

Розділ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТОСТІ

УДК 159.922

Р.В. Белоусова (Украина, г. Одесса)

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И КОММУНИКАТИВНОЙ КРЕАТИВНОСТИ

Начиная с момента рождения, человек включается в систему социальных отношений. В дальнейшем часть социальных контактов становится для него желательной, и он испытывает потребность в их поддержании, часть – будет вынужденной, однако, это не означает, что коммуникация, вызванная внешними причинами, окажется травматичной или некомфортной. Успешность любых социальных отношений (дружеских, деловых, родственных и т.д.) во многом зависит от того, насколько у субъекта общения развиты социальный интеллект и коммуникативная креативность.

В статье исследуется специфика социального интеллекта у лиц, различающихся максимальными и минимальными значениями коммуникативной креативности, а также влияние возраста на особенности коммуникативной креативности у лиц с высоким общим показателем социального интеллекта. Прежде чем рассматривать профили показателей социального интеллекта и коммуникативной креативности, соотнесем эти, на первый взгляд, близкие, но не тождественные понятия между собой, и попытаемся показать их различие.

Как нами ранее было показано, коммуникативная креативность является интегральным свойством личности. В контексте континуального подхода она рассматривается как интегральное многоуровневое свойство, содержащее, как и любое свойство личности, формально-динамические (динамика протекания, индивидуальные свойства конституционального характера), качественные (сущность психологического феномена), содержательные (потребностно-мотивационные аспекты, связанные с направленностью личности), императивные или нормативные показатели (социально-культурные представления о содержании и способах выражения изучаемого феномена) [4]. Коммуникативная креативность, как черта личности, способствует творческому общению и обеспечивает успешное взаимодействие с другими людьми. Нами изучаются формально-динамические и качественные показатели коммуникативной креативности. Таким образом, коммуникативная креативность рассматривается как свойство, *черта личности*.

Социальный интеллект, в отличие от коммуникативной креативности, является относительно устойчивой структурой *умственных* способностей индивида и трактуется в психологии как особенная умственная способность человека, которая связана с умением творчески мыслить и творчески подходить к решению проблемных ситуаций, возникающих в общении с социальным окружением [1].

Социальный интеллект является когнитивной составляющей коммуникативных способностей личности; коммуникативная креативность, в том аспекте, который затрагивает наше исследование, - отражает формально-динамическую, эмоциональную и поведенческую составляющие, т.е. отражает активность личности в коммуникативном процессе, содержащуюся в выделенных показателях: легкость в общении (Л), склонность к самопрезентации (СП), независимость (Н), конфликтность (К), эмоциональная устойчивость в общении (ЭУо), склонность к манипуляции (манипулятивность - М), экспрессивность (Э), коммуникативную компетентность (КК), вторичный обобщенный (суммарный) показатель – ОПКК.

В нашей работе для диагностики социального интеллекта использовалась методика Дж. Гилфорда и М.Салливена (адаптация Михайловой Е.С.). Уровень коммуникативной креативности изучался с помощью теста-опросника коммуникативной креативности Санниковой О.П., Белоусовой Р.В.

На рис. 1 представлены профили показателей социального интеллекта выделенных групп испытуемых (с высоким и низким уровнем коммуникативной креативности).

На рисунке 1 изображены два профиля: профиль ОПКК max – испытуемые с высоким уровнем общего показателя коммуникативной креативности, профиль ОПКК min – испытуемые с низким уровнем общего показателя коммуникативной креативности. На оси X расположены показатели социального интеллекта: I – способность предвидеть последствия поведения, II – способность понимать вербальные реакции, III – способность понимать невербальные реакции, IV – способность понимать логику развития ситуаций взаимодействия, КО – композитная оценка социального интеллекта. На оси Y – их значения, выраженные в процентах. Каждый график представляет собой кривую, отражающую значения каждого параметра социального интеллекта.

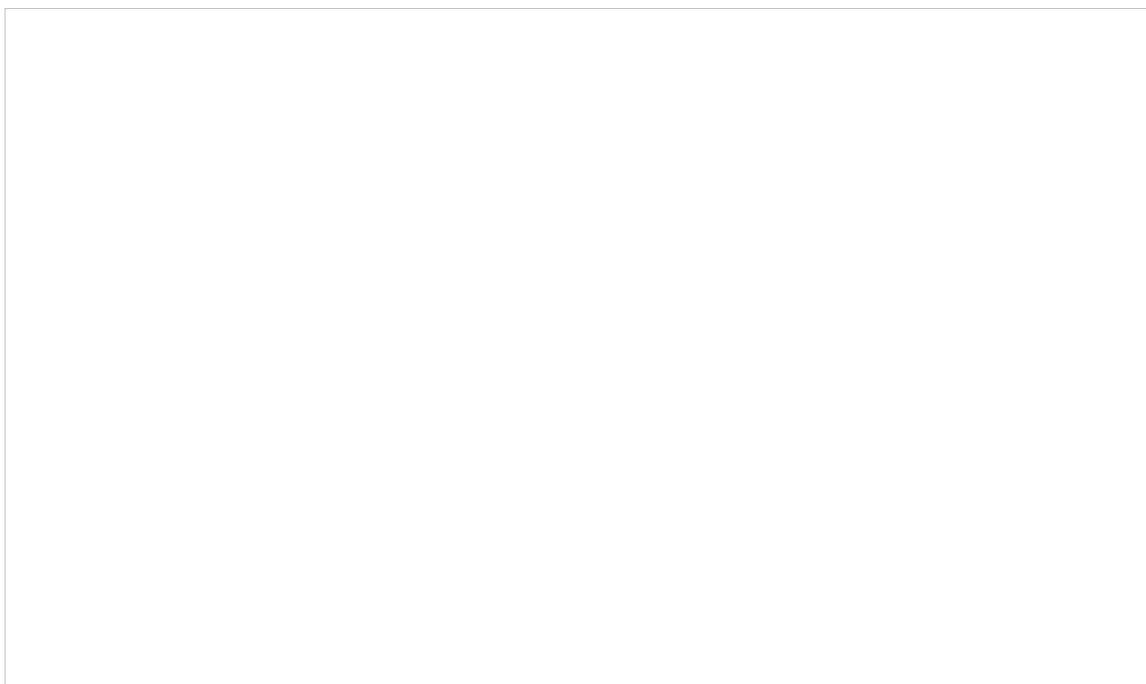


Рис. 1. Профили социального интеллекта лиц с высоким и низким уровнем коммуникативной креативности

Визуально и t-критерием Стьюдента обнаружены значимые различия по показателю I, показателю III и по показателю КО, значения всех этих показателей выше у группы лиц с высоким уровнем коммуникативной креативности.

Таблица 1

Ранги показателей общительности лиц, различающихся уровнем общего показателя коммуникативной креативности

Ранги	Профили	
	Группа ОПКК max	Группа ОПКК min
1	I – способность предвидеть последствия поведения	II – способность понимать вербальные реакции
2	КО – композитная оценка социального интеллекта	IV – способность понимать логику развития ситуаций взаимодействия
3	III – способность понимать невербальные реакции	КО – композитная оценка социального интеллекта
4	II – способность понимать вербальные реакции	I – способность предвидеть последствия поведения
5	IV – способность понимать логику развития ситуаций взаимодействия	III – способность понимать невербальные реакции

Социальный интеллект испытуемых первой группы, в отличие от низкокреативных, проявляется в умении предвидеть последствия и своего коммуникативного поведения, и партнера по общению. Они способны предвосхищать дальнейшие поступки людей на основе анализа реальных ситуаций общения (семейного, делового, дружеского), предсказывать события, основываясь на понимании чувств, мыслей, намерений участников коммуникации. Такие люди умеют четко выстраивать стратегию собственного поведения для достижения поставленной цели. Они обладают умением ориентироваться в невербальных реакциях участников взаимодействия и знанием норм ролевых моделей, правил, регулирующих поведение людей. Им свойственна высокая чувствительность к характеру и оттенкам человеческих взаимоотношений, что помогает им быстро и правильно понимать то, что люди говорят друг другу (речевую экспрессию) в контексте определенной ситуации, определенных взаимоотношений. Такие люди способны находить соответствующий тон общения с разными собеседниками в разных ситуациях и имеют большой репертуар ролевого поведения (проявляют ролевую пластичность).

Высокий социальный интеллект, по мнению Е.С. Михайловой, связан с интересом к социальным проблемам, наличием потребности воздействовать на других и часто сочетается с развитыми организаторскими способностями. Люди с развитым социальным интеллектом обычно имеют выраженный интерес к познанию себя и развитую способность к рефлексии [2].

Лица второй группы (ОПКК) не всегда понимают связь между поведением и его последствиями. Они могут совершать ошибки, иногда при этом попадая в опасные ситуации, потому что неверно представляют себе результаты своих действий или других, не всегда ориентируются в нормах и правилах поведения. Однако это может компенсироваться их вниманием вербальным сообщениям участников коммуникации. В то же время им достаточно сложно правильно оценивать состояния других людей по их мимике, позам, жестам. Это касается и распознавания

различных смыслов, которые могут принимать вербальные сообщения в зависимости от характера взаимоотношений, здесь они часто допускают ошибки. Однако, несмотря на трудности в анализе ситуаций межличностного взаимодействия, они способны адаптироваться к различным системам взаимоотношений между людьми (семейным, деловым, дружеским и другим).

Интересно также проследить, как отражается высокий уровень социального интеллекта на особенностях коммуникативной креативности у испытуемых разных возрастных групп, учитывая тот факт, что социальный интеллект сопровождается высокой способностью к рефлексии, склонностью к анализу полученного опыта, что, можно предположить, свойственно в большей степени для людей зрелого возраста.

Отметим, что группы испытуемых с высоким и низким общим показателем коммуникативной креативности были отобраны из выборки взрослых людей, имеющих определенный жизненный и профессиональный опыт. Для более полного изучения взаимосвязи между коммуникативной креативностью и социальным интеллектом рассмотрим, как проявляется коммуникативная креативность у лиц с высоким уровнем интеллекта, относящимся к разным возрастным группам. На рис. 2 представлены профили коммуникативной креативности испытуемых с высоким уровнем социального интеллекта юношеской группы (18-22 года) и уже рассмотренной выше группы – взрослых испытуемых в возрасте 30-40 лет.

На рисунке видно, что профили СИ взрослых испытуемых и юношей как бы зеркально отражают друг друга. Причем, интересен тот факт, что в выборке взрослых людей у лиц с высоким уровнем коммуникативной креативности отмечается и высокий уровень социального интеллекта, в отличие от юношеской выборки, где высокий уровень коммуникативной креативности сопряжен с более низким социальным интеллектом.

Этот факт требует объяснений. Во-первых, как известно, социальный интеллект личности существует как система представлений, норм и правил организации межличностного взаимодействия, на основе которых складываются его индивидуальные формы, навыки и умения [1], еще не в полной мере сформированные у лиц юношеского возраста.

Во-вторых, при сравнении показателей коммуникативной креативности двух разновозрастных групп испытуемых (юношей и взрослых) с высоким уровнем социального интеллекта установлено, что у представителей юношеского возраста все показатели КК ниже, чем у взрослых, кроме показателя М (манипулятивность).

Обращает на себя внимание тот факт (который подтвердился в процессе наблюдений и бесед с такими испытуемыми), что в отличие от взрослых, относительно меньше независимость (Н) лиц юношеского возраста проявляется как страх игнорирования общественных норм, а конфликтность – как демонстрация разрушения, как "неправильное", социально наказуемое поведение. Очевидно, именно нормативное отношение к процессу общения в результате приводит к снижению общего показателя коммуникативной креативности у лиц с *высоким* социальным интеллектом в этом возрасте. В свою очередь, стремление к обладанию высокой коммуникативной креативностью в юношеском возрасте может стать самоцелью, при которой снижается чувство партнера, не учитываются индивидуальные особенности разных людей, стереотипы начинают преобладать над оригинальностью, творческой в общении. Это может привести не только к возникновению непонимания в отношениях с другим человеком, но и к постепенному разрушению (снижению) и коммуникативной креативности, и социального интеллекта. Особенно ярко это проявляется у личностей с явным доминированием показателя самопрезентации.

При этом у взрослых, по сравнению с юношеством, наблюдаются гораздо более высокие значения показателей коммуникативной креативности. Этот факт можно объяснить тем, что только с накоплением опыта появляется адекватное восприятие информации о ситуации, о партнере по общению, нормах, регламентирующих это общение, и, как следствие, возможность творческого использования этой информации. В пользу этого говорит и тот факт, что во взрослой выборке у лиц с высоким социальным интеллектом снижается показатель манипулятивности, то есть они обладают способностью доверять, проявляют толерантность к неопределенности. По мнению Э.Л. Носенко, Н.В. Ковриги, нетолерантность к неопределенности уменьшается постепенно с увеличением эмоционального интеллекта (родственного социальному интеллекту психического феномена), а значит и накоплением позитивного опыта, недостаточность которого в юношеском возрасте приводит к жесткой регламентации поведения при стремлении к успешному, компетентному взаимодействию [3].

Таким образом, установлено, что лицам с высоким социальным интеллектом свойственна определенная специфика коммуникативной креативности. У испытуемых юношеского возраста при развитом социальном интеллекте показатели коммуникативной креативности ниже, чем у испытуемых с более продолжительным жизненным опытом и также высоким уровнем социального интеллекта.

Также было выявлено, что при высоком уровне общего показателя коммуникативной креативности наблюдается высокий уровень композитной оценки социального интеллекта.

Все выше сказанное свидетельствует об определенном взаимодействии показателей социального интеллекта и коммуникативной креативности.

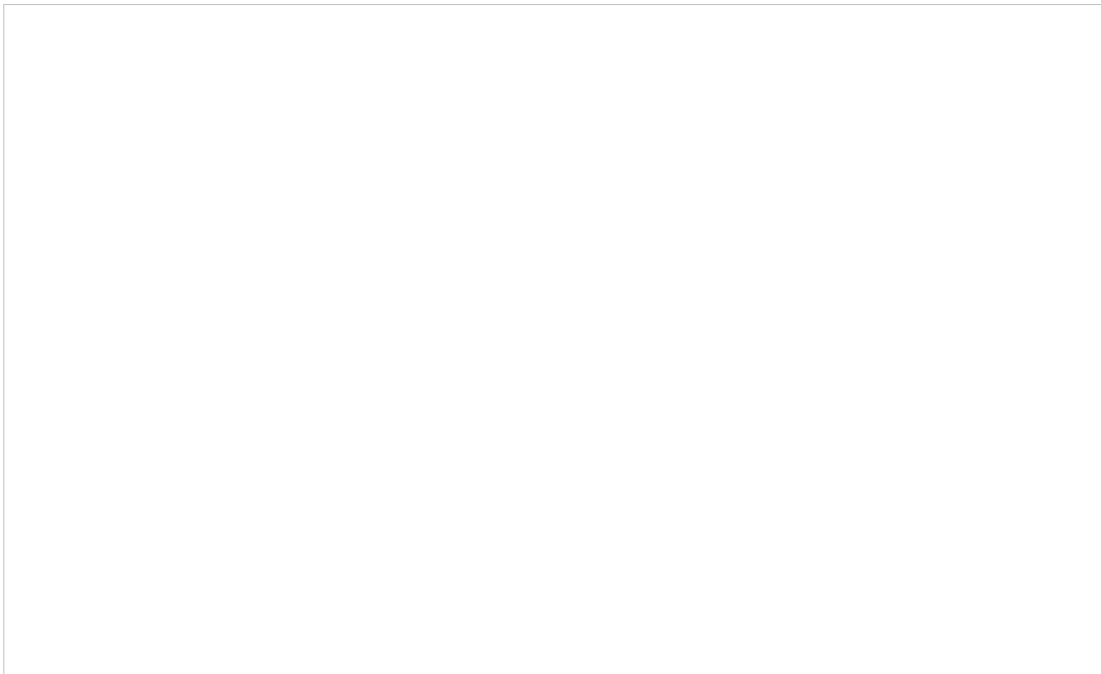


Рис. 2. Профили показателей коммуникативной креативности испытуемых взрослого и юношеского возраста с высоким уровнем социального интеллекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Калина Н.Ф. Диагностика социального интеллекта личности / Н.Ф. Калина // Журн. практ. психолога, 1999. – №5, – С.159-178.
2. Михайлова (Алешина) Е.С. Методика исследования социального интеллекта. Адаптация теста Дж. Гилфорда и М. Салливена / Е.С. Михайлова (Алешина). – СПб., 1996. – 51 с.
3. Носенко Е.Л. Эмоционный интеллект: концептуализация, основные функции: [Монография]. / Носенко Е.Л., Коврига Н.В. – К.: Вища шк., 2003. – 126 с.: іл.
4. Санникова О.П. Оценка показателей коммуникативной креативности с помощью оригинальной методики / Санникова О.П., Белоусова Р.В. // Наука і освіта, 2001. – №6. – С.52-54.

Подано до редакції 02.09.09

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается определенное взаимодействие показателей коммуникативной креативности и социального интеллекта в зависимости от уровня показателей указанных психологических феноменов и возраста лиц, принимавших участие в исследовании.

Ключевые слова: социальный интеллект, коммуникативная креативность, уровень показателей, возраст испытуемых.

Р.В. Белоусова

ВЗАЄМОДІЯ ПОКАЗНИКІВ СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА КОМУНІКАТИВНОЇ КРЕАТИВНОСТІ РЕЗЮМЕ

У статті розглядається певна взаємодія показників комунікативної креативності та соціального інтелекту в залежності від рівня показників указаних психологічних феноменів та віку осіб, що брали участь у дослідженні.

Ключові слова: соціальний інтелект, комунікативна креативність, рівень показників, вік досліджуваних.

R. V. Belousova

INTERACTION BETWEEN INDICES OF SOCIAL INTELLECT AND COMMUNICATIVE CREATIVITY

SUMMARY

The article analyzes certain interaction between indices of communicative creativity and social intellect due to the level of indices of the mentioned psychological phenomena and testees' ages.

Keywords: social intellect, communicative creativity, the level of indices, the testees' age.

