

ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ?

Пятышева Юлия Вадимовна

студентка группы СЦб-3201-01-00, ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», РФ, г. Киров

Рассмотрение и раскрытие понятия «социальный интеллект» является одной из самых распространенных и актуальных проблем, так как этот феномен один из базовых в социальной психологии. Попробуем разобраться, что же значит «социальный интеллект» и почему понимание этого понятия так важно.

Для начала поймем, что значит понятие «интеллект». Существует множество трактовок этого понятия, и иногда они могут быть парадоксально противоречивыми. Отсутствие однозначности в определениях интеллекта связано с многообразием его проявлений.

В целом, можно дать следующее определение интеллекта, а именно, интеллект – умственная способность индивида, которая помогает адаптироваться в обществе при помощи соответствующих поведенческих реакций [5, с. 143; 6, с. 238]. Однако, в нашей стране психология интеллекта долго не исследовалась, и интеллект рассматривался не как единая когнитивная система, а отождествлялся с мышлением.

Обращение к проблеме социального интеллекта начинается с начала XX века. Изучением этого феномена занимались следующие зарубежные ученые: О. Конт, Э. Торндайк, Г. Олпорт, Дж. Гилфорд, Г. Айзенк и др [3, с.132]. Именно Торндайк указал на существование трех видов интеллекта, одним из которых выделил социальный. Особого внимания заслуживает концепция Джо Гилфорда. Он первым разработал тест для определения социального интеллекта, который представляет собой «систему интеллектуальных способностей, независимых от фактора общего интеллекта и связанных, прежде всего, с познанием поведенческой информации» [4; 7].

В отечественной науке социальный интеллект рассматривался в нескольких направлениях: как понимание человеком человека, как социальное мышление, как межличностное взаимодействие, как коммуникативная компетентность, как самостоятельный психологический феномен. Но преимущественно в аспекте коммуникативной компетентности (Н.А. Аминов, М.В. Молоканов, М.И. Бобнева, Ю.Н. Емельянов) [2; 3].

Анализ понятия социального интеллекта зарубежных и отечественных ученых показывает, что не существует единого подхода к определению этого понятия. Однако, можно выделить общее и определить социальный интеллект, как особую способность, представляющая собой набор определенных индивидуально-личностных свойств человека, которая способствует адекватному реагированию на социальные ситуации, формирует отношение к себе и окружающим, позволяет прогнозировать результаты деятельности и понимать свое поведение и поведение окружающих.

Было проведено исследование по определению уровня социального интеллекта среди студентов, которое проводилось на базе «Вятского государственного университета», среди студентов 1–4 курсов. В нем приняли участие 102 студента по направлениям подготовки: 23,5% – социология, 4,9% – психология, 63,7% – государственное и муниципальное управление, 7,8% – инноватика. Так как это квазиисследование, то оно допускает такую выборку, а не точный расчет на основе доверительной вероятности и доверительного интервала.

Для изучения социального интеллекта была выбрана методика: тест Гилфорда «Социальный интеллект». Для анализа полученных данных использовались две программы: IBM SPSS Statistics 20, Microsoft Office Excel 2013.

При рассмотрении распределения респондентов по уровню социального интеллекта в целом, можно заметить, что преобладающее число опрошенных (около 70%) имеют средний уровень социального интеллекта. Лишь 11% имеют социальный интеллект выше среднего и высокий. 20% испытуемых имеет уровень ниже среднего (табл. 1).

Если смотреть результаты по каждому субтесту в отдельности, то так же, наиболее распространен средний уровень, но количество респондентов с высоким уровнем и выше среднего имеют больший процент в 1-3 субтестах, чем в общем уровне социального интеллекта (табл. 1).

Также то, что распределение ответов сосредоточено вокруг значения 3, т.е. среднего уровня по каждому из субтестов и уровню социального интеллекта, можно наблюдать при вычислении основных математических показателей. Исходя из которых, значения по субтестам находятся в интервале среднего уровня. Однако, по результатам 1 и 3 субтеста есть небольшое отклонение распределения ответов в сторону 4 варианта, т.е. уровню выше среднего (табл. 1).

Таблица 1.

Уровень социального интеллекта

Уровень	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Среднее	Медиана	Мода
Субтест 1, (%)	0	6,9	47,1	40,2	5,9	3,45	3	3
Субтест 2, (%)	0	13,7	60,8	22,5	2,9	3,15	3	3
Субтест 3, (%)	2,9	8,8	41,2	36,6	10,8	3,43	3	3
Субтест 4, (%)	2	31,4	56,9	9,8	0	3	3	3
Социальный интеллект (%)	0	19,6	69,6	9,8	1	2,92	3	3

Таким образом, большинство опрошенных имеют средний уровень социального интеллекта, поэтому для них характерно следующее: они могут получать информацию о поведении людей, в целом разбираются в невербальном общении, могут высказывать верные суждения о людях, прогнозировать их реакции в определенных обстоятельствах и стандартных ситуациях, проявлять предусмотрительность в отношениях с другими. Часто, они бывают успешными коммуникаторами.

Для тех, у кого обнаружены перекосы в 1 и 3 субтестах в сторону ответа 4 (т.е. уровня выше среднего) характерно: предвидение результата ситуации на основе анализа ситуаций общения, умение планировать поведения для достижения поставленных целей, способность ориентироваться в невербальных реакциях, быстрое понимание того, что люди говорят друг другу в определенной ситуации, способность находить нужный тон общения.

Исследование показало, что среди опрошенных преобладает средний уровень социального интеллекта (около 70%), оставшиеся респонденты распределились 2:1 с уровнями низким и ниже среднего и высоким и выше среднего соответственно. Таким образом, если считать средний уровень социального интеллекта достаточным для понимания многих аспектов в процессе коммуникации, то преобладает положительная тенденция по уровню социального интеллекта.

На основании исследования были составлены рекомендации для отдельных личностей по повышению социального интеллекта и для групп, в первую очередь для руководителей коллективов [1].

Рекомендации для отдельных людей представлены несколькими правилами, которые способствуют развитию социального интеллекта, а именно: развивать социальную восприимчивость или эмпатию, учиться разбираться в языке тела, учиться читать эмоции по лицу, учиться слышать собеседника, учиться улавливать настроение, улучшать свой актерский талант, научиться управлять своими эмоциями, развивать навыки публичного выступления, играть в «социальные» игры. Эти правила помогут развитию основных аспектов социального интеллекта.

Рекомендации для групп состоят в следующем: отводить лидирующие позиции в выполнении заданий людям, которые обладают более высоким социальным интеллектом, способствовать развитию социального интеллекта тех членов коллектива, у которых он находится на низком уровне или уровне ниже среднего, стараться проводить более демократичную политику управления коллективом.

Список литературы:

1. Дехканов Д. 9 способов развить социальный интеллект и научиться манипулировать людьми / – [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://vc.ru/p/nine-steps-social> (дата обращения: 04.05.2017).
2. Измайлова А.В. Социальный интеллект как черта, определяющая успешность социального взаимодействия подростков // Психологическое здоровье человека: жизненный ресурс и жизненных потенциал: материалы Междунар. научно-практич. конф. (Красноярск, 28–29 нояб. 2014 г.). – Красноярск, 2014. – С.440–447.
3. Кудинова И. Б. Социальный интеллект как предмет исследования // Сибирский педагогический журнал. – 2005. – №4. – С. 132–142.
4. Лунева О. В. Социальный интеллект как категория социальной психологии // Проблемы педагогики и психологии. – 2010. – №1. – С. 146–151.
5. Петровский А. В. Психологический словарь. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
6. Разумнова О. М. Компоненты социального интеллекта и социальной креативности. Современные исследования творчества: к 90-летию Я. А. Пономарева. – 2010. – С. 238–252.
7. Саутина, Е.С Научное становление понятия «социальный интеллект» // Территория науки. – 2007. – №1. – С. 142–146.