

КОМУНІКАТИВНА КРЕАТИВНІСТЬ ОСІБ  
ІЗ РІЗНИМ РІВНЕМ ТОВАРИСЬКОСТІ  
COMMUNICATIVE CREATIVITY OF PERSONS  
WITH DIFFERENT LEVELS OF SOCIETY

У статті викладено теоретико-емпіричні результати дослідження комунікативної креативності. Комунікативні властивості людини характеризують розвиток потреби у спілкуванні, ставлення до способу спілкування. Комунікативні навички включають: здатність проявляти ініціативу у спілкуванні, здатність бути активним, емоційно реагувати на стан партнерів по спілкуванню, сформувати та реалізувати власну індивідуальну програму спілкування, здатність до самостимуляції та до взаємного стимулювання у спілкуванні. Творчий потенціал людини проявляється у сфері соціальних контактів, міжособистісної взаємодії. Саме цей аспект феноменології креативності – здатність до творчого спілкування, комунікативна креативність – потрапляє у фокус сучасних наукових інтересів. Для вивчення особливостей комунікативної креативності осіб із різним рівнем товарисськості були використані такі методики: Тест-опитувальник товарисськості (О.П. Саннікова), тест-опитувальник комунікативної креативності (О.П. Саннікова, Р.В. Белоусова). Вибірку склали 65 осіб – студенти факультету дошкільної педагогіки та психології Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського. За допомогою проведеного кореляційного аналізу встановлено наявність значущих додатних і від'ємних взаємозв'язків між показниками комунікативної креативності та показниками товарисськості. Використання методу «асів» дозволило згрупувати досліджуваних за рівнем товарисськості та вивчити міжгрупові відмінності, що проявлялися у специфіці показників, які вивчалися. За ступенем загальної показника товарисськості були визначені групи досліджуваних із високим і низьким рівнем товарисськості. Дослідження прояву комунікативної креативності показало відмінності у специфіці комунікативної креативності, а також дозволило скласти психологічний портрет осіб із різним рівнем товарисськості.

**Ключові слова:** комунікативна креативність, товарисськість, рівні товарисськості.

This article presents the theoretical and empirical results of the study of communicative creativity. Communicative properties of man characterize the development of the need for communication, attitude to the way of communication. Communication skills include: the ability to take the initiative in communication, the ability to be active, emotionally responsive to the state of communication partners, to form and implement their own individual communication program, the ability to self-stimulation and mutual stimulation in communication. The creative potential of man is manifested in the field of social contacts, interpersonal interaction. It is this aspect of the phenomenology of creativity the ability to communicate creatively, communicative creativity – falls into the focus of modern scientific interests. The following methods were used to study the features of communicative creativity of people with different levels of sociability: Test-questionnaire of sociability (O.P. Sannikova), test-questionnaire of communicative creativity (O.P. Sannikova, R.V. Belousova). The sample consisted of 65 students of the Faculty of Preschool Pedagogy and Psychology of the South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushinsky. The correlation analysis revealed the presence of significant positive and negative relationships between indicators of communicative creativity and indicators of sociability. The use of the “aces” method allowed to group the subjects by the level of sociability and to study the intergroup differences, which were manifested in the specifics of the indicators that were studied. According to the degree of the general indicator of sociability, groups of subjects with a high and low level of sociability were determined. The study of the manifestation of communicative creativity showed differences in the specifics of communicative creativity, and also allowed to make a psychological portrait of people with different levels of sociability.

**Key words:** communicative creativity, sociability, levels of sociability.

УДК 159.922  
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.29.3>

**Бабчук О.Г.**

к.психол.н., доцент,  
завідувач кафедри сімейної та спеціальної педагогіки і психології  
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

**Кіосе Д.І.**

магістр дошкільної освіти  
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

Актуальність дослідження. У взаємодію з іншими людьми доводиться регулярно вступати кожній людині, яка живе у суспільстві. Від успішності цих контактів, від комунікативності, товарисськості залежить реалізація людиною своїх потреб, її емоційний комфорт. Поняття комунікативності необхідно доповнити елементами усвідомлення діяльнісного середовища (соціального та фізичного), яке оточує

людину, і здатністю впливати на нього для досягнення своїх цілей, робити свої дії зрозумілими для інших.

В. Кан-Калік [4] характеризує комунікативність як явище багатопланове, що поєднує низку компонентів, серед яких особливе значення мають комунікабельність, соціальна спорідненість, альтруїстичні тенденції. Автор наголошує на тому, що під «комунікабельністю»

доцільно розуміти здатність людини відчувати задоволення від процесу спілкування з іншими людьми. Під комунікативними властивостями особистості розуміються стійкі характеристики особливостей поведінки людини у сфері спілкування, значимі для її соціального оточення [7]. Комунікативні властивості особистості включають елементи як природних властивостей, так і психічних. Природні властивості вихідні, залежать від типу ВНД, вони визначають імпульси комунікативної діяльності, а також тонус і динаміку протікання психічних процесів.

Аналізуючи наукові дослідження комунікативних якостей особистості, можна відзначити, що креативність, яка виявляється у сфері спілкування, товарищескості, має свої особливості, на відміну від креативності у предметній діяльності. Специфіка креативності у сфері спілкування, товарищескості порівняно із предметною креативністю пов'язана з її змістом, рівнем складності вирішуваних завдань, походженням, динамікою розвитку, операціональними механізмами, місцем у структурі особистості, умовами розвитку і низкою інших особливостей.

На думку Г.А. Голованової «комунікативна креативність є здатністю особистості нестандартно й ефективно створювати нові можливості для вирішення проблем за рахунок активізації комунікативного фактору, здатністю до відкриття принципово нового або удосконаленого вирішення тієї чи іншої комунікативної задачі. Найбільш вираженими когнітивно-поведінковими показниками комунікативної креативності є: легкість у створенні великої кількості варіантів поведінки, гнучкість у зміні суб'єктом тактик реагування, оригінальність у створенні нестандартних способів вирішення комунікативних ситуацій [2].

З погляду Р.В. Белоусової, комунікативна креативність як цілісна властивість особистості включає комплекс інтелектуальних, емоційних і поведінкових особливостей індивіда, які сприяють нестандартному, нешаблонному рішення ситуацій, що виникають у спілкуванні, допомагають генерації оригінальних ідей і засобів спілкування, вибору найбільш оптимальних стратегій поведінки, розв'язанню проблем під час взаємодії з іншими людьми [1].

О.П. Саннікова зазначає, що комунікативна креативність як риса особистості сприяє творчому спілкуванню і забезпечує успішну взаємодію з іншими людьми. Автор вивчає формально-динамічні та якісні показники комунікативної креативності та розглядає комунікативну креативність як властивість, рису особистості, котра на формально-динамічному та якісному рівні може бути представлена такими показниками, як легкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, незалежність,

конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, схильність до маніпулювання, експресивність, комунікативна компетентність. Поєднання всіх параметрів конкретизується у загальному показнику комунікативної креативності [6].

Особливої значущості набуває дослідження особливостей комунікативної креативності у представників соціономічних професій. До спеціалістів цієї галузі, насамперед до педагогів і психологів висуваються більш високі вимоги щодо комунікативних і творчих якостей. Саме їх особистість, як відзначається у багатьох дослідженнях, безпосередньо включається у процес взаємодії з іншими людьми [5].

А.Є. Ільїних зазначає, що «відповідно до принципу системності будь-яке психологічне явище доцільно розглядати у комплексі з іншими психологічними властивостями», тому у структуру соціальної креативності, на її думку, слід включити:

- мотиваційні параметри: творчу позицію, прагнення до самовдосконалення, особистісного зростання, самоактуалізації, прагнення до творчого характеру взаємодії;

- когнітивні параметри: вербальну оригінальність як нестандартність використання вербальних засобів, мови, що виявляється у пошуку нових мовних конструкцій у повсякденних комунікативних ситуаціях;

- комунікативні параметри: вербальну сенситивність як здатність використовувати мовні засоби адекватно ситуації спілкування та сприймати інформацію без смислових спотворень; невербальна сенситивність як здатність адекватно використовувати у спілкуванні різні види невербальної комунікації; поведінкову сенситивність, що виявляється у здатності адекватно інтерпретувати поведінку інших людей, а також використовувати різні поведінкові стилі у взаємодії з іншими людьми відповідно до соціальної ситуації;

- емоційні параметри: продуктивну взаємодію, неможливу без здатності зрозуміти та відчути емоційний стан партнера; емпатію як важливий компонент у структурі, що супроводжує процес спілкування і сприяє підтримці емоційного фону в умовах прояву соціальної творчості;

- екзистенційні параметри: автентичність особистості, наявність мети в житті, осмисленість, відчуття часової перспективи [3, с.75].

До психодіагностичного інструментарію увійшли: тест-опитувальник товарищескості (О.П. Саннікова), тест-опитувальник комунікативної креативності (О.П. Саннікова, Р.В. Белоусова). Вибірку склали 65 осіб – студенти факультету дошкільної педагогіки та психології. За ступенем загального показника товарищескості були визначені групи досліджуваних із високим (Т+) і низьким рівнем

товариськості (Т-), що дало змогу дослідити їх психологічні особливості.

Теоретико-методологічний аналіз літератури дозволив виділити серед властивостей особистості, які аранжують, комунікативність, товариськість.

Для встановлення зв'язків між показниками комунікативної креативності та показниками товариськості був проведений кореляційний аналіз із застосуванням коефіцієнту Спірмена, котрий розраховувався за допомогою програми SPSS 13.0 for Microsoft Windows. Таким чином, за допомогою кореляційного аналізу ми групуємо простір заданих ознак і констатуємо взаємозв'язки між ними.

Результати кореляційного аналізу між досліджуваними показниками викладено в табл. 1.

Так, показник «потреба у спілкуванні» (ПС) виявив додатні зв'язки ( $p \leq 0,05$ ) із показниками «схильність до самопрезентації» (СС), «конфліктність» (К) і «загальний показник комунікативної креативності» (ЗКК) ( $p \leq 0,01$ ). Показник «ініціативність у спілкуванні» (Ін) має додатні зв'язки з показниками «легкість спілкування» (ЛС) ( $p \leq 0,01$ ), «схильність до самопрезентації» (СС) ( $p \leq 0,01$ ), «конфліктність» (К) ( $p \leq 0,01$ ), «експресивність» (Е) ( $p \leq 0,01$ ), загальний показник (комполитна оцінка)» (КО) ( $p \leq 0,01$ ). Показник «широта спілкування» (Ш) має додатні зв'язки з показниками «легкість спілкування» (ЛС) ( $p \leq 0,01$ ), «схильність до самопрезентації» (СС) ( $p \leq 0,05$ ), «загальний показник (комполитна оцінка)» (КО) ( $p \leq 0,01$ ). Показник «легкість у спілкуванні» (Л), «легкість спілкування» (ЛС)

( $p \leq 0,01$ ), «схильність до самопрезентації» (СС) ( $p \leq 0,05$ ), «конфліктність» (К) ( $p \leq 0,01$ ), «експресивність» (Е) ( $p \leq 0,05$ ), «комунікативна компетентність» (КК) ( $p \leq 0,01$ ), «загальний показник (комполитна оцінка)» (КО) ( $p \leq 0,01$ ). Показник «виразність у спілкуванні» (В) виявив додатні зв'язки із показниками «легкість спілкування» (ЛС) ( $p \leq 0,01$ ), «схильність до самопрезентації» (СС) ( $p \leq 0,01$ ), «незалежність» (Н), «конфліктність» (К) ( $p \leq 0,01$ ), «експресивність» (Е) ( $p \leq 0,01$ ), «загальний показник (комполитна оцінка)» (КО) ( $p \leq 0,01$ ) і від'ємний зв'язок із показником «емоційна стійкість у спілкуванні» (ЕС) ( $p \leq 0,05$ ). Загальний показник товариськості (ЗПТ) має додатні зв'язки з показниками «легкість спілкування» (ЛС) ( $p \leq 0,01$ ), «схильність до самопрезентації» (СС) ( $p \leq 0,01$ ), «конфліктність» (К) ( $p \leq 0,01$ ), «загальний показник (комполитна оцінка)» (КО) ( $p \leq 0,01$ ).

Аналіз наукових джерел дозволив визначити, що під комунікативною креативністю розуміється складна властивість особистості, яка характеризує її творчий потенціал, виявляється у спілкуванні та забезпечує успішність вирішення міжособистісних і соціальних завдань. Її структурними компонентами (показниками) є легкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, незалежність, конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, схильність до маніпулювання, експресивність, комунікативна компетентність. Вираженість цих компонентів, їх якісно-кількісне поєднання відображає індивідуальну специфіку прояву властивості.

Таблиця 1

**Значущі коефіцієнти кореляції між показниками товариськості та комунікативної креативності**

Показники комунікативної креативності	Показники товариськості					
	По	І	Ш	Л	В	ЗПТ
ЛС		547**	534**	657**	371**	522**
СС	331*	479**	303*	321*	462**	414**
Н					349**	
К	314*	352**		410**	530**	421**
ЕС					-292*	
Е		415**		282*	667**	439**
КК				408**		
КО	362**	461**	438**	665**	478**	541**

Примітки: 1) Коми та нулі опущені. 2) \*\* значущий кореляційний зв'язок на 1%-му рівні, \* – значущий кореляційний зв'язок на 5%-му рівні. 3) Умовні скорочення шкал комунікативної креативності: ЛС – легкість спілкування, СС – схильність до самопрезентації, Н – незалежність, К – конфліктність, ЕС - емоційна стійкість у спілкуванні, М – маніпулятивність (схильність до маніпуляцій), Е – експресивність, КК – комунікативна компетентність, КО – загальний показник (комполитна оцінка)

Для того, щоб перевірити це припущення та вивчити особливості комунікативної креативності в осіб із різним рівнем товарищескості, ми використовували метод «профілів». Під час відбору представників груп із високим і низьким рівнем товарищескості попередньо «сирі» бали переводилися у процентилі. Саме таким чином розподіл значень наближався до нормального розподілу. Це дало нам можливість виділити групи осіб із високим і низьким рівнем загального показника товарищескості. Отже, особи із загальним показником товарищескості у діапазоні від 0 до 25 процентиля склали групу з низьким рівнем товарищескості (Т-, n=20), особи із загальним показником у діапазоні від 75 до 100 процентиля склали групу з високим рівнем товарищескості (Т+, n=10).

На рис. 1 представлені профілі показників комунікативної креативності осіб із високим і низьким рівнем товарищескості.

Аналіз отриманих результатів, інтерпретації авторів опитувальників, а також дані, отримані з літературних джерел, дозволили нам описати особливості комунікативної креативності груп осіб із різним рівнем товарищескості.

Отже, особам із високим рівнем товарищескості властива легкість у спілкуванні (Л+) і незалежність (Н+). Вони невимушено вступають у контакти з новими людьми, вміють ефективно й успішно виступати перед численною аудиторією, завжди можуть підтримати розмову (навіть якщо вона була розпочата без них), тобто вміють органічно вливатися у взаємодію, мають розвинену здібність до швидкого встановлення близьких контактів із людьми, спрямованість на суб'єкт-суб'єктне спілкування, відрізняються гнучкістю поведінки, здатністю швидко реагувати на мінливі аспекти ситуації. Щодо незалежності, то це особистості із критичним сприйняттям поглядів і думок, із власною позицією, вмінням її відстоювати. Вони схильні ігнорувати думки, якщо вважають їх неправильними, не підкорюються груповому тиску, у вимушених обставинах роблять це з великими труднощами, можуть ігнорувати соціальні умовності (К+).

Вираженість емоційної стійкості (ЕС+) свідчить про емоційну зрілість, несхильність до обурення, вміння управляти власними емоціями, мобілізувати та спрямовувати психічну

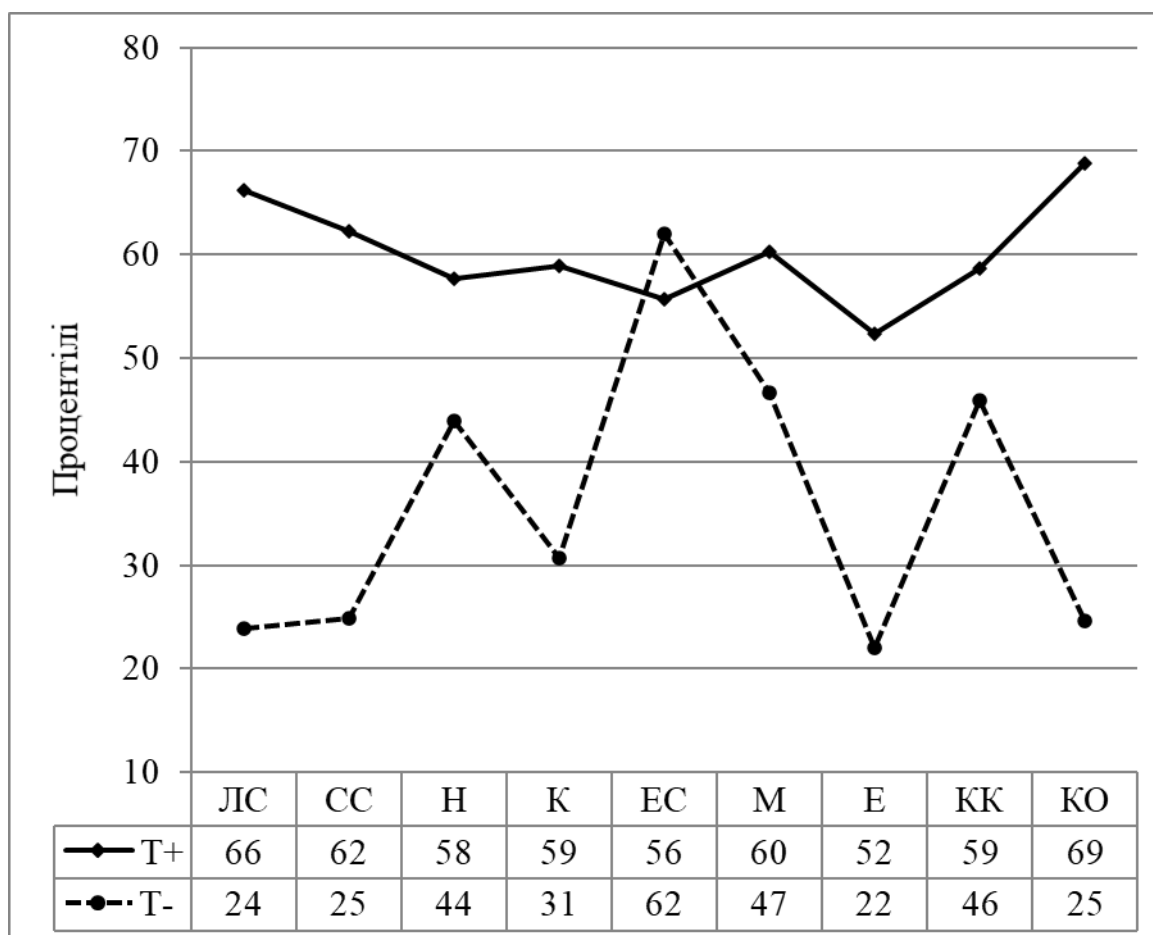


Рис. 1. Профілі комунікативної креативності груп осіб із високим і низьким рівнем товарищескості

енергію в конструктивне русло, в реалізацію планів та ідей, проявляти наполегливість у досягненні меті. Проявляють спонтанність, мають тенденції повноцінно переживати те, що відбувається, за принципом «тут і тепер», адекватно самовиражатися у спілкуванні, бути експресивними (E+). Можуть бути схильними до самопрезентації (Sp+), артистичного самоподання, однак не турбуються ефектами, які справляють на оточуючих, не змішують само-розкриття із самопред'явленням, не переймаються стратегіями та тактиками управління враженнями, які справляють на оточуючих.

До того ж їм не властива схильність до маніпулювання іншими. Маніпулювання (M+) може мати місце швидше як управління процесом спілкування. Помірна вираженість комунікативної компетентності (KK+) свідчить про те, що ці особи мають достатній рівень знань, вмінь і навичок для того, щоб встановлювати та підтримувати необхідні контакти з людьми та забезпечувати успішність спілкування.

Отже, представників цієї групи можна охарактеризувати як комунікативно креативних (ЗПКК+), їх спілкування відрізняється незалежністю, оригінальністю, легкістю. У спілкуванні, у міжособистісних і соціальних відносинах такі особи проявляють креативність, свій творчий потенціал, і це допомагає їм ефективно й успішно вирішувати завдання цих відносин, робить їх цікавими співбесідниками та партнерами для різноманітних стосунків, котрі збагачують себе та інших у живому процесі спілкування, у повсякденному житті, у професійному спілкуванні.

Комунікативна креативність групи осіб із низьким рівнем товарищескості (Т-) характеризується труднощами налагодження нових контактів (Л-), їм важко вступити у розмову, якщо вона була розпочата без них, увійти у вже створену групу. Притаманна невиразність невербальної мови, бідність, монотонність вербальних засобів спілкування, а саме інтонації, темпу, тону тощо (Е-). Вони конформні, залежні, переважно керуються не своїми поглядами та переконаннями. Їм важко відстоювати власну думку, тому вони схильні до підкорення авторитетам, ідуть за більшістю. У таких людей не розвинута ідея суб'єктивної доцільності, вони не можуть відчувати й поводитися незалежно (Н-). Не схильні до самопрезентації, тому що вважають її позерством, їм байдуже, як їх сприймають інші, вони не переймаються своїм оригінальним самовиразом,

самоподанням, враженням, яке справляють на інших, позбавлені артистичності у самопрезентації (Sp-).

Недостатньо виражена конфліктність (К-) свідчить про покірливість, ригідність, бажання всіх задовольнити (навіть коли це заважає їхнім власним інтересам), нездатність відстоювати власну думку. Не схильні до маніпулювання (М-), однак ця характеристика не повністю відсутня, тобто цих осіб не можна вважати безхитрими. Мають низький ресурс комунікативних засобів (знань, вмінь, навичок) і, як наслідок, зазнають труднощів у сфері спілкування, у міжособистісних стосунках. Загалом можна зробити висновок про те, що у цих осіб не виражений цілий комплекс характеристик, які становлять комунікативну креативність.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Отже, метод профілів дозволив визначити специфіку прояву комунікативної креативності та широкого спектру властивостей в осіб із різним рівнем товарищескості. Аналіз отриманих профілів показав, що кожна досліджувана група осіб – представників різних рівнів товарищескості характеризується специфікою комунікативної креативності, що проявляється як у специфічному поєднанні параметрів, так і в рівнях, котрих досягають показники. Це відбувається, передусім в особливостях конфігурації кожного профілю і його розташуванні відносно середньої лінії ряду.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Белоусова Р.В. Индивидуальные особенности коммуникативной креативности. *Вісник Харківського університету*. 2002. № 550. С. 15–17.
2. Голованова А.А. Креативное общение. Саратов : Изд-во Саратов. пед. ин-та, 2000. 128 с.
3. Ильиных А.Е. Социальная креативность личности: психологическая структура. *Известия Саратовского университета*. Т. 11. Сер. Философия. Психология. Педагогика. Вып. 3. 2011. С. 74–76.
4. Кан-Калик В.А., Ковалев Г.А. Педагогическое общение как предмет теоретического и прикладного исследования. *Вопросы психологии*. 1985. № 4. С. 16–20.
5. Санникова О.П. Эмоциональность в структуре личности. Одесса : Хорс, 1995. 334 с.
6. Санникова О.П., Белоусова Р.В. Оценка показателей коммуникативной креативности с помощью оригинальной методики. *Наука і освіта*. 2001. № 6. С. 52–54
7. Словарь психолога-практика / сост. С.Ю. Головин. Минск : Харвест, 2007. 976 с.