

## ПСИХОЛОГІЯ ПРАЦІ; ІНЖЕНЕРНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.9:37.01:378

DOI <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2026.1.5>

Пищик А. М.

*аспірант кафедри психології та педагогіки**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

ORCID: 0009-0005-6484-0230

КОМУНІКАТИВНА КРЕАТИВНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ІНЖЕНЕРА  
ЯК ПРЕДМЕТ ПСИХОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУCOMMUNICATIVE CREATIVITY OF FUTURE ENGINEERS AS A SUBJECT  
OF PSYCHOLOGICAL ANALYSIS

У статті здійснено теоретичний аналіз феномену комунікативної креативності як міждисциплінарного конструкта на перетині уявлень про креативність і комунікацію. Розглянуто еволюцію підходів до трактування понять «креативність» та «комунікація» в західній і вітчизняній наукових традиціях, виокремлено відмінності між концептуальними та операціоналізованими підходами до їхнього вивчення. Констатовано, що вітчизняна психологічна наука поступово визнає комунікативну креативність як відносно самостійний психологічний феномен. Однією з перших спроб концептуалізації комунікативної креативності є трактування цього поняття як специфічного типу творчого мислення, пов'язаного зі створенням практичних повідомлень під час людської взаємодії. У такому підході підкреслюється, що творчість у комунікації не обмежується лише передачею інформації, а передбачає конструювання смислів. У статті підкреслено, що у вітчизняних дослідженнях комунікативна креативність зазвичай розглядається не як загальна творчість, а як специфічна форма креативності, що тісно пов'язана зі сферою міжособистісної взаємодії та комунікаційної діяльності. Вона включає здатність генерувати нестандартні, оригінальні ідеї та підходи, що допомагають ефективно вирішувати комунікативні завдання та досягати взаєморозуміння в умовах соціальної взаємодії. Зазначається, що комунікативна креативність орієнтована на практичне використання творчих здібностей у процесі спілкування, адаптуючи стратегії взаємодії до конкретних ситуацій та аудиторій. Акцент робиться на здатності до нестандартного розв'язання комунікативних завдань та гнучкої адаптації комунікативних стратегій до різних контекстів міжособистісної взаємодії. В роботі проаналізовано сучасні прикладні дослідження, які пов'язують комунікативну креативність із професійною ефективністю у соціономічних професіях. На основі зіставлення вітчизняних і зарубіжних підходів обґрунтовано наявність теоретико-емпіричної прогалини у вивченні комунікативної креативності майбутніх інженерів, що актуалізує потребу подальших досліджень цього феномену в контексті інженерної освіти та професійної підготовки.

**Ключові слова:** креативність, комунікація, комунікативна креативність, інженерна освіта, професійна підготовка, майбутній інженер.

The article presents a theoretical analysis of communicative creativity as an interdisciplinary construct situated at the intersection of conceptualizations of creativity and communication. It traces the evolution of approaches to the interpretation of the notions "creativity" and "communication" within both Western and Ukrainian scientific traditions, highlighting the distinctions between conceptual and operationalized frameworks employed in their investigation. It is noted that contemporary Ukrainian psychological scholarship is progressively recognizing communicative creativity as a relatively autonomous psychological phenomenon. Among the earliest attempts to conceptualize communicative creativity is its definition as a distinctive type of creative thinking oriented toward the generation of pragmatically effective messages in the course of human interaction. This perspective underscores that creativity in communication extends beyond the mere transmission of information and entails the active construction of meaning. The analysis emphasizes that, in Ukrainian research, communicative creativity is typically treated not as a general manifestation of creativity but as a domain-specific form intrinsically linked to interpersonal interaction and communicative activity. It encompasses the capacity to produce unconventional and original ideas and approaches that facilitate the effective resolution of communicative tasks and the attainment of mutual understanding within social contexts. Particular attention is drawn to the practical orientation of communicative creativity: it involves the application of creative abilities directly within communicative processes, enabling the flexible adaptation of interaction strategies to specific situational demands and target audiences. Special emphasis is placed on the ability to address communicative challenges in non-standard ways and to adjust communicative strategies dynamically across diverse interpersonal contexts. The study reviews recent applied research that establishes associations between communicative creativity and professional efficiency in socio-economic (person-oriented) professions. By comparing Ukrainian and international approaches, the paper substantiates the existence of a significant theoretical and empirical research gap concerning the communicative creativity of future engineers. This gap underscores the necessity for further investigation of the phenomenon within the frameworks of engineering education and professional preparation.

**Key words:** creativity, communication, communicative creativity, engineering education, professional training, future engineer.



**Постановка проблеми.** Сучасна інженерна діяльність дедалі більше виходить за межі суто технічних завдань і набуває виразного соціально-комунікативного виміру. Інженери працюють у міждисциплінарних командах, взаємодіють із замовниками, менеджерами, маркетологами та інвесторами, беруть участь у колективному ухваленні рішень, презентують і захищають власні проєктні рішення. У таких умовах ефективність професійної діяльності визначається не лише рівнем фахових знань, а й здатністю зрозуміло, переконливо та гнучко доносити складний технічний зміст до різних аудиторій. Особливого значення набуває не просто володіння комунікативними навичками, а саме комунікативна креативність – здатність знаходити нестандартні способи пояснення технічних ідей, адаптувати форму подання інформації до контексту взаємодії, використовувати візуальні, наративні та метафоричні засоби для досягнення взаєморозуміння. У сучасних організаційних умовах, орієнтованих на гнучкі формати роботи, командну взаємодію та швидкі ітерації, така якість стає важливим ресурсом професійної успішності інженера. Міжнародні професійні спільноти та наукові публікації наголошують на зростаючій ролі комунікативних і креативних компетентностей у структурі інженерної діяльності. Водночас у психологічній науці проблема комунікативної креативності досліджується переважно в загальноособистісному або соціально-психологічному контексті, тоді як її прояви та специфіка у майбутніх інженерів залишаються недостатньо вивченими. Це зумовлює необхідність цілеспрямованого аналізу феномену комунікативної креативності в контексті інженерної освіти та професійної підготовки.

Незважаючи на зростання уваги до проблеми комунікації в професійній діяльності інженерів, у сучасній психолого-педагогічній та психологічній науці домінує підхід, у межах якого аналізуються переважно комунікативні навички та професійно-комунікативна компетентність. Такі дослідження зосереджуються на нормативних аспектах професійного спілкування (чіткість, структурованість, коректність, діловий стиль), залишаючи поза фокусом творчий вимір комунікаційної діяльності фахівця. Водночас у вітчизняній психології феномен комунікативної креативності концептуально та емпірично опрацьований переважно на матеріалі соціономічних професій і студентської молоді гуманітарного профілю, тоді як інженерна діяльність практично не представлена як окремий об'єкт аналізу цього феномену. Унаслідок цього відсутні узагальнені психологічні уявлення про специфіку проявів комунікативної креативності у майбутніх інженерів, її місце в структурі їх професійного становлення та можливості цілеспрямованого розвитку в освітньому процесі. Таким чином, проблема полягає у наявності теоретично розробленого феномену комунікативної креативності в межах психології особистості за відсутності його системного осмислення щодо професійної групи майбутніх інженерів, що зумовлює потребу спеціального психологічного аналізу цього явища

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

У сучасних наукових дослідженнях комунікація розглядається як один із головних факторів професійної ефективності та розвитку фахівця. У зарубіжних працях наголошується, що комунікаційні навички забезпечують координацію спільної діяльності, сприяють розв'язанню конфліктних ситуацій і підвищенню продуктивності командної роботи [31]. Аналогічні положення простежуються й в українських дослідженнях, де комунікація розглядається як важливий інструмент управління організаційними процесами, що забезпечує узгодженість дій, мотивацію персоналу та зменшення інформаційних бар'єрів [5]. У цьому контексті комунікація постає передусім як функціонально необхідна умова ефективної міжособистісної взаємодії. Водночас у педагогічних і психолого-педагогічних дослідженнях, присвячених підготовці майбутніх інженерів, переважає концепція професійно-комунікативної компетентності як інтегративної характеристики фахівця. У роботах, спрямованих на аналіз професійної підготовки інженерів, акцент робиться на розвитку нормативних комунікативних умінь, подоланні комунікативних бар'єрів, формуванні культури професійного мовлення та здатності до ділової взаємодії [8; 9]. Такі підходи дозволяють окреслити структуру комунікативної підготовки інженера та педагогічні умови її формування, однак здебільшого зосереджуються на регламентованих, нормативних аспектах професійного спілкування. Аналіз зазначених досліджень свідчить, що комунікативна підготовка майбутніх інженерів інтерпретується переважно в межах класичної моделі комунікативної компетентності, орієнтованої на чіткість, логічність, коректність і відповідність професійним нормам. Водночас креативний вимір комунікації – здатність до імпровізації, гнучкої адаптації комунікативних стратегій до контексту взаємодії, використання нестандартних способів подання складної технічної інформації – залишається поза фокусом більшості наукових робіт. Таким чином, у наявних дослідженнях фактично відсутній аналіз комунікативної креативності як самостійного психологічного феномену в контексті підготовки та професійної діяльності інженерів, а також не розроблено спеціалізованих підходів до її емпіричного вивчення та розвитку в межах інженерної освіти.

**Метою дослідження** є теоретичний аналіз наукових підходів до вивчення комунікативної креативності та обґрунтування необхідності прицільного дослідження психологічних особливостей її прояву у майбутніх інженерів на етапі професійної підготовки.

**Виклад основного матеріалу.** Узагальнення наявних наукових підходів до комунікації та комунікативної підготовки майбутніх інженерів свідчить, що креативна складова комунікаційної діяльності залишається недостатньо дослідженою в психологічній науці. Для змістовного та глибокого осмислення феномену комунікативної креативності необхідно здійснити попередній теоретичний аналіз основних складників цього поняття, таких як «креативність»

та «комунікація», у рамках західної та вітчизняної наукових традицій.

В українській науковій літературі креативність інтерпретується як багатовимірний психолого-педагогічний феномен, що охоплює когнітивні, мотиваційні та особистісні компоненти. Так, В. Шафранський розглядає креативність як психологічне явище, пов'язане зі здатністю до продукування нових ідей, виходу за межі стереотипних способів мислення та реалізації творчого потенціалу в різних сферах діяльності, підкреслюючи її значущість для соціального й професійного розвитку особистості [17]. У подібному ключі Л. Рябовол аналізує креативність як предмет психолого-педагогічних досліджень вітчизняних учених і трактує її як інтегральну творчу здатність, важливу для професійної підготовки фахівців [12]. М. Ліпін, зі свого боку, акцентує, що креативність постає способом самореалізації людини в умовах сучасних соціокультурних трансформацій, поєднуючи індивідуальний творчий потенціал із вимогами мінливого соціального середовища [7]. Сукупно ці підходи засвідчують, що вітчизняна наука розглядає креативність не як вузьку когнітивну здібність, а як системну характеристику розвитку особистості, що має міждисциплінарний статус. Це підтверджує, що креативність є багатогранним явищем, яке слід розглядати як системний процес розвитку особистості та суспільства.

У зарубіжній психологічній науці креативність розглядається як складний багатовимірний феномен, що формується у взаємодії особистісних характеристик, соціокультурного контексту та діяльнісного середовища. Так, Міхай Чіксентмігайї у межах системного підходу трактує креативність як результат взаємодії особистості, домену знань і соціального поля, підкреслюючи визначальну роль культури й соціальних інститутів у визнанні творчих досягнень [23]. У класичній праці Д. П. Гілфорд креативність пов'язується з дивергентним мисленням і розглядається як сукупність інтелектуальних здібностей, що забезпечують продукування оригінальних ідей [24]. Сучасні підходи, зокрема концепція Р. Дж. Стернберга, акцентують на можливості цілеспрямованого розвитку креативності в освітньому та науковому середовищі через поєднання когнітивних, мотиваційних і середовищних чинників [30]. Водночас модель «чотирьох С» Д. К. Кауфман та Р. А. Бегетто демонструє багаторівневість проявів креативності – від повсякденної творчості до видатних досягнень, що підкреслює її універсальний характер у різних сферах людської діяльності [27]. Сукупно ці підходи підтверджують, що креативність у сучасній науці постає не як ізольована індивідуальна здатність, а як системна характеристика розвитку особистості в соціокультурному контексті.

Продовжуючи з визначенням комунікації, стикаємося з подібною проблемою, як і у випадку з креативністю – немає єдиного визначення, яке б задовольнило всіх дослідників у світовій спільноті. У психологічному словнику Американської психологічної асоціації комунікація визначається як

«комунікація – це передача інформації, яка може відбуватися за допомогою вербальних (усних чи письмових) або невербальних засобів. Люди здійснюють комунікацію з метою встановлення відносин та обміну ідеями, знаннями, емоціями, досвідом, а також для реалізації численних інших міжособистісних і соціальних функцій...» [19]. Це визначення підкреслює функціональний аспект процесу, але залишає відкритим питання про те, як саме соціальний та культурний контекст впливає на ефективність комунікації.

Перші сучасні наукові моделі комунікації часто описували її як лінійний процес – відправник передає повідомлення отримувачу. Однак із 1980-х років дослідження змістили акцент на інтерактивність та багаторівневість, розглядаючи комунікацію як соціально вбудований процес, що включає культурні, психологічні та міжособистісні чинники. Важливий внесок зробили такі дослідники, як Юрген Габермас [25], який наголошував на ролі раціонального діалогу у суспільстві, та Стюарт Холл [26], що показав, як культурні контексти впливають на інтерпретацію повідомлень.

Сучасні визначення також варіюються: комунікація трактується як процес взаємодії, що формує соціальні зв'язки [22]; як обмін символами та значеннями в культурному контексті [26]; або як багатовимірний процес, що поєднує когнітивні, емоційні та соціальні аспекти [28]. Таким чином, комунікація постає не лише як технічний акт передачі інформації, а як складний соціальний феномен, що визначає структуру людських взаємин.

У вітчизняній науковій літературі комунікація розглядається як складний багатовимірний процес взаємодії, що включає когнітивні, соціальні та культурні складники і виходить за межі простого обміну інформацією між людьми. Зокрема, Л. Романюк аналізує поняття комунікації в історичному та теоретичному контекстах, підкреслюючи її роль у зменшенні відстані між культурами та забезпеченні міжкультурного взаєморозуміння як невід'ємного елементу людського спілкування і соціальних практик [11]. Педагогічний ракурс аналізу дозволив Н. Степаненко інтерпретувати комунікацію як феномен педагогічної взаємодії, у якому моделі комунікативних відносин забезпечують ефективність професійної діяльності педагога та формують основу міжособистісної взаємодії в освітньому середовищі [14]. Доповнюючи ці підходи, Є. Невальонний у своїх дослідженнях підкреслює, що комунікація в управлінському контексті виступає як суб'єкт-суб'єктний процес, що інтегрує обмін інформацією, вплив і координацію дій для досягнення спільних цілей [10]. Такий плюралізм підходів в українській науці свідчить про те, що комунікацію слід розглядати не лише як механізм передачі інформації, а як комплексний процес соціальної взаємодії й культури, що формує соціальні зв'язки, поведінкові стратегії та умови спільної діяльності.

Визначивши окремі компоненти, був проведений пошук об'єднаного визначення «комунікативна

креативність» у західній (англомовній) літературі, і виявилось що цей термін зустрічається не так часто, порівняно із загальною креативністю чи креативністю у якомусь медіумі – мистецтві/науці. Він використовується в кількох різних контекстах і не має єдиного усталеного визначення, як, наприклад, «дивергентне мислення» чи «4R модель креативності».

Однією з ранніх спроб концептуалізації цього поняття є праця Р.Арнольд у якій комунікативна креативність описується як особливий тип творчого мислення, пов'язаного зі створенням практичних повідомлень у процесі людської взаємодії. Автор наголошує, що творчість у комунікації не зводиться до передачі інформації, а передбачає конструювання смислів у реляційному та соціальному контексті [20]. Таким чином, комунікативна креативність постає як здатність генерувати нові й функціонально релевантні способи вираження, орієнтовані на взаєморозуміння між учасниками комунікації.

Прикладний вимір комунікативної креативності представлений у дослідженнях мовної та освітньої комунікації, де вона розглядається як невід'ємна складова ефективного спілкування. Зокрема, у працях, присвячених викладанню мов, креативність трактується як здатність адаптувати комунікативні стратегії, створювати нові форми взаємодії та стимулювати активну участь комунікантів у процесі обміну значеннями. Узагальнюючи ці підходи, можна стверджувати, що в західній літературі комунікативна креативність постає як міждисциплінарне поняття, яке поєднує ідеї творчості, соціальної взаємодії та комунікації й описує здатність створювати нові, доречні та ефективні смисли у процесі спілкування а не як окреме визначене психологічне явище.

У сучасній українській психологічній та психолого-педагогічній науці поняття «комунікативна креативність» поступово набуває ознак відносно самостійного наукового терміна. Якщо на ранніх етапах воно радше імпліцитно впливало з поєднання двох окремих конструктів – креативності та комунікативної компетентності, – то впродовж останніх десятиліть спостерігається тенденція до його виокремлення як специфічної індивідуально-психологічної характеристики, пов'язаної зі здатністю особистості знаходити оригінальні та ефективні способи взаємодії в міжособистісному спілкуванні. Систематичне використання цього терміна в назвах статей, дисертаційних дослідженнях і психодіагностичних розвідках свідчить про поступову інституціоналізацію поняття в межах вітчизняного наукового дискурсу [13; 2; 15].

У вітчизняних дослідженнях комунікативна креативність зазвичай розглядається як специфічний різновид творчості, безпосередньо пов'язаний зі сферою спілкування. Так, автори підкреслюють, що йдеться не просто про здатність до продукування нових ідей, а про «здатність до нестандартного, гнучкого розв'язання комунікативних завдань у процесі міжособистісної взаємодії» [13]. У цьому визначенні акцент переноситься на ситуаційність і практичну спрямованість творчості в комунікації, що

відрізняє її від абстрактного розуміння креативності як універсальної здібності.

Важливою рисою українського підходу є тенденція до операціоналізації комунікативної креативності як вимірюваного психологічного конструкту. У ряді робіт вона фігурує як змінна, що підлягає емпіричному вимірюванню та співвіднесенню з іншими особистісними характеристиками – товариськістю, упевненістю в собі, локусом контролю, рівнем особистісної зрілості [13; 4; 15]. Такий підхід опосередковано закріплює за комунікативною креативністю статус відносно стабільної властивості особистості, а не ситуативного прояву креативності у спілкуванні.

Поряд із психологічним виміром поступово формується і прикладний, професійно орієнтований ракурс осмислення цього поняття. У працях, присвячених підготовці фахівців соціономічних професій, комунікативна креативність трактується як чинник професійної ефективності, що забезпечує здатність спеціаліста адаптувати власні комунікативні стратегії до різних соціальних контекстів та знаходити нестандартні способи взаємодії з клієнтами або партнерами по спілкуванню [6; 16]. У цьому випадку термін виходить за межі суто психологічного опису і починає функціонувати як категорія прикладного характеру, пов'язана з формуванням професійних компетентностей.

Вагомий внесок у концептуалізацію комунікативної креативності в українській психології пов'язаний із працями Р. Белоусової та О. Саннікової. Їхні спільні напрацювання лягли в основу дисертаційного дослідження Р.Белоусової, у межах якого комунікативна креативність була теоретично окреслена як самостійний психологічний конструкт і отримала емпіричне обґрунтування через розроблення спеціалізованого психодіагностичного інструментарію. Зокрема, авторкою було створено опитувальник психологічних факторів комунікативної креативності, що дозволив операціоналізувати це поняття та здійснювати кількісне вимірювання індивідуальних відмінностей у проявах творчості в міжособистісній взаємодії [3]. Комунікативна креативність у цьому підході трактується як багатокомпонентне утворення, пов'язане з когнітивною гнучкістю, емоційною чутливістю до партнера по спілкуванню та здатністю до нестандартного конструювання комунікативних дій у проблемних ситуаціях взаємодії.

У подальших емпіричних роботах, виконаних за участі О. Саннікової, комунікативна креативність аналізується в контексті індивідуально-психологічних детермінант, зокрема локусу контролю. У дослідженні інтерналів і екстерналів автори демонструють відмінності в особливостях прояву комунікативної креативності залежно від типу суб'єктивного контролю, що виявляється в різному рівні гнучкості комунікативних стратегій та схильності до самостійного пошуку нестандартних способів взаємодії [13]. Отримані емпіричні дані дозволяють розглядати локус контролю як один із психологічних чинників, пов'язаних із варіативністю проявів комунікативної креативності в міжособистісному спілкуванні.

Подальший розвиток ідей, пов'язаних із комунікативною креативністю, простежується в роботах українських дослідників у межах соціальної психології, педагогіки вищої школи та психології професійного розвитку. У цих дослідженнях комунікативна креативність інтерпретується не лише як індивідуально-психологічна властивість, а як чинник ефективності професійної діяльності у сферах, що передбачають інтенсивну міжособистісну взаємодію. Зокрема, у працях, присвячених підготовці фахівців соціономічного профілю, комунікативна креативність розглядається як складова професійно значущих якостей, що забезпечує здатність майбутніх спеціалістів знаходити нестандартні способи побудови взаємодії з клієнтами, колегами та різними соціальними групами [6]. У цьому контексті акцент робиться на зв'язку комунікативної креативності з адаптивністю комунікативних стратегій у ситуаціях професійної невизначеності.

У межах емпіричних психологічних досліджень простежується лінія аналізу комунікативної креативності у зв'язку з особистісними характеристиками, що мають прикладне значення для професійної підготовки. Так, встановлюються взаємозв'язки між рівнем комунікативної креативності та товариськістю [2], а також між комунікативною креативністю та впевненістю в собі [4]. У цих роботах комунікативна креативність інтерпретується як ресурс міжособистісної взаємодії, що опосередковує ефективність соціальних контактів і здатність суб'єкта гнучко реагувати на комунікативні труднощі. Застосування психодіагностичних методик дозволяє авторам емпірично фіксувати варіативність проявів цього феномену залежно від індивідуально-психологічних особливостей респондентів.

Окремий напрям розвитку ідей комунікативної креативності представлений у дослідженнях, спрямованих на аналіз її ролі у структурі професійних творчих здібностей майбутніх фахівців. У цих роботах комунікативна креативність розглядається як складова більш широкої системи професійної креативності, що поєднує когнітивні, емоційні та комунікативні компоненти творчої діяльності [17]. Паралельно в дисертаційних дослідженнях з психології професійного розвитку комунікативна креативність аналізується як чинник формування командотворчої компетентності, де здатність до нестандартної комунікативної взаємодії розглядається як умова ефективної роботи в групі та міжособистісної координації [1]. У таких підходах поняття комунікативної креативності виходить за межі суто міжособистісного спілкування та набуває значення ресурсу організації спільної діяльності в професійному середовищі.

У світовому науковому товаристві ряд оглядових робіт показують, що креативність у інженерній освіті зараз розглядається як критична компетентність, яка повинна бути інтегрована в навчальні програми через проблемно-орієнтоване навчання, міждисциплінарні проекти, творчі завдання та групову роботу [32]. Деякі автори підкреслюють, що комунікація і співпраця є ключовими факторами твор-

чого результату командних проектів. У дослідженні, спрямованому на вивчення креативної роботи студентських команд, показано, що співпраця між членами команди позитивно впливає на творчий вихід проекту, а несукупна творчість окремих індивідів недостатня для групового творчого результату [29]. Також є освітні дослідження, що комунікативні навички й колаборація відіграють істотну роль у розвитку творчих компетенцій майбутніх інженерів. Наприклад, робота про розвиток творчості через поліпшену комунікацію й роботу в команді в інженерних групах звертає увагу на важливість інтеграції міжособистісної взаємодії у навчальні практики для стимуляції творчого мислення [21]. Крім цього у зарубіжній літературі з'являються галузево-орієнтовані підходи до вимірювання творчих здібностей інженерів. Зокрема, Інструмент оцінки інженерної креативності (ІОІК) призначений для оцінки творчих здібностей у контексті інженерної діяльності, виділяючи такі компоненти, як флюентність, оригінальність, когнітивну гнучкість та творчі сильні сторони студентів-інженерів [18]. Хоча на сьогоднішній момент інструмент оцінки потребує додаткової валідації світовою спільнотою через його новизну, втім він вже фіксує загальний напрям розвитку досліджень креативності інженерів, вказуючи на важливість інтеграції творчих компетенцій у професійну підготовку фахівців.

Попри розширення спектра досліджень комунікативної креативності в українській науці, наявні емпіричні розвідки зосереджуються переважно на представниках соціономічних професій, студентській молоді гуманітарного профілю або фахівцях, діяльність яких безпосередньо пов'язана з міжособистісною взаємодією [13; 2; 6; 16]. У цих роботах комунікативна креативність розглядається як психологічний ресурс ефективного спілкування в умовах інтенсивної соціальної взаємодії, що зумовлює фокус дослідників на професійних групах із вираженою комунікативною складовою діяльності. Водночас у межах вітчизняних досліджень практично відсутні системні емпіричні аналізи комунікативної креативності представників технічних спеціальностей, зокрема майбутніх інженерів, для яких комунікативна взаємодія дедалі частіше відбувається в міждисциплінарних командах, проектному середовищі та умовах техніко-соціальної взаємодії.

Особливий інтерес представляють ідеї Р.Белоусової, яка зазначає, що роль компетентності знань у креативності є нелінійною: «як надто низька, так і надто висока компетентність у проблемі заважає креативному процесу. Висока компетентність не дозволяє вирватися за межі існуючих стереотипів, тому крива залежності креативності від компетентності виглядає як U-інвертована крива» [3, с. 53]. Щодо комунікативної сфери Р. Белоусова підкреслює гнучкість: «Іншими словами, емоційно стійкою і комунікативно компетентною може бути людина як з високим, так і з низьким рівнем комунікабельності» [3, с. 58]. Ця ідея особливо цінна для інженерної практики, де комунікація часто є інструментальною

(проектні наради, технічні презентації, міждисциплінарна співпраця), а не суто соціальною: інженери з високим технічним фахом можуть досягати високої комунікативної ефективності та креативності без потреби в екстравертній комунікабельності, якщо розвивають гнучкість і адаптивність.

Найвні роботи з професійно-комунікативної підготовки інженерів зосереджуються переважно на формуванні професійно-комунікативної компетентності, розвитку мовленнєвих умінь і навичок ділового спілкування, а також адаптації інженерної освіти до вимог командної роботи та міжкультурної комунікації [8]. Однак у цих підходах комунікативна креативність як специфічний психологічний конструкт зазвичай не виступає самостійним об'єктом аналізу, а розглядається опосередковано – через загальні вимоги до гнучкості, адаптивності та варіативності комунікативної поведінки майбутніх інженерів. Така ситуація окреслює теоретико-емпіричну прогалину між розробленістю феномену комунікативної креативності в межах психології особистості та недостатньою репрезентацією цього поняття в дослідженнях професійного становлення фахівців технічного профілю, що визначає подальший напрям дослідницького аналізу в межах обраної проблематики.

На основі проведеного теоретичного аналізу можна сформулювати наступні **висновки**: комунікативна креативність є міждисциплінарним поняттям, що виникає на перетині досліджень креативності та комунікації, і поступово стає самостійним психологічним конструктом в українській науці; в західній науковій традиції комунікативна креативність розглядається переважно в контексті соціальних, групових та освітніх процесів, зокрема у рамках соціальних взаємодій і навчальних середовищ, що підкреслює її значення для міжособистісної комунікації; у вітчизняних дослідженнях цей феномен має більш чітке теоретичне окреслення, зокрема як індивідуально-психологічна властивість особистості, що визначає її здатність до ефективної (креативної) комунікації; основна увага в дослідженнях комунікативної креативності зосереджена на соціономічних професіях і гуманітарних напрямках освіти, в той час як сфера технічної освіти, зокрема професійне становлення майбутніх інженерів, залишається недостатньо висвітленою; виявлена теоретико-емпірична прогалина вказує на потребу подальших досліджень, спрямованих на вивчення психологічних особливостей прояву комунікативної креативності майбутніх інженерів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Антошків А. В. Комунікативна креативність як чинник розвитку командотворчої компетентності психолога : дис. ... канд. психол. наук. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2024. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/52150>
2. Бабчук О. Г., Кіосе Д. І. Комунікативна креативність осіб із різним рівнем товариськості. *Habitus*. 2021. Вип. 29. DOI: 10.32843/2663-5208.2021.29.3. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/29-2021/5.pdf>
3. Белоусова Р. В. Індивідуально-типові особливості комунікативної креативності : дис. ... канд. психол. наук. Одеса : Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, 2004.
4. Василенко І. А. Особливості комунікативної креативності осіб з різним рівнем упевненості у собі. *Наука і освіта. Серія: Психологія і педагогіка*. 2014. № 11. С. 66–70. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/6803/1/Vasylenko.pdf>
5. Германюк Н. В. Роль комунікацій в управлінні організаційним процесом. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.10.73. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2021/75.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2021/75.pdf)
6. Колісник М. І. Роль комунікативної креативності у формуванні професійно значущих якостей фахівців соціономічного профілю. *Соціальна робота та психологія*. 2024. DOI: 10.32782/3041-1351/2024-2-9. URL: <https://journals.kpdi.in.ua/index.php/swp/article/view/206/201>
7. Ліпін М. Творчість та креативність: способи людського існування. *Scientia Fructuosa*. 2019. DOI: 10.31617/visnik.knute.2019(123)07
8. Літвінчук А. Т. Формування професійно-комунікативної компетентності майбутніх інженерів-технологів у процесі гуманітарної підготовки : дис. ... канд. пед. наук. Рівне : Національний університет водного господарства та природокористування, 2018. URL: [https://chtyvo.org.ua/authors/Litvinchuk\\_Alona/Formuvannia\\_profesiino-komunikatyvnoi\\_kompetentnosti\\_maibutnix\\_inzheneriv-tehnolohiv\\_u\\_protsehi\\_hu/](https://chtyvo.org.ua/authors/Litvinchuk_Alona/Formuvannia_profesiino-komunikatyvnoi_kompetentnosti_maibutnix_inzheneriv-tehnolohiv_u_protsehi_hu/)
9. Маркова В. М. Професійно-комунікативна компетентність майбутнього інженера-педагога. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2017. № 56–57. URL: <http://repo.uipa.edu.ua/jspui/handle/123456789/5711>
10. Невальонний Є. О. Сутність комунікації як процесу у сфері управління. *Наука і оборона*. 2019. DOI: 10.33099/2618-1614-2019-7-2-35-38
11. Романюк Л. Б. Поняття комунікації у світовій та вітчизняній науці. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 2. С. 193–197.
12. Рябовол Л. Т. Креативність як предмет психолого-педагогічних досліджень вітчизняних учених. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2020. № 1. С. 42–47. DOI: 10.36550/2415-7988-2020-1-190-42-47
13. Саннікова О. П., Страцинська І. А. Комунікативна креативність інтерналів і екстерналів: порівняльна характеристика. *Наука і освіта*. 2013. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/12189/1/Sannikova.pdf>
14. Степаненко Н. Комунікація як феномен педагогічної взаємодії. *Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти*. 2020. DOI: 10.31865/2414-9292.12.2020.206753
15. Ульянова Т. Ю. Особливості особистісної зрілості та комунікативної креативності. *Habitus*. 2021. Вип. 25. DOI: 10.32843/2663-5208.2021.25.22. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/25-2021/24.pdf>
16. Хазратова Н. В., Притула О. А., Зуляк О. Р. Комунікативна креативність у структурі професійних творчих здібностей майбутніх фахівців. *Inclusion in Society*. 2025. DOI: 10.32782/2787-5137-2025-1-14. URL: <https://journals.kpdi.in.ua/index.php/inclusion-society/issue/view/20/27>
17. Шафранський В. Креативність як психологічне явище і його понятійна реінтерпретація. *Психологія і суспільство*. 2020. DOI: 10.35774/pis2020.02.089

18. Akdemir-Beveridge Z. G., Zaghi A. E., Syharat C. Understanding and Evaluating Engineering Creativity: Development and Validation of the Engineering Creativity Assessment Tool (ECAT). arXiv:2504.12481, 2025. DOI: 10.48550/arXiv.2504.12481. URL: <https://arxiv.org/pdf/2504.12481>
19. American Psychological Association. APA dictionary of psychology. URL: <https://dictionary.apa.org>
20. Arnold R. A. Study of Creative Communication in Educational Contexts. ERIC Document ED125023, 1976. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED125023.pdf>
21. Burrack P. Exploring Creative Productivity and Related Educational Considerations. *Education Considerations*. 2020. Vol. 45, No. 3. URL: <https://newprairiepress.org/edconsiderations/vol45/iss3/2/>
22. Craig R. T. Communication theory as a field. *Communication Theory*. 1999. Vol. 9, No. 2. P. 119–161. DOI: 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00166.x
23. Csikszentmihalyi M. Society, culture, and person: A systems view of creativity. In: Csikszentmihalyi M. *The systems model of creativity: The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi*. Cham : Springer, 2014. P. 47–62. DOI: 10.1007/978-94-017-9085-7\_4
24. Guilford J. P. Creativity. *American Psychologist*. 1950. Vol. 5, No. 9. P. 444–454. DOI: 10.1037/h0063487
25. Habermas J. *The theory of communicative action*. Vol. 1: Reason and the rationalization of society. Boston : Beacon Press, 1984.
26. Hall S. Encoding/decoding. In: Hall S., Hobson D., Lowe A., Willis P. (eds.). *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79*. London : Hutchinson, 1980. P. 128–138.
27. Kaufman J. C., Beghetto R. A. Beyond big and little: The four C model of creativity. *Review of General Psychology*. 2009. Vol. 13, No. 1. P. 1–12.
28. Littlejohn S. W., Foss K. A. *Theories of human communication*. Los Angeles : SAGE, 2009. DOI: 10.4135/9781412959384
29. Stolaki A., Satratzemi M., Xinogalos S. Examining the effects of creativity, collaboration, creative diversity and autonomy on team creative performance. *Thinking Skills and Creativity*. 2023. Vol. 50. Article 101415. DOI: 10.1016/j.tsc.2023.101415
30. Sternberg R. J. Developing creativity in psychological science and beyond. *Education Sciences*. 2025. Vol. 15, No. 2. Article 201. DOI: 10.3390/educsci15020201
31. Sumaiya B., Srivastava S., Jain V., Prakash V. The role of effective communication skills in professional life. *World Journal of English Language*. 2022. Vol. 12, No. 3. DOI: 10.5430/wjel.v12n3p134. URL: <https://www.sciedupress.com/journal/index.php/wjel/article/view/21790/13491>
32. Tekmen-Araci Y. *Teaching creativity in engineering schools: A review of the literature*. *International Journal of Engineering Education*. 2024. Vol. 40, No. 1. P. 126–143. URL: [https://www.ijee.ie/1atestissues/Vol40-1/15\\_ijee4419.pdf](https://www.ijee.ie/1atestissues/Vol40-1/15_ijee4419.pdf)

Дата першого надходження статті до видання: 06.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 10.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 09.04.2026