

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний заклад
«ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені К. Д. УШИНСЬКОГО» (м. Одеса)
КАФЕДРА ЗАГАЛЬНОЇ ТА ДИФЕРЕНЦІАЛЬНОЇ
ПСИХОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО
ФАКУЛЬТЕТУ

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПРОСТІР ОСОБИСТОСТІ В ЗВИЧАЙНИХ ТА НАДЗВИЧАЙНИХ УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної конференції
19-20 травня 2023 року

Одеса
ФОП Бєлий А.Є
2023

УДК 159.9: 37.015.3

ББК 88.4

П 86

Друкується згідно рішення Вченої ради Соціально-гуманітарного факультету Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (Протокол № 6 від 24.02.2023 р.)

Психологічний простір особистості в звичайних та надзвичайних умовах сучасності : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Психологія самоздійснення особистості: теорія, досвід, практика» (19-20 травня 2023 р.) / відп. ред. О. П. Саннікова. Одеса : ФОП Бєлий А.Є., 2023. 168 с.

ISBN 978-617-7757-56-5

Редакційна колегія

Саннікова О. П. – *доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри загальної та диференціальної психології; відповідальний редактор;*

Василенко І. В. – *кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та диференціальної психології;*

Санніков О. І. – *доктор психологічних наук, професор кафедри теорії та методики практичної психології.*

Матеріали збірника містять результати теоретико - емпіричних досліджень, що здобуті в процесі науково-дослідної роботи студентів, аспірантів та науковців, які навчаються і працюють у закладах освіти України.

Для студентів, аспірантів, молодих науковців, психологів, педагогів та широкого кола зацікавлених осіб.

За зміст та помилки, що можуть зустрічатися в тексті статей, несуть відповідальність автори.

ISBN 978-617-7757-56-5

© Університет Ушинського, 2023

3. Електронний ресурс. URL : <https://infopedia.su/selected.php/>.
4. Електронний ресурс. URL: <https://podskazki.info/podozritelnost/>.
5. Електронний ресурс. URL: uk.wikipedia.org.
6. Електронний ресурс. URL: <https://studfile.net/preview/5319040/page:12/>.
7. Електронний ресурс. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
8. Електронний ресурс. URL: <https://studfile.net/preview/9043224/page:5/>.

УДК 159.923

СПЕЦИФІКА КОМУНІКАТИВНОЇ КРЕАТИВНОСТІ КАНДИДАТІВ ПРИ ПРОФЕСІЙНОМУ ПСИХОЛОГІЧНОМУ ВІДБОРІ З РІЗНИМ РІВНЕМ ЕМПАТІЇ

Меленчук Н. І.

*кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри загальної та диференціальної психології,
Університет Ушинського*

Бабак О. Г.

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Університет Ушинського*

Анотація. У цій статті розглядаються результати емпіричного дослідження, спрямованого на вивчення специфіки комунікативної креативності кандидатів при професійному психологічному відборі з різним рівнем емпатії. Комунікативна креативність розглядається як цілісна система психологічних властивостей особистості, що забезпечує творчий характер спілкування і комунікативної активності. Емпатія розуміється як властивість особистості, що складається зі здатності емоційно реагувати й відгукуватися на переживання іншого; здатності розпізнавати емоційні стани іншого; здатності давати адекватну відповідь як вербального, так і невербального типу на переживання іншого. Показано, що такі властивості особистості, як комунікативна креативність і емпатія, є важливими для професійного самоздійснення особистості соціономічних професій.

В емпіричному дослідженні був використаний «Тест-опитувальник комунікативної креативності» О. Саннікової, Р. Белоусової і метод візуальної діагностики. Використання якісного аналізу даних дало змогу згрупувати обстежених за рівнем емпатії, що була досліджена за допомогою візуальної діагностики, та вивчити у представників цих груп осіб індивідуально-психологічні прояви комунікативної креативності. Встановлено, що особам з високим рівнем емпатії властиві особистісні

якості, що сприяють нестандартному, нешаблонному рішення соціальних ситуацій, сприяють генеруванню оригінальних ідей та способів спілкування, що виникають у взаємодії з іншими людьми. Особам з низьким рівнем емпатії характерний низький рівень комунікативної креативності, вони не проявляють творчість у спілкуванні, не реалізують власних креативних здібностей при вирішенні соціальних завдань, зазнають труднощів у спілкуванні.

Ключові слова: комунікативна креативність, емпатія, властивість особистості, самопрезентація, професійний психологічний відбір.

Актуальність дослідження. На сьогоднішній день при професійному психологічному відборі є принципово важливими показники емпатії та комунікативної креативності, тому що вони впливають безпосередньо на якість виконання обов'язків робітника та його здібність на роботу в команді.

Як психологічне явище емпатія нам відома ще з часів античності. Зокрема, давньогрецькі стоїки стверджували, що існує особлива духовна спільність між людьми, завдяки якій вони співчують один одному. У Стародавній Греції співчуття цінувалось настільки високо, що заслуговувало спеціального предмета поклоніння, а в Давньому Китаї співчуття було залучено до реєстру основних чеснот людини. До наукового обігу цей термін увійшов на початку ХХ століття, завдяки англо-американському психологу Едварду Тітченеру, засновнику першої американської психологічної лабораторії. З 50-х років поняття емпатії отримало дуже широке розповсюдження [9].

У період становлення психології як наукової галузі основним джерелом тлумачення поняття «емпатія» слугували праці Т. Рібо, В. Штерна та інших учених. Штерн відзначив, що вже в 2-3 роки дитина здатна заражатися почуттями іншого, ідентифікувати себе з об'єктом симпатії, звершувати альтруїстичні вчинки. Він розділяє «почуття до інших» (ніжність, любов), які є передумовою до формування «почуттів з іншими» (співстраждання, співрадість). Любов до близьких людей (оточуючих), на думку В. Штерна, веде через наслідування і навчання до формування здатності реагувати на страждання інших людей, до розвитку альтруїстичної поведінки. На думку Т. Василюшиної, емпатія є особливою здатністю суб'єкта до відбиття емоційних переживань внутрішнього світу іншої людини, що дозволяє партнерам досягати взаємоузгодження позицій, взаємопорозуміння та здатності обирати у відповідності з цим спільні засоби само- і взаєморегуляції у процесі міжособистісної взаємодії [2].

М. Обозов зауважив, що «емпатія є емоційно-позитивною установкою на об'єкт». Емпатію він розглядає як процес (механізм) і включає в нього когнітивні, емоційні і діяльні компоненти. В руслі

гуманістичної психології К. Роджерс визначав емпатію як здатність розуміти і входити в світ іншої людини, а також передати їй це розуміння. Існує три рівні емпатії. Першим самим глибоким рівнем є «спосіб буття», спосіб «бути разом» з іншими, спосіб розуміння нюансів і складнощів їх внутрішніх світів. Другий, емпатія – як надзвичайно корисний спосіб професійної присутності, спосіб професійного контакту з клієнтами, внутрішнє життя яких складне і багатогранне. І, нарешті, третій, – емпатія – це комунікативна навичка, використанню якої можна навчитися [7].

Сучасні українські науковці-психологи О. Орищенко та О. Саннікова розглядають емпатію як складну багаторівневу інтегральну властивість особистості. Вони виділили три рівні в структурі емпатії. У формально-динамічний рівень входять якісні (модальні) та динамічні (особливості виникнення та протікання емпатійних реакцій) властивості емпатії. Змістовно-особистісний включає ті аспекти емпатії, що стосуються вибору простору для емпатійних переживань і морально-етичного змісту її об'єкта. Соціальні та індивідуальні уявлення про існуючі соціокультурні «норми» емпатійних проявів відображає соціально-імперативний рівень [4; 6]. Специфіка емпатійного розуміння іншої людини полягає в тому, що обов'язковим компонентом стає відображення стану іншої людини у своїх власних емоційних станах і відчуттях, конгруентних відчуттям іншого.

Комунікативна креативність розглядається в сучасній психологічній науці як цілісна система психологічних властивостей особистості, що забезпечує творчий характер спілкування і комунікативної активності. Комунікативна креативність представлена сукупністю когнітивних, мотиваційних, емоційних, морально-духовних характеристик особистості та поведінки [2; 5]. С. Чорноусенко розглядає комунікативну креативність як інтегративну особистісну якість, здатність до творчості у спілкуванні. За наявності відповідної мотивації вона дає особистості можливість виявити творче ставлення до спілкування [8].

Комунікативна креативність здебільшого визначає успіх спільної творчої діяльності представників різних професій. Ця проблема особливо актуальна для представників соціономічної групи професій, що пов'язана з характеристиками людини як «об'єкту» своєї діяльності. Наявність комунікативної креативності є необхідною умовою для компетенції та успіху. Комунікативна креативність дозволяє створювати та використовувати нові, оригінальні, нестандартні способи та засоби спілкування, що забезпечують результативне, швидке та творче розв'язання ситуації спілкування. Комунікативно-креативні якості особистості є специфічною

сукупністю когнітивних, емоційних та мовних характеристик, що формуються на основі соціального інтелекту, відображають обізнаність про культуру, соціальні відносини та традиції і реалізуються у комунікативних навичках, комунікативній компетентності, та здатності розуміти ставлення та почуття людей (емпатії) [3].

Комунікативна креативність реалізується у таких сферах:

1) змістових характеристиках спілкування (у діловому та повсякденному спілкуванні, спрямованому на організацію та реалізацію спільної діяльності);

2) функціональне орієнтування у спілкуванні (координація взаємодії, взаємна корекція дій, обмін інформацією, перерозподіл функцій);

3) операціональні методи взаємодії (часова організація спілкування, оновлення способів та засобів спілкування).

Показниками комунікативної креативності виступає уміння розв'язувати задачі, що виникають у процесі міжособистісного спілкування, знаходити вихід зі складної, іноді конфліктної, комунікативної ситуації, докласти різні тактики поведінки для досягнення конкретно поставленої мети, у цілях зміни творчого рівня спілкування із застосуванням методи проблемних ситуацій [5].

В організації креативної комунікативної діяльності важливими орієнтирами є цілі спілкування:

- встановлення контактів між учасниками діалогу;
- обмін повідомленнями, думками, замислами, рішеннями; спонукання активності партнера по спілкуванню, спрямованої на виконання взаємовигідних дій;
- координація – узгодження організації сумісної діяльності;
- усвідомлення смислу намірів, установок партнера по спілкуванню;
- вплив на емоції, наміри, рішення, думки;
- встановлення стосунків у системі ділового спілкування; переконання партнера, розв'язання конфліктів.

Отже, метою статті є викладення результатів теоретико-емпіричного дослідження особливостей комунікативної креативності кандидатів при професійному психологічному відборі з різним рівнем емпатії.

Організація та методи дослідження. З метою вивчення показників комунікативної креативності було застосовано Тест-опитувальник комунікативної креативності О. Саннікової, Р. Белоусової. Для виявлення рівня емпатії був використаний метод візуальної діагностики.

Емпіричне дослідження проводилось на базі компанії

«Фармбіллс». Вибірку склали 30 осіб у віці 21 до 31 років – кандидати на посаду менеджера по роботі з клієнтами.

Результати дослідження та їх обговорення.

На рис. 1. представлені профілі, що відображають прояви комунікативної креативності (за методикою О. Саннікової, Р. Белоусової) в групах осіб з високим (ГрЕм+) і низьким (ГрЕм-) рівнем емпатії.

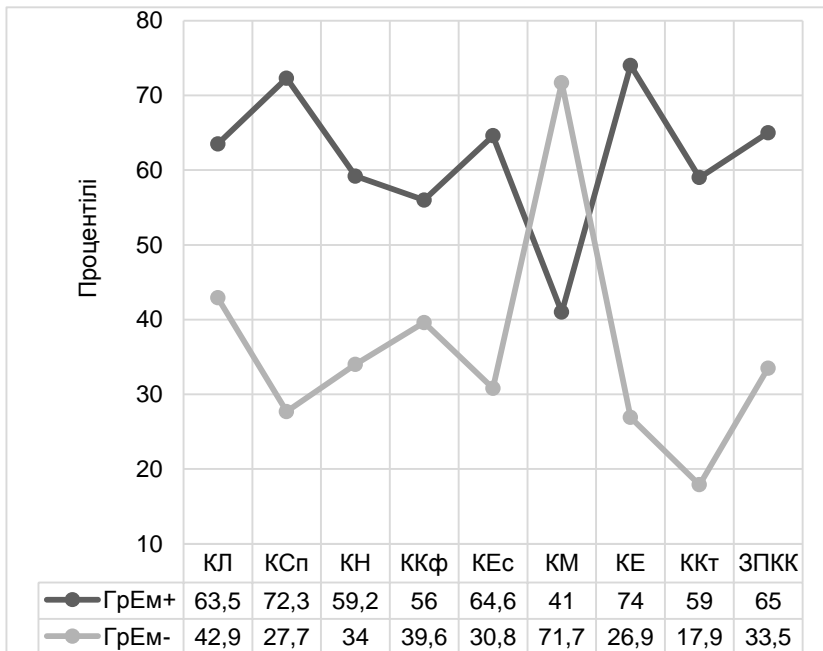


Рис. 1. Профілі комунікативної креативності груп осіб з різним рівнем емпатії

Примітка: 1) ГрЕм+ (N=8) – група осіб з високим рівнем емпатії; ГрЕм- (N=8) – група осіб з низьким рівнем емпатії; 2) умовні позначення показників комунікативної креативності: КЛ – легкість – труднощі у спілкуванні, КСп – схильність – байдужість до самопрезентації, КН – незалежність – залежність, ККф – конфліктність – покірність, КЕс – емоційна стійкість – емоційна нестійкість у спілкуванні, КМ – схильність до маніпуляцій (маніпулятивність) – нехитрість, КЕ – експресивність – невизначеність, ККт – комунікативна компетентність – комунікативна некомпетентність, ЗПКК – загальний показник (композитна оцінка).

Значення, відмічені на даному графіку, є середнім арифметичним значень конкретного показника, одержаного кожним

представником виділених груп осіб. На осі ОХ надані показники комунікативної креативності, на осі ОУ – їх значення, що виражені в процентілях. Середня лінія ряду проходить через крапку 50 процентілей.

Слід зазначити також, що значення показників комунікативної креативності, що знаходяться в площині вище за середню лінію ряду, свідчать про достатній вираз того або іншого показника. Вище за 75-й процентіль розташовуються значення, що характеризують високий ступінь виразу відповідного показника. Значення нижче середньої лінії ряду свідчать про слабкий вираз або невираз (нижче 25-го процентіля) відповідних показників комунікативної креативності в профілі. Кількісно-якісне поєднання показників комунікативної креативності визначають її індивідуальну специфіку в кожній групі осіб.

Візуально профіль групи осіб з високим рівнем емпатії (ГрЕм+) розташований переважно у додатному полюсі (в просторі третього квартилю розподілу). Профіль групи осіб з низьким рівнем емпатії (ГрЕм-) знаходиться у від'ємному полюсі (переважно в просторі другого квартилю розподілу). Це вказує на наявність розбіжностей за всіма комунікативної креативності в групах осіб які відрізняються за рівнем емпатії.

Задля аналізу кожного профілю здійснимо ранжування показників комунікативної креативності за їх відхиленням від середньої лінії ряду. Валентність означає відхилення від середньої лінії ряду або до додатного, або до від'ємного полюсу. Результати ранжування надано у табл. 1.

Таблиця 1

Ранжування показників комунікативної креативності в групах осіб з різним рівнем емпатії

Ранг	Групи осіб з різним рівнем емпатії	
	ГрЕм+	ГрЕм-
1	КЕ+ (експресивність)	КМ+ (маніпулятивність)
2	КСп+ (схильність до самопрезентації)	ККт- комунікативна некомпетентність
3	КЕс+ (емоційна стійкість у спілкуванні)	КСп- (байдужість до самопрезентації)

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

Характеризуючи специфіку профілю групи осіб з високим рівнем емпатії (ГрЕм+), можна зазначити, що представникам цієї групи осіб властивий високий рівень комунікативної креативності (ЗПКК+), їм

властива експресивність (КЕ+), схильність до самопрезентації (КСП+) і емоційна стійкість у спілкуванні (КЕС+). Високе значення показника експресивності (КЕ+) свідчить про виразність міміки, пантоміміки, жестикуляції цих осіб, про багатий інтонаційний репертуар і широку палітру емоційних переживань. Такі особи люблять і вміють забезпечувати собі ефективну самоподачу. У спілкуванні вони враховують той факт, що перше враження, яке вони зможуть створити, може або сприяти, або перешкоджати їх спілкуванню з співрозмовником, а також вплинути на всі подальші відносини з ним (КСП+). Високе значення за показником емоційна стійкість у спілкуванні (КЕС+) свідчить про те, що представники цієї групи осіб є емоційно зрілими особистостями, незворушними, розсудливими, такими, що здатні керувати своїми емоціями та настроями. За необхідності, вони можуть мобілізуватися і спрямувати емоційну енергію в потрібне русло, у реалізації задуманого виявляють наполегливість.

Аналізуючи профіль *групи осіб з низьким рівнем емпатії (ГРЕМ-)*, можна зазначити, що у представників цієї групи низький рівень комунікативної креативності (ЗПКК-), їм характерна маніпулятивність (КМ+), комунікативна некомпетентність (ККТ-), байдужість до самопрезентації (КСП-). Високе значення за показником маніпулятивність (КМ+) свідчить про те, що ці особи схильні маніпулювати іншими людьми, вміють приховувати свої справжні наміри, щоб за допомогою відволікаючих маневрів досягати своєї мети. Вони вміють знаходити підхід до людей, за необхідності можуть грати на слабкостях і використовувати у своїх цілях помилки інших людей. Низький рівень комунікативної компетентності (ККТ-) пов'язаний з низьким ресурсом комунікативних засобів, з труднощами у орієнтації міжособистісних відносинах. Вираз показника байдужість до самопрезентації (КСП-) свідчить про те, що представники цієї групи осіб схильні вважати продуману самоподачу «позерством» і не знаходять потрібним дбати про враження, яке вони справляють на інших людей.

Таким чином, все сказане вище підтверджує, що особам з високим рівнем емпатії властива особистісні якості, які сприяють нестандартному, нешаблонному рішення соціальних ситуацій, сприяють генеруванню оригінальних ідей та способів спілкування, що виникають у взаємодії з іншими людьми. Вони схильні до нестандартних та нешаблонних способів розв'язання задач, здатні до оригінальних й нестандартних дій, відкриті до нового досвіду. В свою чергу, особам з низьким рівнем емпатії характерний низький рівень комунікативної креативності, вони не проявляють творчість у спілкуванні, не реалізують власних креативних здібностей при

вирішенні соціальних завдань, зазнають труднощі у спілкуванні.

Висновки:

1. Комунікативна креативність розглядається як цілісна система психологічних властивостей особистості, що забезпечує творчий характер спілкування і комунікативної активності. Емпатія розуміється як властивість особистості, що складається зі здатності емоційно реагувати й відгукуватися на переживання іншого; розпізнавати емоційні стани іншого; давати адекватну відповідь як вербального, так і невербального типу на переживання іншого.

2. Для діагностики показників комунікативної креативності було застосовано Тест-опитувальник комунікативної креативності О. Саннікової, Р. Белоусової. Для виявлення рівня емпатії був використаний метод візуальної діагностики.

3. За допомогою якісного аналізу отриманих даних було виявлено, що представникам групи осіб з високим рівнем емпатії властива особистісні якості, які сприяють нестандартному, нешаблонному рішенню соціальних ситуацій, сприяють генеруванню оригінальних ідей та способів спілкування, що виникають у взаємодії з іншими людьми. Вони схильні до нестандартних й нешаблонних способів розв'язання задач, здатні до оригінальних й нестандартних дій, відкриті до нового досвіду. В свою чергу, представникам групи осіб з низьким рівнем емпатії характерний низький рівень комунікативної креативності, вони не проявляють творчість у спілкуванні, не реалізують власних креативних здібностей при вирішенні соціальних завдань, зазнають труднощі у спілкуванні.

Література

1. Белоусова Р. В. Індивідуально-типові особливості комунікативної креативності : Автореф. дис. ... канд. психол. наук / 19.00.01. Одеса, 2004. 20 с.

2. Василишина Т. В. Емпатія як фактор ефективності педагогічного спілкування : Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Київ, 2000. 20 с.

3. Меленчук Н. І., Цвіткова В. О. Комунікативний потенціал «логіків» та «інтуїтів»: порівняльний аналіз. *Сучасна психологія: проблеми та перспективи* : збірник наукових праць. (м. Ізмаїл, 2020 р.). Ізмаїл: РВВ ІДГУ, 2020. С. 115-120.

4. Орищенко О. А. *Дифенційно-психологічний аналіз емпатії* : Автореф. дис. ... канд. психол. наук / 19.00.01. Одеса, 2004. 21 с.

5. Саннікова О. П., Страцинська І. А. Комунікативна креативність інтерналів і екстерналів: порівняльна характеристика. *Наука і освіта*. 2013. № 3. С. 149-153.

6. Саннікова О. П., Саннікова А. О. *Сценічні бар'єри: диференціально-психологічний підхід* : [Монографія]. Одеса: Вид-во ВМВ, 2014. 238 с.

7. Радевич-Виницький Я. К. *Етикет і культура спілкування* : [навч. посіб.]. Київ : Знання, 2006. 291 с.

8. Черноусенко Н.С. Вариативність підходів до вивчення креативності командирів військових підрозділів. *Практична психологія та соціальна робота*. 2000. № 7. С. 39-40.

9. Egan G. *The Skilled Helper: A Systematic Approach to Effective Helping*. Michigan : Brooks / Cole Publishing Company, 1986. 391 p.

УДК 159.9:004.738.5

ВПЛИВ РІВНЯ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ НА ФАКТОРНУ СТРУКТУРУ ОСОБИСТОСТІ: РОЗКРИТТЯ СКЛАДОВИХ ІНТЕРНЕТ- ЗАЛЕЖНОСТІ

Дегтяренко Т.В.

*доктор медичних наук, професор,
Університет Ушинського*

Бондаренко О. О.

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Університет Ушинського*

Анотація. У цій статті було розглянуто вплив рівня інтернет-залежності на факторну структуру особистості, зокрема розкрито складові, що характеризують інтернет-залежність. Загальна відомість про поширеність використання Інтернету та інтернет-залежності була викладена у вступі, що надає контекст для подальшого розуміння проблеми.

Ключові слова: інтернет-залежність, форми інтернет-залежності, факторна структура особистості.

Сучасне суспільство не уявляємо без широкого використання Інтернету, який став невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Інтернет надає нам доступ до безлічі можливостей, починаючи від отримання інформації та спілкування з друзями до здійснення покупок та розваг. Однак, разом зі зростанням Інтернету, з'явилася проблема інтернет-залежності.

Інтернет-залежність визначається як нездатність контролювати своє використання Інтернету, що призводить до негативних наслідків для фізичного, психологічного та соціального благополуччя. Ця проблема стала актуальною для великої кількості людей у всьому світі, особливо серед молоді.

Зростаюча поширеність інтернет-залежності викликає серйозні питання про її вплив на факторну структуру особистості. Особистість, як складний індивідуальний конструкт, включає різні