

СОЦІАЛЬНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНТЕГРАЛЬНА ВЛАСТИВІСТЬ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розкрито сутність соціального інтелекту як властивості, що забезпечує ефективність професійної взаємодії майбутніх фахівців з комерційної діяльності. Узагальнено напрями розробки проблематики соціального інтелекту серед зарубіжних і вітчизняних науковців. Обґрунтовано вагомість високорозвинутого соціального інтелекту для фахівців з комерційної діяльності, що здійснюють різноманітну професійну взаємодію.

Ключові слова: соціальний інтелект, професійна взаємодія, майбутні фахівці з комерційної діяльності.

У сучасних умовах від цілеспрямованої підготовки людини до життя у світі серед багатоманітних зв'язків залежить рівень її інформованості, впевненості у встановленні професійних, особистісних контактів з різними людьми. Це вимагає від майбутніх спеціалістів постійно підвищувати компетентність у здійсненні професійної взаємодії, вміти адаптуватися в умовах швидкого оновлення технологій і протягом короткого часу поповнювати професійні знання. Компетентність у здійсненні професійної взаємодії залежить від наявності спеціальних здібностей, серед яких провідною, на думку багатьох дослідників (М. Амінова, М. Молоканов та ін.), є соціальний інтелект. Однак феномен соціального інтелекту не вивчено повною мірою й, у зв'язку із цим, є актуальною розробка питання про особливості прояву та розвитку соціального інтелекту як складника компетентності майбутніх фахівців комерційної діяльності у здійсненні професійної взаємодії.

Дослідженню взаємозв'язку проблеми взаємодії з інтелектуальними процесами (мисленням, розумінням, рефлексією) присвячено праці значної когорти науковців (Г. Гарднер, Д. Големан, С. Каган, Г. Оллпорт, К. Петерсон, Е. Торндайк, В. Загвоздкін, Е. Носенко та ін.). Дослідники акцентували увагу на феномені “соціальний інтелект” – специфічній пізнавальній здатності, що забезпечує успішну взаємодію з людьми. На відміну від абстрактного (розуміння думок, ідей і управління ними), механічного (розуміння конкретних об'єктів), соціальний інтелект виявляється в розумінні людей, здатності діяти мудро в людських відносинах. Проте досліджень щодо вагомості наявності в майбутніх фахівців комерційної діяльності розвинутого соціального інтелекту як основи їх успішної професійної взаємодії, на жаль, бракує.

Метою статті є розкриття сутності й обґрунтування вагомості соціального інтелекту як властивості, що забезпечує ефективність професійної взаємодії майбутніх фахівців з комерційної діяльності; узагальнення напрямів розробки проблематики соціального інтелекту.

У загальному розумінні, соціальний інтелект – здібність правильно розуміти свою поведінку й поведінку інших людей. Вона забезпечує ефективність міжособистісної взаємодії й успішність соціальної адаптації. Соціальний інтелект реалізує пізнавальні процеси, пов'язані з відображенням соціальних об'єктів – людини як партнера по спілкуванню й діяльності, а також групи людей [1, с. 8].

Уперше його було введено Е. Торндайком з метою позначення “далекоглядності” в міжособистісних відносинах. Науковець виділив три види інтелекту [8]: абстрактний (здатність розуміти абстрактні вербальні та математичні символи й робити з ними певні дії); конкретний (здатність розуміти речі та предмети матеріального світу й робити з ними певні дії); соціальний (здатність розуміти людей і взаємодіяти з ними).

У Г. Олпорта зазначений феномен тлумачиться як здатність “добре розбиратися в людях”, “соціальний дарунок, необхідний для тонкої рівноваги поведінки, що забезпечує гладкість у відносинах з людьми” [5].

У теорії множинного інтелекту Г. Гарднера соціальний інтелект збігається з міжособистісним інтелектом. За словами вченого, “міжособистісний інтелект заснований на найважливішій здібності зауважувати відмінності між людьми, точніше, контрасти в їхньому настрої, темпераменті, мотиваціях та намірах” [6, с. 51]. У книзі “Множинність виявлення інтелекту” Г. Гарднер репрезентував дві форми соціального інтелекту: *міжособистісний* (спроможність людини розуміти інших, усвідомлювати мотиви їх діяльності, ставлення до роботи, вдосконалювати співпрацю з цими людьми, правильно розпізнавати настрої, мотиви та прагнення інших людей і відповідним чином реагувати на них); *внутрішньоособистісний* (властивість людини, спрямовану на себе, спроможність формувати точну адекватну модель власного “Я” та використовувати цю модель для ефективного функціонування в житті, здатність людини розуміти власні почуття, їх джерела а відтак регулювати власну поведінку, спираючись на перелічені складники). Отже, наявний певний взаємозв'язок сутності понять “соціальний (міжособистісний) та емоційний інтелект” [6].

Зарубіжні дослідники С. Космітські та О. Джон розробили концепцію соціального інтелекту, в якій вони виділяють сім компонентів. Ці компоненти утворюють дві групи: когнітивні й поведінкові. До групи когнітивних компонентів соціального інтелекту вчені включили: оцінку перспективи, розуміння людей, знання соціальних правил, відкритість у відносинах з оточенням. До групи поведінкових компонентів увійшли: здатність до міжособистісних відносин, соціальна пристосованість, теплота в міжособистісних стосунках (за [4]). На нашу думку, ця концепція досить точно відображає особливість соціального інтелекту як феномену. Саме взаємодія когнітивних і поведінкових факторів робить цей конструкт ефективним у практичному використанні. Ймовірно, що це досягається за рахунок того, що кожен із двох груп зазначених елементів використовується ментальною системою людини з урахуванням іншого.

Останніми роками увагу фахівців у галузі психології обдарованості та творчості привернула проблематика дослідження емоційного інтелекту. Ці дослідження також реанімували дуже давні міркування й дослідження проблем соціального інтелекту, розпочаті ще Едвардом Лі Торндайком на початку ХХ ст.

Так, Д. Големан [7] визначив сутність емоційного інтелекту як можливість осягнути свої почуття та почуття інших людей, мотивувати активну діяльність свою та оточення, керувати емоціями як сам на сам, так і у відносинах з іншими, та запропонував шляхи опанування таких особистісних властивостей, як: самоконтроль, наполегливість, самомотивування діяльності, розуміння власних емоцій та емоцій інших людей, що сприяє успіху комунікації. Дослідник установив, що люди, не здатні “читати” емоції інших або адекватно виражати власні емоції, постійно перебувають у стані фрустрації, оскільки фактично не розуміють відтінків між особистісної взаємодії.

У вітчизняну психологію феномен “соціальний інтелект” введено Ю. Ємельяновим, який стверджував, що “сферу можливостей суб’єкт-суб’єктного пізнання індивіда можна назвати його соціальним інтелектом, маючи на увазі стійку, засновану на специфіці розумових процесів афективного реагування й соціального досвіду здатність розуміти самого себе, інших людей, їхні взаємини та прогнозувати міжособистісні події” [2, с. 35]. Досить оригінальною й цікавою є його ідея щодо формування в людини на основі інтуїції таких конструктів, як індивідуальні “евристики”, які використовуються людиною під час оцінювання та складання висновків у міжособистісних відносинах; гарантують високу прогностичність та надійність.

За твердженням В. Куніциної [3], зазначений феномен зумовлює прогнозування розвитку міжособистісної взаємодії, інтерпретацію інформації та поведінки, готовність до соціальної взаємодії і прийняття рішень; дає змогу досягати гармонії із собою та навколишнім середовищем; допомагає людині прогнозувати розвиток міжособистісних подій, загострює інтуїцію, передбачливість і забезпечує психологічну витривалість.

У межах своєї концепції В. Куніцина виділяє такі основні функції соціального інтелекту: забезпечення адекватності, адаптивності в умовах, що змінюються; формування програми й планів успішної взаємодії в тактичному та стратегічному напрямках, вирішення поточних завдань; планування міжособистісних подій та прогнозування їх розвитку; мотиваційна функція; розширення соціальної компетентності; саморозвиток, самопізнання, самонавчання.

Дослідниця висвітлює зазначений феномен у таких аспектах: комунікативно-особистісний потенціал – комплекс властивостей, які полегшують або ускладнюють взаємодію. На його основі формується психологічна контактність і комунікативна сумісність; характеристики самосвідомості – почуття самоповаги, свободи від комплексів, упередженість, відкритість

новим ідеям; соціальна перцепція – соціальне мислення, соціальна уява, здібність до розуміння й моделювання соціальних явищ, розуміння людей і їхніх мотивів; енергетичні характеристики – психічна й фізична витривалість, активність, слабка виснаженість. Вагомим для нас виявилось її твердження, що вищий рівень розвитку соціального інтелекту відрізняється гуманістичною спрямованістю, здатністю особистості позитивно впливати на інших. Отже, соціальний інтелект визначає рівень адекватності й успішності будь-якої взаємодії, зокрема професійної.

Вагомими стали результати дослідження М. Кубишкіної, яка довела існування взаємозв'язку соціального інтелекту з мотивацією соціального успіху; виявила роль соціального інтелекту в діяльності, спрямованій на досягнення високих результатів у соціально значущій професійній сфері. Автор встановила, що основними характеристиками людей з вираженим мотивом соціального успіху є більша активність взаємодії, наявність впевненості в собі, високий рівень соціального інтелекту. Найвищий рівень соціального інтелекту, на думку авторки, характеризується задоволенням від взаємодії та стосунків з колегами, розвинутим почуттям гідності, самоповаги, гнучкістю поведінки, високим рівнем саморегуляції та адаптивності.

Вивчаючи цей феномен як інтегральну характеристику особистості, що визначає успіх будь-якої взаємодії, зокрема професійно спрямованої, за будь-яких умов, ми враховували напрацювання С. Кагана [18], який репрезентував дві його форми: міжособистісну (наявність здібностей: вирішувати конфлікти, товаришувати, працювати в команді, бути комунікативним) та внутрішньоособистісну (передбачає володіння здібностями: метапізнання, самооцінка, розстановка авторитетів і цілей, саморегуляція).

Щодо взаємодії майбутніх фахівців з комерційної діяльності, то проведений аналіз дав змогу переконатися в тому, що їх професійна діяльність передбачає організацію розмаїття процесів, пов'язаних з купівлею-продажем, обміном та просуванням товарів від виробників до споживачів з метою задоволення запиту покупців та отримання максимального прибутку комерційним підприємством. В основі реалізації будь-якого із зазначених процесів є взаємодія як з юридичними, так і фізичними особами, наділеними правом здійснення комерційної діяльності, яка має базуватися на співпраці, а також довірі собі та іншим, повазі, професіоналізмі й компетентності. Здійснити зазначене без високорозвинутого соціального інтелекту є майже неможливим. Крім того, актуальним для дослідження є твердження Т. Армстронга, О. Беляєвої про можливість цілеспрямованого формування зазначеної інтегральної властивості особистості в будь-якому віці.

У нашому дослідженні соціальний інтелект оцінювався за допомогою методики Дж. Гілфорда і М. Саллівена для діагностики рівня соціального інтелекту. На відміну від інших тестів виміру інтелекту, вона виявляє здатність до міжособистісного пізнання. Методика дає змогу вимірювати як загальний рівень соціального інтелекту, так і здатність до розуміння по-

ведінки (здатності передбачати наслідки поведінки, адекватно відбивати вербальну й невербальну експресію поведінки, розуміти логіку розвитку складних ситуацій міжособистісної взаємодії).

Аналіз результатів дослідження за субтестом “Історія з завершенням” показав, що студенти не в повному обсязі володіють здатністю передбачати наслідки поведінки людей у відповідній ситуації. Значна кількість студентів погано розуміють зв’язок між поведінкою та її наслідками, часто помиляються, потрапляючи в конфлікти, небезпечні ситуації, тому що неправильно уявляють собі результати своїх дій або вчинків інших, погано орієнтуються в загальноприйнятих нормах і правилах поведінки.

Субтест “Групи експресії” дав змогу виявити наявність у студентів здібності до логічного узагальнення, виділення загальних суттєвих відзнак у різних невербальних реакціях людини. Загальновідомо, що люди з високими оцінками за цим субтестом здатні правильно оцінювати стан, почуття, наміри людей за їх невербальними проявами: мімікою, позою, рухами. Такі люди, скоріше за все, надають великого значення невербальному спілкуванню, звертають увагу на невербальні реакції учасників взаємодії. Чуттєвість до невербальної експресії істотно посилює здатність розуміти інших. Отримані результати показали, що більшість студентів не володіють засобами невербальної комунікації, не вміють читати невербальні прояви партнерів взаємодії.

Щодо результатів за субтестом “Вербальна експресія”, то майже половина студентів продемонструвала середній та високий рівень сформованості здатності розуміти зміст значень подібних вербальних реакцій людини залежно від контексту ситуацій, які їх викликали; чутливості до характеру й відтінків людських відносин. Вони здатні знаходити відповідний тон спілкування з різними співрозмовниками в різних ситуаціях і мають великий репертуар рольової поведінки (виявляють рольову пластичність).

Аналіз результатів дослідження за субтестом “Історії з доповненням” свідчить про те, що здатності студентів розуміти логіку розвитку ситуацій взаємодії, сутність і значення поведінки людей у цих ситуаціях дещо гірші. Так, більшість студентів мають труднощі в аналізі ситуацій міжособистісної взаємодії. Лише незначна кількість опитаних довели високі вміння аналізувати складні ситуації взаємодії людей, розуміють логіку їх розвитку, чуттєві до зміни смислу ситуації при включенні в комунікацію різних учасників. Ідеться про те, що ці студенти шляхом логічних висновків можуть добудовувати невідомі, недостатні ланки в ланцюзі певних взаємодій, передбачати, як людина поведе себе в майбутньому, аналізувати причини адекватної поведінки.

Дослідження рівня розвитку соціального інтелекту в майбутніх фахівців з комерційної діяльності за методикою Дж. Гілфорда і М. Саллівена виявило, що студенти мають переважно середній та нижчий від середнього рівні зазначеного феномену (відповідно 24,7% та 49,3%). Високий рівень сформованості соціального інтелекту виявлено лише у 11,3% студентів. Решта продемонструвала низький рівень. Ці респонденти потребують свого залучення до розгорнутої програми психокорекційної роботи з метою

вдосконалення властивостей особистості, які зумовлюють розвиток соціального інтелекту, а саме розвитку здатності розуміти зміни схожих вербальних реакцій залежно від контексту, усвідомлювати логіку розвитку ситуацій взаємодії, значення поведінки людини в різноманітних ситуаціях тощо.

Висновки. Проведений аналіз дав змогу переконатися в тому, що наявність у майбутніх фахівців з комерційної діяльності високого рівня розвиненості соціального інтелекту, спроможності розуміти інших, усвідомлювати мотиви їх діяльності, ставлення до роботи, удосконалювати співпрацю з цими людьми, правильно розпізнавати настрої, мотиви й прагнення інших людей і відповідним чином реагувати на них є передумовою їх успішної професійно спрямованої взаємодії. Володіння заявленим інтегральним особистісним утворенням забезпечить кваліфіковане виконання комерсантом професійної, комунікативної діяльності. Зазначене підтверджує необхідність акцентування уваги на розвитку соціального інтелекту майбутніх фахівців з комерційної діяльності як складника їх компетентності у здійсненні професійної взаємодії. Висвітлені напрацювання дають змогу використати їх у подальших наукових розвідках, присвячених моделюванню процесу підготовки майбутніх фахівців комерційної діяльності до професійної взаємодії.

Список використаної літератури

1. Геранюшкина Г.П. Социальный интеллект студентов-менеджеров и его развитие в условиях формирующего эксперимента : автореф. дис. канд. психол. наук : спец. 19.00.07 "Социальная психология" / Г.П. Геранюшкина. – Иркутск, 2001. – 19 с.
2. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение / Ю.Н. Емельянов. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1985. – 167 с.
3. Куницына В.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение / В.Н. Куницына // Теоретические и прикладные вопросы психологии. – СПб., 1995. – Вып. 1. – Ч. 1. – С. 48–59.
4. Савенков А.И. Эмоциональный и социальный интеллект как предикторы жизненного успеха / А.И. Савенков // Вестник практической психологии образования. Методологический семинар. – 2006. – № 1 (6). – С. 30–38.
5. Allport G.W. Personality: A psychological interpretation / G.W. Allport. – N.Y., 1937. – 516 p.
6. Gardner H. Frames of mind: The theory of multiple intelligence / H. Gardner. – L. : Heinemann, 1983. – 294 p.
7. Goleman D. Emotional Intelligence / D. Goleman. – N.Y. : Banta book, 1995. – 352 p.
8. Thorndike R.L. Intelligence and its uses / R.L. Thorndike // Harper's Magazine. – 1920. – 626 p.

Стаття надійшла до редакції 09.08.2013.

Кожушко С.П. Социальный интеллект как интегральное свойство, обеспечивающее эффективность профессионального взаимодействия будущих специалистов коммерческой деятельности

В статье раскрывается сущность социального интеллекта как свойства, которое обеспечивает эффективность профессионального взаимодействия будущих специалистов коммерческой деятельности. Обобщены направления разработки проблематики социального интеллекта зарубежными и отечественными учеными. Обос-

нована важность высокоразвитого социального интеллекта для специалистов в области коммерческой деятельности, которые осуществляют профессиональное взаимодействие различного уровня.

Ключевые слова: социальный интеллект, профессиональное взаимодействие, будущие специалисты коммерческой деятельности.

Kozhushko S. Social intelligence as an integral property that guaranties the effectiveness of professional interaction of future specialists in commercial activity

The article reveals the essence of social intelligence as a property that guaranties the effectiveness of professional interaction of future specialists in commercial activity. Social intelligence is treated as a phenomenon that can be considered as an inseparable part of professional competence of future entrepreneurs. The analysis performed gives the grounds for the claim that professional activity of future business persons envisages the organization of a great variety of processes connected with selling and buying goods, their change and promotion on their way from producers to consumers with the aim to gain profit. Any of these processes is based on interaction with legal entities and physical persons who are authorized to perform commercial activity which has to rest on cooperation, trust, mutual respect, professionalism and competence. It is proved that to perform this complicated task one must possess a developed social intelligence. The author supports the idea that social intelligence as an integral property of a personality can be shaped in any age and assessed by a set of tests specially designed for its diagnostics. Having analyzed the results of the tests based on the techniques proposed by J. Guilford and M. Salliven we received the following outcomes: the level of social intelligence of future specialists in commercial activity, their ability to understand interlocutors, realize the motives of their deeds, their disposition, wishes and aspirations – all these factors can be considered as pre-requisites for successful professional interaction in the sphere of commerce. Thus, while training future specialists in commerce, special attention must be paid to the development of their social intelligence as an integral part of their professional competence and readiness to professional interaction.

Key words: social intelligence, professional interaction, future specialists in commercial activity.