

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ Я-КОНЦЕПЦІЇ ОСІБ ІЗ РІЗНИМ РІВНЕМ КОМУНІКАТИВНОЇ КРЕАТИВНОСТІ

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE SELF-CONCEPT OF PERSONS WITH DIFFERENT LEVELS OF COMMUNICATIVE CREATIVITY

У статті наводяться результати теоретико-емпіричного дослідження індивідуально-психологічних особливостей Я-концепції осіб із різним рівнем комунікативної креативності.

Як психодіагностичний інструментарій використано **шкалу Я-концепції Теннессі (TSCS)** для дослідження особливостей Я-концепції, а також **тест-опитувальник комунікативної креативності** О.П. Саннікової та Р.В. Белоусової для оцінювання рівня розвитку комунікативної креативності.

Представлено результати кореляційного аналізу між показниками комунікативної креативності й показниками Я-концепції. Установлено, що високий рівень комунікативної креативності пов'язаний із позитивним соціальним самосприйняттям, задоволеністю собою, вираженою самокритичністю й сформованим особистісним Я, тоді як низький рівень комунікативної креативності супроводжується зниженням загального рівня Я-концепції, труднощами в прийнятті власної поведінки, відчуттям соціальної ізоляції й незадоволеністю фізичним Я. Описано індивідуально-психологічні особливості осіб із різним рівнем комунікативної креативності. Показано, що особи з високим рівнем комунікативної креативності характеризуються позитивним соціальним самосприйняттям, задоволеністю собою, вираженою самокритичністю та сформованим особистісним Я. Натомість особам із низьким рівнем комунікативної креативності притаманний знижений загальний рівень Я-концепції, труднощі в прийнятті власної поведінки, відчуття соціальної ізоляції й незадоволеність власним фізичним образом. Аналіз профілів дав змогу виявити структурні особливості Я-концепції представників обох груп, окресливши специфіку її функціонування залежно від рівня розвитку комунікативної креативності. Отримані результати можуть бути використані в практиці психологічного супроводу, профорієнтації та розвитку комунікативних компетенцій.

Ключові слова: Я-концепція, комунікативна креативність, властивість особистості, особистість, кількісний аналіз, якісний аналіз.

The article presents the results of a theoretical and empirical study of the individual psychological characteristics of the self-concept of individuals with different levels of communicative creativity.

The Tennessee Self-Concept Scale (TSCS) was used as a psychodiagnostic tool to study the features of the self-concept, and the Test-Questionnaire of Communicative Creativity by O.P. Sannikova and R.V. Belousova was used to assess the level of development of communicative creativity.

The results of a correlation analysis between indicators of communicative creativity and indicators of the self-concept are presented. It was found that a high level of communicative creativity is associated with a positive social self-perception, self-satisfaction, pronounced self-criticism and a formed personal self. While a low level of communicative creativity is accompanied by a reduced general level of self-concept, difficulties in accepting one's own behavior, a feeling of social isolation and dissatisfaction with one's physical self. Individual psychological individuals with different levels of communicative creativity are described. It is shown that individuals with a high level of communicative creativity are characterized by a positive social self-perception, self-satisfaction, pronounced self-criticism and a formed personal self. In contrast, individuals with a low level of communicative creativity are characterized by a reduced general level of self-concept, difficulties in accepting one's own behavior, a feeling of social isolation and dissatisfaction with one's own physical image. Analysis of the profiles allowed us to identify the structural features of the self-concept of representatives of both groups, outlining the specifics of its functioning depending on the level of development of communicative creativity. The results obtained can be used in the practice of psychological support, career guidance and development of communicative competencies.

Key words: Self-concept, communicative creativity, personality trait, personality, quantitative analysis, qualitative analysis.

УДК 159.9

DOI <https://doi.org/10.32782/hbts.78.1.26>

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Меленчук Н.І.

к.психол.н., доцент, завідувачка кафедри педагогіки та психології Міжнародний гуманітарний університет ORCID ID: 0000-0002-4749-6889

Лебединський Е.Б.

к.психол.н., доцент кафедри психології та педагогіки Одеський державний університет внутрішніх справ ORCID ID: 0009-0005-6237-1119

Актуальність дослідження. У сучасному суспільстві, що характеризується швидкими соціальними змінами, цифровою трансформацією та зростанням міжособистісної взаємодії в умовах інформаційного перенасичення, особлива увага приділяється здатності особистості до ефективної, гнучкої та креативної комунікації. Комунікативна креативність, як властивість особистості, поєднує оригінальність мислення, гнучкість у міжособистісному спілкуванні й уміння знаходити нестандартні рішення в соціальних ситуаціях, набуває особливого значення в умовах все більшої складності комунікативних контекстів.

Разом із цим Я-концепція формує внутрішню картину світу людини, визначає її впевненість, від-

критість, мотивацію до самовираження та взаємодії, що безпосередньо впливає на прояви креативності в спілкуванні.

Дослідження взаємозв'язку між Я-концепцією та комунікативною креативністю є актуальним як у теоретичному аспекті (розширення уявлень про взаємозв'язок когнітивно-рефлексивних і комунікативних характеристик особистості), так і в прикладному – для вдосконалення психодіагностичних інструментів, розробки психокорекційних програм, підготовки фахівців у галузі психології, педагогіки, медіакомунікацій і коучингу.

Таким чином, актуальність теми зумовлена потребою сучасного суспільства в розвитку комунікативно креативної особистості, необхідністю по-

глибленого наукового аналізу психологічних основ цього явища, а також перспективами практичного застосування отриманих результатів у сфері психологічного консультування, освіти й особистісного розвитку.

У контексті дослідження сукупності оцінних суджень особистості феномен Я-концепції посідає центральне місце як цілісне психічне утворення, що інтегрує когнітивні, емоційні та поведінкові компоненти самосприйняття. У психологічній науці це поняття розглядається як ядро самосвідомості, що відображає ставлення індивіда до себе й зумовлює його функціонування в міжособистісному просторі.

Сучасна зарубіжна психологічна думка пропонує кілька провідних теоретичних підходів до інтерпретації Я-концепції. Зокрема, з позицій гуманістичної парадигми (К. Роджерс, А. Маслоу, В. Франкл, Р. Бернс, Р. Мей та ін.) вона розглядається як символ загальнолюдської природи особистості. У центрі уваги цих дослідників перебувають поняття автентичності, внутрішньої гармонії, прагнення до самореалізації та безумовного самоприйняття. У межах психодинамічного підходу (Е. Берн, А. Фрейд, Дж. Марсія, Е. Фромм, К. Хорні, Г. Саллівен) Я-концепція трактується як структурний центр особистості, що формується під впливом глибинних несвідомих процесів і міжособистісної взаємодії через механізми психологічного захисту, ідентифікації, інтеріоризації норм. У рамках інтеракціоністського підходу (В. Вундт, П. Жане, Ч. Кулі, Дж. Мід, Н. Грот, Т. Ліппс) акцент робиться на динамічному характері Я-концепції, яка виникає та трансформується в процесі соціальної взаємодії як результат відображення реакцій значущих інших.

Вітчизняна психологічна наука також демонструє послідовну увагу до проблематики Я-концепції. У працях Б.Г. Ананьєва, Л.С. Виготського, І.С. Кона, О.М. Леонтьєва, С.Л. Рубінштейна, В.В. Століна, Л.І. Божович, М.Й. Боришевського, А.М. Прихожан та інших дослідників наголошено на зв'язку між самооцінкою, самоставленням і процесами формування самосвідомості. Особливу увагу приділено ролі позитивного ментального компоненту в побудові цілісного Я-образу, який забезпечує екзистенціальну здатність до саморозвитку, самовизначення й соціального функціонування особистості. Розробки К.О. Абульханової-Славської, С.Д. Максименка, Т.М. Титаренко, В.О. Татенка підкреслюють багатовимірність Я-концепції як утворення, що відображає активну життєву позицію, здатність до прийняття відповідальності й гнучке реагування на виклики мінливого соціального контексту.

Поглиблення теоретичних уявлень про функціональну зрілість та адаптаційний потенціал Я-концепції відображено в працях Л.І. Божович, М.Й. Боришевського, І.С. Кона, Г.С. Костюка. Ці автори акцентують на умовах її формування, зокрема в підлітковому та юнацькому віці, розглядають як чинники, що сприяють стабільності позитивного образу «Я», так і ризики розвитку нестійкої або деформованої Я-концепції.

Водночас аналіз Я-концепції в сучасному дослідницькому контексті неможливо здійснювати ізольовано від проблеми креативності як особистісної характеристики. Термін «креативність» походить від лат. creatio – «творення», й означає творчі можливості (здібності) людини, які можуть виявлятися в мисленні, спілкуванні, відчуттях, окремих видах діяльності, характеризувати особу загалом і її окремі сторони [1].

У контексті континуального підходу О.П. Санніковою комунікативна креативність розглядається як інтегральна багаторівнева властивість, що включає комплекс інтелектуальних, емоційних та особистісних особливостей індивіда, котрі сприяють нестандартному, нешаблонному рішенням ситуацій спілкування, сприяють генерації оригінальних ідей і способів спілкування, що виникають під час взаємодії з іншими людьми [3; 4]. Саме ця здатність – вільно і творчо реалізовувати себе в міжособистісній взаємодії – тісно пов'язана з особливостями формування Я-концепції, що й зумовлює актуальність дослідження взаємозв'язку між цими двома феноменами.

Отже, метою дослідження обрано пошук особливостей проявів Я-концепції осіб з різним рівнем комунікативної креативності.

Методи дослідження. Згідно з метою дослідження, обрано такі психодіагностичні методики:

– для дослідження особливостей Я-концепції використано шкалу Я-концепції Теннессі (Tennessee Self Concept Scale, TSCS), розроблену У. Фітссом. Структурно шкала базується на матричному поєднанні трьох горизонтальних змінних (самокритичність (SCr), самозадоволеність (SSt), поведінкове Я (SB)) і п'яти вертикальних вимірів Я-концепції: фізичне Я – сприйняття власного тіла та фізичних можливостей (PhS), моральне Я – оцінка моральних якостей та етичних принципів (MrS), особистісне Я – відчуття цінності себе як особистості (PrS), сімейне Я – роль і прийняття себе в сімейному контексті (FmS), соціальне Я – взаємодія та образ себе в соціумі (ScS). Крім того, розраховується інтегральний показник TS (Total Self-Concept), який є узагальненою характеристикою сформованості й стабільності Я-концепції. Використання цієї методики дає змогу отримати комплексну, багатовимірну картину самосприйняття досліджуваного, виявити внутрішньоособистісні конфлікти, емоційну забарвленість самооцінки, а також рівень психологічної адаптованості й інтегрованості особистості [2; 5];

– вивчення комунікативної креативності здійснювалася за допомогою тест-опитувальника комунікативної креативності О.П. Саннікової та Р.В. Белоусової. Автори виділяють такі біполярні показники комунікативної креативності: легкість – трудність у спілкуванні (KkL), схильність – байдужість до самопрезентації (KkSp), незалежність – залежність (KkN), конфліктність – покірливість (KkKf), емоційна стійкість – емоційна нестійкість у спілкуванні (KkEu), схильність до маніпулювання – без-

хитрісність (KkM), експресивність – невиразність (KkE), комунікативна компетентність – некомпетентність (KkK), композитна оцінка – загальний показник комунікативної креативності (KkOP) [3].

До вибірки дослідження ввійшли 103 особи у віці від 18 до 20 років (здобувачі заочної та денної факультету іноземних мов, медіа та психології Міжнародного гуманітарного університету м. Одеси).

Статистична обробка здійснювалася за допомогою комп'ютерної програми SPSS 26.0 for Windows. Використовували кількісний (кореляційний) і якісний (метод «профілів» і метод «асів») аналіз даних. Метою кількісного аналізу даних був пошук взаємозв'язків між усіма показниками, що вивчаються. Використання якісного аналізу даних дало змогу вивчити особливості прояву Я-концепції осіб з різним рівнем комунікативної креативності.

Виклад результатів емпіричного дослідження. Для з'ясування статистичних зв'язків між показниками Я-концепції та комунікативної креативності проведено кореляційний аналіз. Аналіз кореляцій показав наявність значної кількості значимих додатних і від'ємних зв'язків. Розглянемо отримані зв'язки більш детально. Результати кореляційного аналізу презентовано в таблиці 1.

Показник комунікативної креативності KkN (незалежність) продемонстрував значимі додатні зв'язки на 1% рівні з показниками Я-концепції SSt (самозадоволеність), PhS (фізичне Я), PrS (особистісне Я) і на 5% рівні – з показником TS (загальний показник Я-концепції).

Отримані взаємозв'язки свідчать про те, що високий рівень незалежності в комунікативній креативності пов'язаний із більш розвиненим відчуттям самозадоволеності, адекватності й внутрішньої стабільності Я-образу. Зокрема, значимий додатний зв'язок між показником KkN (незалежність) і PrS (особистісне Я) вказує на взаємозв'язок критичного ставлення до зовнішніх впливів, здатності до самостійного мислення й високого рівня адаптації

та самовизначення. Незалежність від зовнішньої оцінки, стабільність самоідентичності й самосприйняття сприяють ефективній поведінці в умовах психологічного ризику та викликів. Додатний значимий зв'язок із загальним показником Я-концепції (TS) свідчить про те, що незалежність у комунікативній поведінці тісно пов'язана із загальним позитивним ставленням до себе, цілісністю самооцінки та рівновагою внутрішнього образу «Я».

Таким чином, показник незалежності як компонент комунікативної креативності не лише відображає зовнішню автономність, а й свідчить про психологічну зрілість, внутрішню силу та здатність до самореалізації.

Показник комунікативної креативності KkM (маніпулятивність) продемонстрував значимі від'ємні зв'язки з усіма показниками Я-концепції за методикою Теннессі, переважно на 1% рівні: SCr (самокритичність), SSt (самозадоволеність), SB (поведінка); PhS (фізичне Я); MrS (моральне Я); PrS (особистісне Я); FmS (сімейне Я); ScS (соціальне Я), TS (загальний показник Я-концепції).

Це дає змогу зазначити, що високий рівень маніпулятивності в комунікативній креативності супроводжується низькими значеннями показників Я-концепції. Тобто схильність до маніпуляцій, використання прихованих мотивів і стратегій психологічного впливу супроводжується зниженим рівнем самоприйняття, зокрема в аспектах особистісного, морального, соціального, сімейного, поведінкового та фізичного самосприйняття. Низькі значення таких показників, як SSt (самозадоволеність) і TS (загальний індекс Я-концепції), у поєднанні з високою маніпулятивністю можуть свідчити про наявність внутрішніх конфліктів, нестійкого самообразу й недостатньої самопрозорості. Водночас низький рівень SCr (самокритичності), пов'язаний із маніпулятивністю, може вказувати на ухилення від глибокого саморефлексивного аналізу власної поведінки та її етичних наслідків.

Таблиця 1

Значимі коефіцієнти кореляцій між показниками Я-концепції та показниками комунікативної креативності

Показники Я-концепції	Показники комунікативної креативності			
	KkN	KkM	KkK	KkOP
SCr		-367**	-295**	-207*
SSt	366**	-472**		
SB		-233*	-285**	-346**
PhS	295**	-368**		
MrS		-334**	-285**	-219*
PrS	372**	-432**		-327**
FmS		-313**	-435**	-373**
ScS		-348**	-405**	-235*
TS	235*	-403**	-299**	-310**

Примітка: 1) нулі та коми опущені; 2) позначення ** – значущість зв'язку на рівні $p \leq 0.01$; * – $p \leq 0.05$; 3) умовні позначення показників Я-концепції: SCr – самокритичність, SSt – самозадоволеність, SB – поведінка, PhS – фізичне Я, MrS – моральне Я, PrS – особистісне Я, FmS – сімейне Я, ScS – соціальне Я, TS – загальний показник Я-концепції; 4) умовні позначення показників комунікативної креативності: KkN – незалежність, KkM – схильність до маніпуляцій (маніпулятивність), KkK – комунікативна компетентність, KkOP – загальний показник (композитна оцінка).

Таким чином, схильність до маніпуляцій супроводжується менш позитивною Я-концепцією, що може ускладнювати процеси особистісної інтеграції, побудови автентичних міжособистісних стосунків і знижувати рівень психологічної адаптації.

Показник комунікативної креативності KkK (комунікативна компетентність) продемонстрував такі взаємозв'язки з показниками Я-концепції. З показниками SCr (самокритичність), SB (поведінка), MrS – моральне Я, FmS (сімейне Я), ScS (соціальне Я), TS (загальний показник Я-концепції) встановлено значимі від'ємні зв'язки на 1% рівні.

Такі результати дають підстави припустити, що підвищений рівень комунікативної компетентності може супроводжуватися зниженим рівнем емоційного самоприйняття або послабленням суб'єктивного відчуття включеності в значущі соціальні й сімейні зв'язки. Так, від'ємний кореляційний зв'язок з показником SCr (самокритичність) може вказувати на тенденцію уникати глибокої само-рефлексії або занижувати прояви власних недоліків у процесі соціальної взаємодії, що дає змогу легше підтримувати зовнішню впевненість у комунікації. З іншого боку, це може бути пов'язано з компенсаторним механізмом, коли ефективність у спілкуванні використовується як спосіб приховування або подолання внутрішніх сумнівів. Від'ємний значимий зв'язок із показниками Я-концепції SB (поведінкове Я) та MrS (моральне Я) свідчить про наявність потенційних розбіжностей між зовнішньою комунікативною активністю та внутрішнім сприйняттям власної поведінки й моральності. Інакше кажучи, високий рівень комунікативної компетентності може поєднуватися з ефективною соціальною взаємодією, проте не завжди супроводжується глибоким відчуттям внутрішньої відповідності цієї поведінки моральним уявленням або переконанням у її контрольованості. Від'ємні зв'язки з показниками FmS (сімейне Я) та ScS (соціальне Я) можуть вказувати на те, що висока орієнтація на успішну комунікацію загалом не гарантує відчуття емоційного включення в сімейні чи міжособистісні стосунки. У деяких випадках це може свідчити про поверховість соціальних зв'язків або відчуження в інтимно значущих контактах за збереження загальної ефективності в соціальній взаємодії. Нарешті, від'ємний зв'язок із загальним показником Я-концепції (TS) може свідчити про те, що навіть за умови високої комунікативної спроможності загальний рівень самооцінки залишається несформованим або нестійким.

Що стосується загального показника комунікативної креативності (KkOP), то він від'ємно пов'язаний із більшістю показників Я-концепції переважно на 1% рівні. Так, від'ємні значимі зв'язки на 5% рівні встановлено з показниками SCr (самокритичність), MrS – моральне Я, ScS (соціальне Я), на 1% рівні – з показниками SB (поведінка), PrS (особистісне Я), FmS (сімейне Я), TS (загальний показник Я-концепції).

Такі результати можуть свідчити про складний характер взаємодії між комунікативною активністю й самосприйняттям. Зокрема, виявлені від'ємні зв'язки з показниками PrS (особистісне Я), FmS (сімейне Я) та TS (загальний показник Я-концепції) указують на те, що високий рівень комунікативної креативності не завжди поєднується з позитивним самоставленням і відчуттям гармонії в особистісній, родинній і цілісній самоідентичності. Від'ємні зв'язки з такими показниками, як SB (поведінкове Я), MrS (моральне Я) та ScS (соціальне Я), можуть свідчити про наявність певного внутрішнього конфлікту між комунікативною гнучкістю й інтегрованістю Я-образу в соціальному контексті. Інакше кажучи, здатність до креативної адаптації в міжособистісному спілкуванні, до нестандартного використання комунікативних засобів може супроводжуватися відчуттям відчуження або сумнівами щодо моральності чи автентичності власної поведінки. Від'ємний кореляційний зв'язок із показником SCr (самокритичність) також може свідчити про знижений рівень самоаналізу або уникнення глибокої рефлексії щодо власних недоліків, що, у свою чергу, може підтримувати ззовні ефективну, але емоційно неузгоджену систему соціальних контактів.

Таким чином, отримані результати вказують на те, що високий рівень загальної комунікативної креативності не гарантує наявності позитивної, цілісної Я-концепції, а в деяких випадках може навіть супроводжуватися внутрішньою нестабільністю, критичністю до себе або фрагментарністю само-сприйняття.

Варто зауважити, що встановлені кореляційні зв'язки відображають лише наявність статистично значущих взаємозв'язків між окремими показниками, однак самі по собі не свідчать про причинно-наслідкові зв'язки між ними. З метою глибшого аналізу особливостей Я-концепції застосований якісний аналіз, який дав змогу зіставити профілі особливостей Я-концепції в осіб з високим і низьким рівнем комунікативної креативності.

Попередньо за допомогою методу «асів» [3] виокремлено дві групи осіб: групу KkP+ (особи з високим рівнем комунікативної креативності) та групу KkP– (особи з низьким рівнем цього показника). Далі, використовуючи метод «профілів», здійснили порівняльний аналіз структурних особливостей Я-концепції учасників обох груп.

На рис. 1 представлено графічну інтерпретацію отриманих результатів у вигляді профілів Я-концепції для виділених груп.

На осі абсцис (OX) позначено показники Я-концепції, на осі ординат (OY) – їх значення, виражені в процентильній шкалі. Середня лінія ряду проходить через точку 50-й процентиль. Кожен профіль відображає усереднені значення відповідних шкал, характерні для представників груп KkP+ та KkP–.

Візуально профіль Я-концепції групи осіб із високим рівнем комунікативної креативності (KkP+) розташований переважно в площині третього

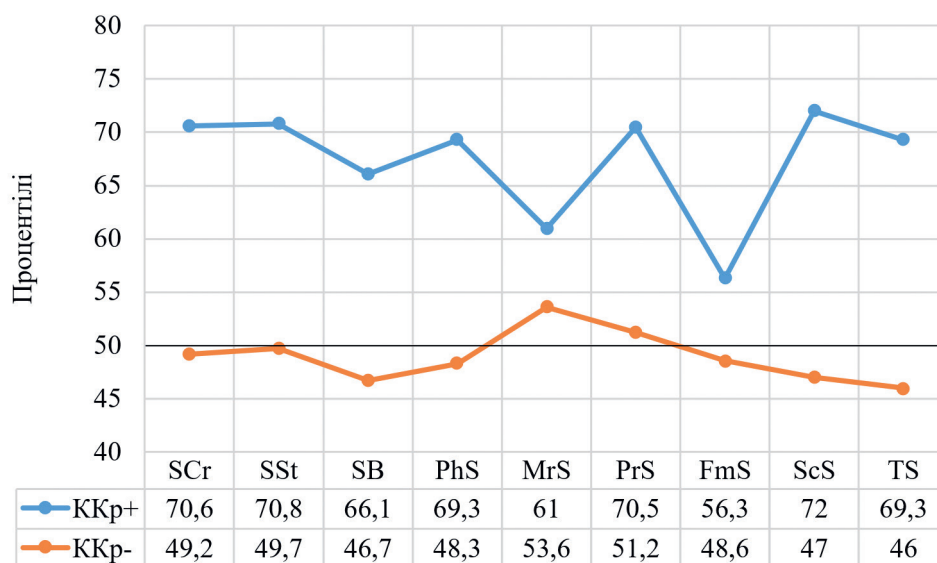


Рис. 1. Профілі Я-концепції груп осіб з різним рівнем комунікативної креативності

Примітка: 1) група ККр+ (N=21) – група осіб з високим рівнем загального показника комунікативної креативності; група ККр- (N=20) – група осіб з низьким рівнем загального показника комунікативної креативності; 2) умовні позначення показників Я-концепції: SCr – самокритичність, SSt – самозадоволеність, SB – поведінка, PhS – фізичне Я, MrS – моральне Я, PrS – особистісне Я, FmS – сімейне Я, ScS – соціальне Я, TS – загальний показник Я-концепції.

квартиля розподілу значень, що свідчить про позитивні тенденції в структурі окремих компонентів Я-концепції. Такий профіль указує на достатньо розвинене самосприйняття, що має потенціал для гнучкого реагування в умовах міжособистісної взаємодії, проте може супроводжуватися певною нестабільністю чи вибірковістю у внутрішньому прийнятті себе. Натомість профіль Я-концепції групи осіб із низьким рівнем комунікативної креативності (ККр-) розташований ближче до середньої лінії ряду, переважно в межах другого квартиля. Це вказує на більш помірний, але водночас стабільніший рівень Я-концепції, який може характеризуватися меншою варіативністю в самопрезентації, проте більшою внутрішньою узгодженістю, зокрема, у таких сферах, як моральне, сімейне та соціальне Я.

З метою аналізу кожного профілю здійснено ранжування показників Я-концепції за відхиленням від середньої лінії ряду (від збільшення абсолютного числа до меншого). Валентність означає відхилення від середньої лінії ряду або до додатного, або до від'ємного полюсу. Результати ранжування подано в таблиці 2.

Ураховуючи змістовий опис показників Я-концепції, згідно із застосованою методикою, спробуємо проаналізувати означені профілі (рис. 1).

Зокрема, у групі осіб з високим рівнем комунікативної креативності (ККр+) найбільш вираженими виявилися показники ScS+ (соціальне Я), SSt+ (самозадоволеність), SCr+ (самокритичність) і PrS+ (особистісне Я). Така конфігурація Я-концепції свідчить про те, що ці особи мають позитивне сприйняття себе в соціальному просторі, демонструють задоволення собою, що, імовірно, сприяє їхній активності в міжособистісному спілкуванні. Водночас підвищений рівень самокритичності в поєднанні з особистісною самоповагою свідчить про наявність рефлексивного ставлення до себе, що дає змогу адекватно оцінювати власні дії без надмірного самознецінення. Такий баланс між відкритістю до соціуму та внутрішньою саморефлексією може розглядатися як показник особистісної зрілості, яка поєднується з комунікативною гнучкістю й креативністю.

Натомість у представників групи з низьким рівнем комунікативної креативності (ККр-) зафіксовано знижені значення за такими показниками, як

Таблиця 2

Ранжування показників Я-концепції осіб із високим і низьким рівнем комунікативної креативності

Ранг	Групи осіб з різним рівнем комунікативної креативності	
	група ККр+	група ККр-
1	ScS+ соціальне Я	TS – загальний показник Я-концепції
2	SSt+ самозадоволеність	SB – поведінка
3	SCr+ самокритичність	ScS – соціальне Я
4	PrS+ особистісне Я	PhS – фізичне Я

Примітка: показники надано в порядку зменшення абсолютних величин відхилення від середньої лінії ряду.

TS – (загальний показник Я-концепції), SB – (поведінка), ScS – (соціальне Я) та PhS – (фізичне Я). Подібна динаміка може свідчити про загальне зниження позитивного самосприйняття, труднощі з прийняттям власної поведінки, а також про певну ізольованість у соціальному середовищі. Занижена оцінка власного фізичного Я часто супроводжується не лише емоційним дискомфортом, а й загальним зниженням самооцінки, що може позначатися на впевненості в собі й соціальній активності. Такі особи можуть уникати ситуацій соціального ризику, демонструвати обмеженість у вираженні себе, а їхня взаємодія з оточенням може бути менш гнучкою, емоційно стриманою або захисною.

Висновки. Таким чином, порівняльний аналіз дав змогу виявити структурні особливості Я-концепції представників обох груп, окресливши специфіку її функціонування залежно від рівня розвитку комунікативної креативності. Показано, що особи з високим рівнем комунікативної креативності (ККр+) характеризуються позитивним соціальним самосприйняттям, задоволеністю собою, вираженою самокритичністю та сформованим особистісним Я. Натомість особам із низьким рівнем комунікативної креативності (ККр-) притаманний знижений загальний рівень Я-концепції,

труднощі в прийнятті власної поведінки, відчуття соціальної ізольованості й незадоволеність власним фізичним образом.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Антошків А.В. Комунікативна креативність як чинник розвитку командотворчої компетентності психолога : дис. ... д-ра філософії : 053 «Психологія». Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2024. 250 с.
2. Кисляк О.П., Нагорна І.І. Діагностика Я-концепції: адаптація тесту «Тенесійська шкала Я-концепції». *Практична психологія та соціальна робота*. 2006. № 1. С. 11–14.
3. Саннікова О.П., Саннікова А.О. Сценічні бар'єри: диференціально-психологічний підхід : монографія. Одеса : ВМВ, 2014. 238 с.
4. Саннікова О.П., Саннікова А.О. Психологічні детермінанти творчої активності спілкування. *Наукові перспективи*. 2024. № 12(54). С. 1681–1695. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12\(54\)-1681-1695](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12(54)-1681-1695).
5. Fitts W.H., Warren W.L. Tennessee self-concept scale: TSCS-2. Los Angeles : Western Psychological Services, 1996. P. 118.

Стаття надійшла у редакцію: 31.10.2025

Стаття прийнята: 14.11.2025

Опубліковано: 08.12.2025