

УДК 159.923.2

DOI <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2020.1-1.34>**К. В. Єрмоленко**аспірант кафедри психології  
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»**М. С. Савченко**аспірант кафедри психології  
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

## СОЦІАЛЬНА КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОМУНІКАТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ

*Майбутнє будь-якого сучасного суспільства, перспективи якості його життя і соціального розвитку значною мірою зумовлюються не просто соціальними комунікаціями, а соціальною креативністю. На цьому етапі сучасної освіти, процеси засновані на тісній взаємодії його учасників в умовах постійних змін, які передбачають уміле використання комунікативних здібностей, прийняття нестандартних, креативних рішень, що сприяють ефективній організації спільної діяльності. Аналізуючи вузівську практику, можна зазначити, що формуванню соціальної креативності студентів на етапі професійної підготовки не приділяється достатньої уваги, вона формується істотно безсистемно і неповно.*

*Соціальна креативність студентів є метою системи і дає змогу вирішувати комунікативні завдання в нових, непередбачуваних умовах. При вирішенні проблеми дослідження розглядалися теоретичні питання: аналіз, синтез складників соціальної креативності, комунікативність як якість особистості, взаємозв'язок особистісних якостей із вербальною та невербальною комунікацією, оцінка предметної соціальної креативності майбутніх психологів, навчання та аналіз результатів з метою визначення ефективності цього компонента. Дослідження сконцентроване навколо вивчення психологічних складників, які входять до складу соціальної креативності, зокрема розвитку комунікативної здатності студентів у процесі фахової підготовки майбутніх психологів та можливостей подальшої розвивальної роботи в цьому напрямі.*

*Встановлено, що соціально-креативній особистості притаманні гнучкість поглядів, схильність до незалежності, розвиненої емпатії, схильність до самопрезентації, низька конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, експресивність, комунікативна компетентність. Доведено, що характеристики комунікативної ефективності утворюють систематичні зв'язки з показниками, що характеризують соціальну креативність, найбільше це стосується показників гнучкості та розробленості з одного боку та показників прагнення до домінування та товаришкості – з іншого.*

**Ключові слова:** творчість, особистість, спілкування, взаємодія, професійна підготовка, структура, показник, зв'язок.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасного інформаційного суспільства проблема діагностики та розвитку соціальної креативності набуває виняткової соціальної значущості і практичної актуальності. Сучасні перетворення у всіх сферах нашого суспільства актуалізують проблему оновлення пріоритетів і привнесення нових першорядних завдань у процес підготовки студента в умовах освітнього простору вишу. Мінливість сучасного світу зумовила посилення вимог у системі вищої освіти щодо розвитку соціально-креативних складників майбутнього психолога в системі освіти, які є основою формування соціально інтегрованої, комунікабельної, креативної та успішної особистості, яка здатна до самореалізації, оскільки професія психолога вимагає безліч особистісних якостей, котрі мають соціальну природу та можуть безпосередньо впливати на подальшу професійну діяльність.

**Мета статті.** Метою нашого дослідження було вивчення зв'язку показників вербальної креативності (оскільки саме вона суттєво зумовлює комунікативну ефективність) з іншими характеристиками соціальної креативності студентів – майбутніх психологів. Для цього вважаємо за необхідне розв'язати такі завдання дослідження: 1) здійснити теоретико-методологічний аналіз психологічної проблеми співвідношення соціальної креативності з іншими показниками комунікативного функціонування майбутнього психолога; 2) виділити, описати та інтерпретувати основні емпіричні закономірності зв'язку виділених показників соціальної креативності та характеристик комунікативного функціонування майбутніх психологів.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасній психологічній науці досить повно розкривається проблематика психології творчості особистості. Вивчені як теоретичні питання загальних і спеціальних

здібностей, так і специфіка різних видів творчої діяльності та обдарованості. У психології багато уваги відведено дослідженню окремих параметрів, критеріїв, форм прояву і характеристик креативності, а також вивчається процес розвитку креативності та методики її діагностики. Такі дослідження проводили Е. Торранс, Ф. Баррон, Дж. Гілфорд, Р. Кратчфилд, Т. Любарт, Д. Харрінгтон, Р. Стернберг, К. Тейлор та інші вчені, які належать до різних наукових шкіл і напрямів.

На думку А.А. Жолдасбекова та співавторів, креативність – насамперед повна протилежність шаблонного, стандартного мислення, яке не дає можливості різноманітного вибору у процесі пошуку рішень і проблемних ситуацій. Все це призводить до банальних ідей і звичайного погляду на речі та не дає змоги знаходити оригінальне розв'язання поставлених завдань; до того ж креативність робить процес мислення захоплюючим і допомагає знаходити нові рішення старих проблем [2].

Багато дослідників пропонують розрізнати креативність залежно від видів діяльності, в яких виявляються різні здібності. Відповідно до цього виділяють математичну, музичну, наукову, технічну, літературну, художню творчість тощо. Інші дослідники пропонують аналізувати творчі здібності, не пов'язані з конкретними областями діяльності. Наприклад, концепцію обдарованості А.М. Матюшкин розкриває як загальну передумову до творчості, яка може проявлятися в будь-якій професії, науці та творчості, як передумову становлення і розвитку творчої особистості. Автор виділяє інтелектуальну, академічну, творчу, соціальну, лідерську, психомоторну, духовну обдарованості та ін. [6].

Вивчаючи проблему саме соціальної креативності креативності, необхідно зазначити недостатню розробленість терміна, відсутність його в психологічних словниках при існуванні різних підходів до його розгляду. Ми маємо розділити поняття «креативність» та «соціальна креативність», надати визначення вищевказаного терміна, докладно і більш детально описати особистісні компоненти і розглянути структуру та функції.

У вітчизняній психологічній науці поняття «соціальна креативність», у принципі, не зустрічається чи зустрічається фрагментами, найчастіше креативність у соціальному контексті замінюється такими термінами, як «комунікативна креативність» (А.А. Голованова), «креативність» у сфері спілкування (С.Ю. Канн), «соціально-психологічна креативність» (Н.А. Тюрміна), «соціальна уява» (А.А. Бодальов), «психологічна проникливість» (А.А. Борисова), «комунікативна креативність» (Т.Ю. Осипова), «креативність (творчість) у спілкуванні» (В.А. Кан -Калик).

Деякі автори пропонують широке і вузьке розуміння соціальної креативності. Так, широке розуміння цього виду креативності має на увазі творче ставлення до спілкування, вузьке – його включеність у це відношення [3]. А.А. Попель розглядає соціальну креативність як «здатність людини оперативно знаходити й ефективно застосовувати нестандартні, оригінальні творчі рішення ситуацій міжособистісної взаємодії» [5, с. 12].

У неординарному вирішенні проблемних ситуацій, завдань, конфліктів у спілкуванні проявляється соціальна креативність, яка дає змогу створювати щось нове у сфері міжособистісної взаємодії і властива здебільшого соціально адаптованим особам, які не відчують ситуаційної напруги в соціальній взаємодії [6]. В.М. Куніцина розглядає соціальну креативність як багатовимірну складну структуру, що має такі аспекти: комунікативно-особистісний потенціал; характеристики самосвідомості; соціальні перцепція, мислення, уява і уявлення, здатність до моделювання соціальних явищ, розуміння людей і рушійних мотивів [4, с. 235–237].

М.В. Саврасов зазначає, що структура соціальної креативності виступає багатофакторним гетерономним утворенням особистісної природи, а в її структурі більш вагомо проявляються чинники низького рівню особистісної тривожності, вираженої сили «Я», гнучкості поглядів, схильність до незалежності, низького рівню агресивності, розвинутої емпатії, легкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, низька конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, схильність до маніпулювання, експресивність, комунікативна компетентність [7].

На думку Є.Ю. Чичук, розвиток соціальної креативності в процесі підготовки майбутнього психолога забезпечується системним розвитком властивостей і здібностей, складниках творчого і комунікативного потенціалу його особистості. Авторка наголошує на важливій ролі ціннісного компоненту особистісного потенціалу і самоактуалізації в розвитку соціальної креативності майбутніх психологів та прогнозує домінуючий вплив на її розвиток фактора креативності як загальної творчої здібності особистості, провідне значення властивостей комунікативного потенціалу особистості (потреби в спілкуванні і способи її задоволення особистістю), що підтверджує її гіпотезу про визначальну роль особистісного потенціалу у взаємозв'язку його творчого і комунікативного компонентів у формуванні соціальної креативності студентів [8].

Щодо висновків теоретичного характеру з розв'язання проблеми, є як наукові думки про неоднозначні зв'язки між соціальною і предметною креативністю, в тому числі про те, що креативність властива більшою мірою соціально адап-

тованим особам, так і спроби визначити сутність соціальної креативності через особистісно-комунікативні особливості суб'єктів.

Як методи та методики емпіричного дослідження нами використані процедура аналізу ступеня статистичної достовірності розбіжностей середніх значень виділених емпіричних показників (непараметричний критерій t-Ст'юдента), методика «Тест діагностики міжособистісних відносин Тімоті Лірі» в адаптації Л.М. Собчик; методика «Опитувальник афіліації А. Мехрабіана» в адаптації М.Ш. Магомед-Емінова; тест вербальної креативності (RAT) С. Медніка (адаптація А.Н. Вороніна). Як певні характеристики соціальної креативності майбутнього психолога намагаємося розглядати показники прагнення до прийняття та страху відсторонення, домінування-підкорення і товариськості-агресивності. Як характеристики комунікативної ефективності майбутнього психолога розглядаємо показники бігкості, гнучкості, оригінальності та розробленості вербальної креативності, оскільки саме вони забезпечують продуктивність комунікативних процесів у навчальній та професійній діяльності майбутнього психолога. До складу емпіричної вибірки увійшли студенти першого, третього та п'ятого років навчання спеціальності «053 Психологія» факультету гуманітарної та економічної освіти ДВНЗ «ДДПУ» (м. Слов'янськ) загальною кількістю 180 осіб.

Нижче нами представлено результати аналізу статистичної достовірності зв'язків виділених емпіричних показників вербальної креативності (бігкість, гнучкість, оригінальність, розробленість) та показників афіліації (прагнення до прийняття та страху відсторонення) і показників домінування-підкорення і товариськості-агресивності студентів-психологів. Встановлено, що показник бігкості вербальної креативності утворює статистично достовірний позитивний зв'язок із показником домінування ( $p < 0,05$ ) та статистично достовірний негативний зв'язок з показником страху відсторонення ( $p < 0,05$ ). При цьому по показниках товариськості та прагнення до прийняття показник бігкості вербальної креативності не утворює достовірних зв'язків. Швидше за все, бігкість у продукуванні вербальних асоціацій значно активізується тенденції до першості, лідерства, конкурсування з оточуючими, водночас показник страху відсторонення пригнічує в людини бажання змагатися, випереджати інших конкурувати з ними тощо.

Нами виявлено, що показник гнучкості вербальної креативності утворює статистично достовірний позитивний зв'язок із показником товариськості ( $p < 0,01$ ) та статистично достовірний позитивний зв'язок із показником страху відсторонення ( $p < 0,05$ ). При цьому по показниках домінування та страху відсторонення показник гнучкості

вербальної креативності не утворює достовірних зв'язків. Швидше за все, гнучкість у продукуванні вербальних асоціацій стимулюється прагненням людини встановлювати близькі, комфортні взаємини з оточуючими, шукати компроміс, уважно добирати вислови тощо. Разом із тим у структурі психічної якості прагнення до прийняття, включення у склад певної групи, встановлення ефективної комунікації із представниками певної спільноти показник гнучкості вербальних асоціацій відіграє важливу роль.

Встановлено, що показник оригінальності вербальної креативності утворює статистично достовірний позитивний зв'язок із показником домінування ( $p < 0,05$ ) та не утворює статистично достовірних зв'язків по показниках товариськості, прагнення до прийняття та страху відсторонення. Можливо, оригінальність вербальних асоціацій тісно пов'язана з показником домінування, оскільки розвинена здібність людини відрізнитися від інших може згодом викликати в її уяві підсвідомий потяг бути вищою за інших, кращою за інших, виразнішою за інших тощо.

Нами з'ясовано, що показник розробленості вербальної креативності утворює статистично достовірний позитивний зв'язок із показниками домінування ( $p < 0,05$ ), товариськості ( $p < 0,01$ ) та показником прагнення до прийняття ( $p < 0,05$ ). Разом із тим не спостерігається статистично достовірний зв'язок між показниками розробленості вербальної креативності та показником страху відсторонення. Можемо припустити, що показник розробленості вербальної креативності за своєї природою та психологічним змістом тісно пов'язаний з якість психіки вольового спрямування, оскільки забезпечує досконалість, презентабельність та якість втілення вербальної асоціації в повсякденне життя. Отже, саме на тлі вольового підґрунтя бере свій початок прагнення до домінування (як таке, що вимагає стійкості, незламності), товариськості (що подекуди залежить від терплячості, вміння співчувати тощо) та прагнення до прийняття (що вимагає від людини наполегливості, сили волі) тощо. Зауважимо, що виділені характеристики комунікативної ефективності утворюють систематичні зв'язки з показниками, що характеризують соціальну креативність, найбільше це стосується показників гнучкості та розробленості, з одного боку та показників прагнення до домінування та товариськості – з іншого боку.

**Висновки.** Підбиваючи підсумки проведеного дослідження, зауважимо: 1) соціальна креативність включає до своєї структури комунікативно-особистісний якості, характеристики самосвідомості, показники соціальної перцепції, мислення, здатність до моделювання соціальних явищ, розуміння людей та мотивів їхньої поведінки;

2) найчастіше соціально-креативній особистості притаманні риси вираженої сили «Я», гнучкості поглядів, схильність до незалежності, розвинутої емпатії, схильність до самопрезентації, низька конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, експресивність, комунікативна компетентність; 3) виділені характеристики комунікативної ефективності утворюють систематичні зв'язки з показниками, що характеризують соціальну креативність, найбільше це стосується показників гнучкості та розробленості з одного боку та показників прагнення до домінування та товариськості – з іншого. Надалі перспективним видається з'ясування змістово-динамічних аспектів реалізації соціальної креативності на різних етапах навчально-професійної діяльності майбутнього психолога.

#### Література:

1. Банюхова А.Е. Социальное поведение творческой личности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика.* 2018. № 2. С. 271
2. Жолдасбеков А.А., Ажибеков К.Ж., Мамбетов М.К., Жолдасбекова К.А., Сихымбаев К.С. Развитие креативного мышления студентов в процессе обучения. *Международный журнал экспериментального образования.* 2015. № 2-2. С. 136–137.
3. Ильиных А.Е. Социальная креативность личности: психологическая структура. *Известия Саратовского университета.* Т. 11. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2011. Вып. 3. С. 74–76.
4. Куницына В.Н. Межличностное общение : [учебник для вузов] / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 544 с.
5. Макаренко Н.М. Психологічні чинники розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів : автореф. дис. ... канд. психол. Наук : 19.00.07. Київ, 2008. 20 с.
6. Матюшкин А.М. Концепция творческой одаренности. *Вопросы психологии.* 1989. № 6. С. 29–33
7. Саврасов М.В. Психологічний аналіз теоретико-методологічних передумов дослідження соціальної креативності майбутніх психологів / М.В. Саврасов, К.В. Єрмоленко. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Психологічні науки.* Миколаїв : МНПУ, 2016. № 1(16). С. 188–192.
8. Чичук Е.Ю. Побудительные основания социальной креативности личности (на материале социологических профессий) : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01. Краснодар, 2006. 220 с.

#### Yermolenko K. V., Savchenko M. S. Social creativity as a factor of communicative efficiency of future psychologists

*The future of any modern society, the prospects for its quality of life and social development are largely determined not just by social communications, but by social creativity. At this stage of modern education, the processes are based on the close interaction of its participants in the context of constant changes, which involve the skillful use of communicative abilities, making non-standard, creative decisions that contribute to the effective organization of joint activities. Analyzing university practice, we can say that the formation of students' social creativity at the stage of vocational training is not given enough attention; it is formed in many ways haphazardly and insufficiently.*

*Students' social creativity is the goal of the system and allows them to solve communicative tasks in new, unpredictable conditions. In solving the problem of research were considered theoretical issues: analysis, synthesis of components of social creativity, communication as a quality of personality, the relationship of personal qualities with verbal and non-verbal communication, assessment of subject social creativity of future psychologists, training and analysis of results to determine the effectiveness of the given. The research focuses on the study of the psychological components that are part of social creativity, in particular the development of students' communicative ability in the process of professional training of future psychologists and opportunities for further development work in this area.*

*It is established that the socio-creative personality possesses features of flexibility of views, tendency to independence, developed empathy, tendency to self-presentation, low conflict, emotional stability in communication, expressiveness, communicative competence. Communicative performance characteristics have been shown to form a systematic link to indicators that characterize social creativity, most notably flexibility and development in one direction, and a desire for dominance and friendliness in another direction.*

**Key words:** *creativity, personality, communication, interaction, training, structure, metric, communication.*