні зв'язки на 1% рівні з показниками комунікативної креативності: Л (легкість у спілкуванні), ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності) та додатній 5% зв'язок з показником Сп (схильність до самопрезентації). З показниками соціального інтелекту Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні.

Показник QIV (незалежність – покірність), виявляє додатний зв'язок на 5% рівні з показником комунікативної креативності Л (легкість у спілкуванні), додатній 1% зв'язок з: Сп (схильність до самопрезентації), М (схильність до маніпулювання) та від'ємний 1% зв'язок з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності). З показниками соціального інтелекту Суб 1 (історії з завершенням), Суб 3 (вербальна експресія), КО (композитна оцінка) виявляє від'ємний зв'язок на 1% рівні та на 5% рівні з показником Суб 2 (групи експресії).

Отримані зв'язки свідчать про те, що вираженість соціального інтелекту супроводжується такими якостями як товариськість, добродушність, легкість

спілкування, гнучкість, пристосування, готовність до співдружності, сміливість, відзивчивість, беззаботність, рішучість, сентиментальність, чутливість, ніжність, м'якість, честолюбність, стриманість, дипломатичність, незалежність, самостійність орієнтація на соціальні контакти, наявність достатнього самоконтролю, покірність, конформність, непостійність, мінливість, легковажність, безвідповідальність, аморальність, недобросовісність, практичність, реальність, надійність у практичних питаннях, спокій, твердість, нефрустрованість, врівноваженість, байдужість.

Також було отримано значущі кореляційні зв'язки між показниками комунікативної креативності та показниками соціального інтелекту. Цей взаємозв'язок демонструє, що контактність, відкритість, тактовність, доброзичливість і сердечність, тенденція до психологічної близькості в спілкуванні є невід'ємною частиною розвиненої здатності до рефлексії та супроводжується вибірковістю у виборі контактів, тривожністю, низьким ресурсом комунікативних засобів віддаючи перевагу вербальному способу спілкування, не використовується тиск, а використовується принцип відкритого спілкування, де точка зору висловлюється як пропозиція.

Проведений кореляційний аналіз показав наявність специфічних взаємозв'язків між показниками комунікативної креативності, соціальним інтелектом, факторів особистості Р. Кеттелла. Це дало нам підстави для проведення якісного аналізу, якій дозволяє групувати досліджуваних за вираженістю певної ознаки і вивчати їх психологічні характеристики.

При відборі представників груп з високим і низьким рівнем комунікативної креативності, попередньо «сирі» бали переводилися у процентилях. Саме таким чином розподіл значень наближався до нормального розподілу. Це дало нам можливість виділити групи осіб з високим (ЗПКК⁺) (четвертий квартиль розподілу – від 75 до 100 процентиля) і низьким (ЗПКК⁻) (перший квартиль розподілу – від 0 до 25 процентиля) рівнем загального показника комунікативної креативності.

На рис. 1 надано профілі соціального інтелекту в групах осіб з високим і низьким рівнем комунікативної креативності.

Рис. 1 Профілі показників соціального інтелекту осіб з різними рівнями комунікативної креативності

Згідно даного рисунку, особи з високим рівнем комунікативної креативності (ЗПКК⁺) можуть часто робити помилки (в тому числі і протиправні дії), потрапляти в конфліктні, а можливо, і в небезпечні ситуації тому, що невірно уявляють собі результати своїх дій або вчинків інших. Вони погано орієнтуються в загальноприйнятих нормах і правилах поведінки. Вони стикаються з труднощами в аналізі ситуацій міжособистісної взаємодії і, як наслідок, погано адаптуються до різного роду взаємин між людьми (сімейних, ділових, дружніх та інших). Можуть відчувати труднощі в розумінні і прогнозуванні поведінки людей, що ускладнює взаємини і знижує можливості соціальної адаптації.

Низький рівень комунікативної креативності (ЗПКК⁻) свідчить, про те, що такі особи здатні передбачати подальші вчинки людей на основі аналізу реальних ситуацій спілкування (сімейного, ділового, дружнього), передбачати події, базуючись на розумінні почуттів, думок, намірів учасників комунікації. Їхні прогнози можуть виявитися помилковими, якщо вони будуть мати справу з людьми, що ведуть найнесподіванішим, нетиповим чином. Такі люди вміють чітко вибудовувати стратегію власної поведінки для досягнення поставленої мети. Вміють аналізувати складні ситуації взаємодії людей, розуміють логіку їх розвитку, відчують зміну сенсу ситуації при включенні в комунікацію різних учасників. Шляхом логічних умовиводів вони можуть добудовувати невідомі, відсутні ланки в ланцюзі цих взаємодій, передбачати, як людина поведе себе надалі, відшукувати причини певної поведінки. Здатні витягти

максимум інформації про поведінку людей, розуміти мову невербального спілкування, висловлювати швидкі і точні судження про людей, успішно прогнозувати їх реакції в заданих обставинах, проявляти далекоглядність у відносинах з іншими, що сприяє їх успішної соціальної адаптації.

Висновки. Емпіричне дослідження показало наявність багатозначності зв'язків між показниками комунікативної креативності, показниками соціального інтелекту та спектром рис особистості, що відображені у факторній структурі за Р. Кеттеллом.

Якісний аналіз показав, що осіб з високим рівнем комунікативної креативності можна охарактеризувати як товариських, відкритих, готових до співпраці, уважних до інших, активних в усуненні конфліктів у групі, готових прийняти точку зору іншого. Спостерігається легкість у встановленні безпосередніх, міжособистісних контактів. Вони відрізняються життєрадісністю, імпульсивністю, безтурботністю, нерозумністю у виборі партнерів по спілкуванню, експресивністю, експансивністю, емоційною яскравістю у відносинах між людьми, динамічністю спілкування, яка передбачає емоційне лідерство в групах. Їм властива незалежність суджень, поглядів і поведінки, наявність інтелектуальних інтересів, розвинуте аналітичне мислення, сприйнятливості до змін, до нових ідей.

Представники групи осіб з низьким рівнем комунікативної креативності характеризуються насамперед, скритністю, відокремленістю, відчуженістю, недовірливістю, нетовариськістю, замкнутістю, критичністю, схильністю до об'єктивності, ригідністю, до зайвої строгості в оцінці людей. Відрізняються труднощами у встановленні міжособистісних, безпосередніх контактів, обережністю, розсудливістю у виборі партнера по спілкуванню, схильністю до занепокоєння, занепокоєнням про майбутнє, песимістичністю у сприйнятті дійсності, стриманістю у прояві емоцій, не спроможністю відстояти та продемонструвати свою думку, схильністю до конформізму. Виражені такі риси як консервативність, стійкість по відношенню до традицій, схильність до моралізації і моралей, вузькість інтелектуальних інтересів, орієнтація на конкретну реальну діяльність.

Література:

1. Белоусова Р. В. Индивидуальные особенности коммуникативной креативности. *Вісник Харківського університету*, 2002. № 550. С. 15-17.
2. Гилфорд, Дж. Структурная модель интеллекта. Психология мышления. М., 1965. 456 с.
3. Ильиных А. Е. Психологические аспекты развития социальной креативности студентов. *Вестн. Томского гос. пед. унта (TSPU Bulletin)*. 2011. Вып. 6 (108). С. 199–203
4. Емельянов Ю. Н. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности. М.: Просвещение, 1995. 183 с.
5. Калина Н. Ф. Диагностика социального интеллекта личности. *Журнал практического психолога*, 1999. №5. С.159-178.
6. Куницына В. Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение. *Теоретические и прикладные вопросы психологии*. Вып. 1. Ч.1. СПб., 1995. С. 48-61.

7. Санникова О. П. Феноменология личности. Избранные психологические труды. Одесса: СМІЛ, 2003. 256 с.

References:

1. Belousova, R. V. (2002). Individual'nye osobennosti kommunikativnoj kreativnosti [Individual features of communicative creativity]. *Visnik Harkivs'kogo universitetu - Bulletin of Kharkiv University*, 550, 15-17 [in Russian].
2. Gilford, Dzh. (1965). *Strukturnaja model' intellekta. Psihologija myshlenija* [Structural model of intelligence. Psychology of thinking]. M. [in Russian].
3. Il'inyh, A. E. (2011). Psihologicheskie aspekty razvitija social'noj kreativnosti studentov [Psychological aspects of the development of social creativity of students]. *Vestn. Tomskogo gos. ped. unta (TSPU Bulletin) - Vestn. Tomsk state ped. fur boots (TSPU Bulletin)*, 6 (108), 199–203 [in Russian].
4. Emel'janov, Ju. N. (1995). *Teorija formirovanija i praktika sovershenstvovanija kommunikativnoj kompetentnosti* [Theory of formation and practice of improving communicative competence]. M.: Prosveshhenie [in Russian].
5. Kalina, N. F. (1999). Diagnostika social'nogo intellekta lichnosti [Diagnostics of the social intelligence of the individual]. *Zhurnal prakticheskogo psihologa - Practical Psychologist Journal*, 5, 159-178 [in Russian].
6. Kunicyna, V. N. (1995). Social'naja kompetentnost' i social'nyj intellekt: struktura, funkcii, vzaimootnoshenie [Social competence and social intelligence: structure, function, relationship]. *Teoreticheskie i prikladnye voprosy psihologii - Theoretical and applied questions of psychology*, 1, 48-61 [in Russian].
7. Sannikova, O. P. (2003). *Fenomenologija lichnosti* [Phenomenology of personality]. Odessa: SMIL [in Russian].