

**КРЕАТИВНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ВЗАЄМОДІЇ**

*У статті розглядаються особливості управлінської взаємодії. Виявляється зв'язок креативності з показниками управлінської взаємодії менеджерів.*

**Ключові слова:** управлінська взаємодія, креативність, професійна взаємодія.

Соціально-економічні зміни в суспільстві значною мірою підвищують вимоги до креативності працівників, зокрема в їхній професійній взаємодії.

Креативність, тобто вміння знаходити рішення в нестандартних ситуаціях стала об'єктом дослідження починаючи з середини 60-х років минулого століття. Питання про креативність особистості розглядалося в роботах вітчизняних та зарубіжних психологів (В.О. Моляко, Д.Б. Богоявленська, О.І. Кульчицька, С. Медник, М. Воллах, Дж. Гілфорд, Р. Стернберг, П. Торренс та ін.). Більшість вітчизняних дослідників розглядають управлінську взаємодію і креативність як взаємодетермінуючий процес (Л.Е. Орбан-Лембрик, Р.Л. Кричевський, П. Друкер та ін.). Разом з тим зв'язок управлінської взаємодії з креативністю особистості в професійній діяльності ще недостатньо висвітлений у спеціальній літературі.

Враховуючи актуальність та недостатню розробленість проблеми креативності особистості, метою нашого дослідження виступило вивчення на теоретичному та експериментальному рівнях змісту креативності особистості та її зв'язок з професійною взаємодією менеджерів. Завдання дослідження: 1) проаналізувати матеріали щодо професійної взаємодії та креативності менеджерів в спеціальній літературі; 2) дослідити особливості креативності як професійно-важливої якості менеджерів; 3) експериментально виявити характер зв'язку між креативністю і професійною взаємодією менеджерів.

Методи дослідження: рівень креативності досліджувався за допомогою тесту вербальної креативності С. Медника (адаптація О.М.Вороніна). Для вивчення потенціалу взаємодії був використаний розроблений нами комплекс методик: 1) спрямованість на взаємодію (методика В. Смекала – М. Кучера, адаптована М. М. Пейсаховим); 2) методика виявлення комунікативних та організаторських схильностей (КОС-2) В.В. Синявського і Б. О. Федоришина; 3) тест Томаса-Кілмена використовувався для оцінки тактики взаємодії (конкуренція, співробітництво, компроміс, уникнення, пристосування).

Під час аналізу результатів дослідження застосовувався статистичний метод лінійної кореляції Пірсона. Дослідження проводилось на базі морського агентства "Укртрамп" (м. Одеса). Досліджуваними виступили менеджери (60 чоловік).

Згідно з першим завданням дослідження відзначимо наступне. Проблема взаємодії є однією з фундаментальних у психології. Її значимість визначається тією роллю, яку відіграють процеси взаємодії в організації діяльності та поведінки. Дослідниками зазначається, що саме взаємодія забезпечує перетворення сукупності індивідуальних дій в єдину систему спільних дій (А.І. Донцов, 1987; Б. Ф. Ломов, 1984; М. М. Обозов 1979 і ін.).

Поняття "взаємодія" в психологічному словнику визначається як "процес безпосереднього або опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їх взаємну зумовленість та зв'язок" (Психологічний словник, 1990, с.51). "Взаємодія" виявляється необхідною для позначення і розкриття умов, факторів, з якими стикається людина в процесі спільної діяльності, зокрема, професійної. Ефективність професійної взаємодії визначається, насамперед, сформованістю людини як особистості, як суб'єкта праці, пізнання, спілкування. Це, у свою чергу, припускає, що формування людини як суб'єкта професійної взаємодії має тривалий і стадіальний характер, зумовлений специфічними особливостями професіогенеза.

Проблема взаємодії у вітчизняній психології загально визнана і плідно розробляється в межах різних психологічних традицій. На думку С. Л. Рубінштейна, (1986) основним фактором розвитку людини є акти постійної взаємодії суб'єкт-об'єктного, суб'єкт-об'єкт-суб'єктного, суб'єкт-суб'єктного планів. Суб'єкт-суб'єктна природа взаємодії характеризується "зв'язком двох або більше рівноактивних, рівновільних, рівноунікальних суб'єктів, які розкривають свою неповторність у змісті і способі своїй взаємодії" (М. С. Каган, 1988). Ефективність взаємодії визначається перш за все особливостями суб'єкта праці, пізнання, спілкування.

Важливою формою взаємодії є міжособистісна взаємодія. У контексті дослідження Н.Ю.Синягіної (1998) під міжособистісною взаємодією розуміється взаємний вплив, який чиниться суб'єктами в процесі їх спільної діяльності і спілкування. Пошуку можливостей оптимізації взаємодії між людьми присвячене дослідження В.А. Горяніної (1996). Вона вважає, що неконструктивні соціальні установки, насичені інтенсивним переживанням негативних емоцій, страху, роздратування, провини, образи, сорому, ускладнюють адекватне сприйняття, виділяють у ній переважно негативні аспекти. При цьому блокується усвідомлення реальних конструктивних шляхів досягнення цілей, відповідальність за свої власні дії. Переживаючи страх бути невизнаним, людина втрачає здатність адекватно сприймати дійсність, бачити позитивні сторони ситуації та своїх партнерів, прагне до самоствердження, тому вона використовує неконструктивні стратегії контакту, а також висуває неадекватні вимоги до навколишніх, звинувачує їх у безвідповідальності, схильна до засудження, скарг, заздрості, звинувачень, образ тощо. Весь цей комплекс: недовіра, негативне ставлення до себе і до інших - інтенсивна напруга - ускладнена рефлексія - дисбаланс відповідальності – знаходить своє відображення в неконструктивних стратегіях контакту (В.О. Малікова, 2003).

На думку О.Р. Баташева міжособистісна взаємодія завжди ширше моделі цієї взаємодії, створюваної її учасниками, і, як уже зазначалося, вимагає від них постійного вирішення задачі на сенс, створення моделі поведінки та діяльності іншої людини і самого себе з урахуванням дій іншого. У міжособистісній взаємодії присутнє не тільки зіткнення двох моделей

реальності, але й творчість цих моделей. Виникнувши і надбавши стійкості, способів взаємодії самі залучаються до смислових моделей взаємодії, і якщо ці способи набувають поширення серед багатьох людей, ставши суспільним надбанням, вони отримують також стандартизоване і нормоване вираження у вигляді значення, що відображає не індивідуальний, але загальноприйнятий спосіб співвіднесення людей і предметів [1].

Поняття "взаємодія" є також базовим і для управлінської діяльності. Різні аспекти взаємодії в управлінській діяльності фундаментально розроблялися і розробляються в психології управління (В.С. Агеев, М. Вудкок, А.Л.Журавльов, Л.Е. Орбан-Лембрик, В.О. Толочек, В.В. Третьяченко, Д. Френсіс та ін.).

Управлінська взаємодія, на думку С.О. Козолуп, це специфічний вид формального і неформального співробітництва керівної і підлеглої підсистем з двостороннім оберненим зв'язком, спрямованим на реалізацію цілей організації.

Різні аспекти управлінської взаємодії досліджував А.Л. Журавльов. Зокрема він виділяє в управлінській взаємодії спільну діяльність і виокремлює два аспекти в структурі спільної діяльності: предметно спрямовані взаємодії, з одного боку, а з іншого, - вони змінюють структури індивідуальних діяльностей її учасників, підкоряючи їх загальним цілям і завданням. Тобто взаємодія перетворює, перебудовує виконувану діяльність, яка перестає бути індивідуальною, і стає формою спільної діяльності. Спільна діяльність характеризується чітким розподілом індивідуальних діяльностей між учасниками взаємодії. Крім того взаємодія має такі ознаки, як чітка послідовність виконання за певною програмою, яка враховує діяльність кожного учасника. У процесі постійної взаємодії учасників спільної діяльності здійснюються розподіл, суміщення та узгодження індивідуальних діяльностей. Спільна діяльність, партнерські відносини створюють умови для розвитку якостей особистості, становлення професіонала в єдиному ціннісно-смисловому просторі саморозвитку.

У дослідженні професійної взаємодії Н. Т. Селезньовою (1998) особистісний конструкт "Я - професіонал" представлений конструктом "Я - суб'єкт - партнер". На думку автора, особистісний конструкт "Я - суб'єкт - партнер" виявляється в способах саморегуляції і управління спілкуванням на основі партнерських відносин. Це передбачає формування в керівників у процесі підготовки і професійного вдосконалення навичок самоврядування, набуття досвіду управлінських дій у нестандартних ситуаціях взаємин, установок на взаємодію. Успішність виконання цих завдань вимагає знань реального стану управління, своїх можливостей і правильної самооцінки досягнутої управлінської майстерності.

Ефективність групового рішення проблем залежить не від максимального, а від оптимального розвитку групових характеристик. Тому завданням груп, особливо її лідера, є постійне діагностування рівня розвитку групових характеристик. До їх числа насамперед належать спрацьованість, сумісність, згуртованість і спрямованість.

Критеріями ефективності взаємодії виступають: розширення меж індивідуального професійного досвіду; удосконалення професійних умінь; атмосфера творчого пошуку у вирішенні управлінських проблем; здатність до оцінки і професійної рефлексії процесу і результатів взаємодії.

Вступаючи в управлінську взаємодію з іншими суб'єктами управління, людина виявляє свої особистісні якості, здібності, ступінь готовності до взаємодії з іншими людьми. Відповідно весь спектр цих проявів людини впливає на змістову сторону управлінської взаємодії, її детально розроблено в дослідженнях Р. Акоффа, А.К. Анохіна, А.І. Берга, С. Біра, Н. Вінера, Д.М. Гвішиані, В.Н. Свенцицького, Б.С. Українцева, Ю.І. Черняка та ін..

Діяльність менеджерів має творчі елементи. Конкуренційний світ бізнесу вимагає нових оригінальних ідей і рішень. Професійна взаємодія з людьми передбачає нестандартні дії, а, отже, має креативний характер. Тому, маючи низький рівень креативності, менеджер не зможе ефективно керувати людьми, проектами, процесами змін. Часто управління виключає стандартні, стереотипні дії, і в сучасному світі, часом, саме креативність визначає ступінь успішності діяльності, допомагає знаходити оригінальні рішення у складних ситуаціях, виступає потужним чинником розвитку людини і організації.

У психологічній літературі зустрічаються різні погляди щодо визначення терміна "креативність". Виділяються чотири підходи в дослідженні креативності: 1) дослідження креативного процесу – головна увага приділяється когнітивним факторам, що лежать в основі креативності; 2) дослідження креативної особистості – головна увага приділяється особистісним корелятам особистості; 3) дослідження продукту креативної діяльності – підкреслюється значення продукту креативної діяльності; 4) дослідження креативних ситуацій – у центрі уваги зовнішні фактори, що можуть впливати на результати творчої діяльності.

Аналіз та узагальнення спеціальної літератури (С.Д. Бірюков, О.М. Воронін, В.М. Дружинін, О.М. Матюшкин, І.П. Іщенко, М.О. Холодна та ін.) засвідчив, що більшість авторів сходяться в тому, що центральною характеристикою у визначенні креативності є здібність людини отримувати нові результати, використовуючи новаторські методи. Під креативністю розуміється здібність людини генерувати оригінальні ідеї, робити відкриття, винаходи, причому результати творчої діяльності повинні мати художню, наукову, соціальну або технічну цінність, підтверджену експертами. До визначення входять також другорядні характеристики креативності. Наприклад, здібність об'єднувати різні неперівнянні ідеї в єдине ціле (Т. Lubart, 1994).

Як бачимо, креативність тісно пов'язано з творчістю. У своїх працях П.Торренс розглядав творчість як природний процес, що породжується сильною потребою людини в знятті напруги, що виникає в ситуації незавершеності або невизначеності. У концепції П.Торренса, щодо творчої особистості виокремлюється тріада: творчі здібності, творчі уміння, творча мотивація. Розроблені автором на основі власної концепції творчої особистості методика діагностики креативності широко застосовуються у світі.

В інвестиційній теорії (Р.Стернберг, Т.Любарт) відмічається, що формування креативності відбувається за наявності наступних умов:

1. Інтелектуальні здібності (можливість бачити проблему по іншому, оцінювати різні ідеї тощо).
2. Знання (необхідність мати достатньо знань щодо свого поля діяльності).
3. Законодавчий стиль мислення (власні принципи і закони руху думки).

4. Особистісні характеристики (готовність до подолання перешкод).
5. Внутрішня мотивація, зосередженість на завданні.
6. Підтримка навколишніх.

Про значення креативності учасників управлінського процесу наголошувала Л.Е. Орбан-Лембрик. На думку автора, до умов, що стимулюють розвиток креативності, творчого мислення суб'єктів і об'єктів управління, належать: 1) ситуації незавершеності або відкритості; 2) спонукання до постановки питань; 3) стимулювання відповідальності й незалежності; 4) акцент на самостійних розробках (варіанти розв'язання управлінських завдань і проблем), спостереженнях, почуттях, узагальненнях тощо.

У психологічному плані слід розрізняти ряд головних напрямів впливу креативності на управлінську діяльність. Передусім креативність:

- по-перше, лежить в основі такої важливої якості керівника, як "уміння бачити проблеми", чутливості до проблем, а також в основі вибору з-посеред них таких, що потребують першочергового вирішення;

- по-друге, виявляється під час формулювання перед підлеглими нових завдань, у висуванні нових цілей організації;

- по-третє, виявляється під час вирішення вже існуючих проблем. У цьому випадку керівник пропонує нетрадиційний, новий підхід до розв'язання проблеми і креативність виступає як оригінальність мислення керівника;

- по-четверте, має значення для інноваційної діяльності керівника;

- по-п'яте, необхідна для реалізації експертно-консультативної функції управління. Експертні завдання, як правило, носять інноваційний і нестандартний характер, що передбачає креативний підхід до їх реалізації.

Отже, специфіка виявлення креативності в інтелектуальній діяльності керівника полягає в тому, що вона виступає основою для пізнавальних і особистісних якостей, що безпосередньо впливають на реалізацію головних функцій управління.

Розглядаючи проблему взаємодії особливостей управлінської діяльності з креативністю особистості, зазначимо, що цей зв'язок неоднозначно тлумачиться у спеціальній літературі.

Проте більшість дослідників вважає, що успішність професійної взаємодії залежить від індивідуально-психологічних особливостей її учасників. Серед цих особливостей важливе місце займає креативність особистості, тому, що креативність визначає спроможність менеджера проявляти в професійній взаємодії винахідливість, оригінальність, ініціативу, самостійність, творчий підхід та ін.

Згідно з другим завданням нашого дослідження експериментально вивчався зв'язок рівня креативності та показників успішної управлінської взаємодії менеджерів. Креативність майбутніх управлінців досліджувалася за допомогою тесту вербальної креативності С.Медника (адаптація О.М.Вороніна).

Результати обстеження за цією методикою показали, що є високий, середній та низький рівні за значенням індексу оригінальності, що вказує на рівень розвитку креативності. Зокрема, 26% досліджуваних виявили високий рівень креативності, середня оцінка індексу оригінальності (0,93); середній рівень креативності виявили 60% досліджуваних (0,85); низький рівень - 14% (0,57). Високий рівень креативності, визначений за тестом С.Медника свідчить про оригінальність вербалізації створеного образу, швидкості вибору лексичних одиниць, граматичних конструкцій. Креативні особистості відрізняються також швидкістю, оригінальністю мислення, фантазій, почуттів, емоцій тощо.

Високий рівень вербальної креативності спостерігається і за такими показниками, як продуктивність, гнучкість, оригінальність. Продуктивність вказує на кількість висунутих ідей. Показник гнучкості визначається кількістю різних категорій відповідей, кількістю зміни аспектів під час розв'язання завдання. Оригінальністю відзначаються особи, які не використовують очевидні, банальні, або міцно усталені варіанти відповідей на тестове завдання. Щодо деталізації, то цей показник має місце коли досліджувані, відповідаючи на запитання, дають повну відповідь, що містить у собі й навіть дрібні деталі.

З метою визначення зв'язку вербальної креативності і показників професійної взаємодії були виконані наступні процедури. По-перше, визначався рівень креативності досліджуваних. По-друге, визначався рівень розвитку показників професійної взаємодії. По-третє, досліджувався зв'язок між рівнем креативності та показниками професійної взаємодії менеджерів, за допомогою обчислення коефіцієнта кореляції Пірсона. Це дозволяло дійти висновку про зв'язок рівня креативності і показників професійної взаємодії менеджерів. Результати дослідження наводяться в табл. 1.

Таблиця 1

*Зв'язок креативності з показниками професійної взаємодії менеджерів*

№ п/п	Показники взаємодії	Коефіцієнт кореляції (за Пірсоном)
1.	Спрямованість на себе	,142
2.	Спрямованість на справу	,295*
3.	Спрямованість на взаємодію	,354**
4.	Комунікативні схильності	,271*
5.	Організаційні схильності	,239
6.	Конкуренція	,262*
7.	Співпраця	,368**
8.	Компроміс	,183
9.	Уникнення	,037
10.	Пристаосування	,082

Примітка: n = 60; позначка \*\* свідчить про статистичну значимість на рівні  $p < 0,01$ ; \* - статистична значимість на рівні  $p < 0,05$ .

Вивчення зв'язку рівня розвитку показників професійної взаємодії і креативності менеджерів (див. табл. 1) відбувалося за допомогою кореляційного аналізу. Як видно з таблиці, креативність має прямий зв'язок з такими показниками взаємодії як "спрямованість на справу", "на взаємодію", "комунікативні схильності", "конкуренція" та "співпрацю". Проте, сила зв'язку різна, деякі зв'язки мають статистичну значимість, а про інші зв'язки можна говорити лише на рівні тенденції в їх прояву. Зокрема, найбільш тісний зв'язок фіксується між рівнем розвитком креативності і "спрямованістю на взаємодію" ( $r=0,354$ ; при  $p<0,01$ ), а також з таким показником професійної взаємодії як "співпраця" ( $r=0,368$ ; при  $p<0,01$ ). Сильний прямий зв'язок відмічається між креативністю і "спрямованістю на справу" ( $r=0,295$ ; при  $p<0,05$ ), а також з показником взаємодії як "комунікативні схильності" ( $r=0,271$ ; при  $p<0,05$ ). Дещо нижчий показник зв'язку між креативністю і показником взаємодії "конкуренція". Проте він також є статистично значимим ( $r=0,262$ ; при  $p<0,05$ ). На рівні тенденції можна стверджувати про прямий зв'язок між креативністю і таким показником взаємодії як організаційна схильність" ( $r = 0,239$ ). Тобто, ці зв'язки не є статистично значимими. Ще більш слабкий зв'язок зафіксовано між креативністю і показниками – "компроміс", "спрямованість на себе", "приспособування", "унікнення". Відповідно  $r = 0,183$ ;  $0,142$ ;  $0,082$ ;  $0,037$ .

Отже, результати дослідження показали, що креативність пов'язана з рівнем розвитку таких показників управлінської взаємодії менеджерів як "спрямованість на взаємодію" ( $r=0,354$ ), а також з показником взаємодії як "співпраця" ( $r = 0,368$ ). Це можна пояснити тим, що саме ці показники управлінської взаємодії найбільшою мірою містять у собі елементи творчого підходу до вирішення професійних завдань, враховуючи наявність особистісних детермінант взаємодії. Тому стає зрозумілим зв'язок креативності з такими показниками взаємодії як "спрямованість на взаємодію" і "співпраця".

Таким чином, високий рівень креативності позитивно впливає на прояв таких показників професійної взаємодії як: "спрямованість на справу", "на взаємодію", "комунікативні схильності", "конкуренція" та "співпрацю". У свою чергу, означені показники професійної взаємодії створюють умови для вдосконалення креативності менеджерів. Тобто, фіксується взаємозв'язок креативності і показників професійної взаємодії, що підтверджує положення про те що, креативність є професійно-важливою властивістю менеджерів.

Отриманні результати можуть послужити основою для організації виховання та самовиховання фахівців у сфері управління.

Подальші розвідки даної наукової проблеми пов'язані з дослідженням індивідуально-психологічних особливостей суб'єктів управлінської діяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Баташев А.Р.* Творчество социального взаимодействия как источник жизненных смыслов индивидуального развития / А.Р. Баташев // Мир психологии. – 2008. – №1. – С. 18-28.
2. *Дружинин В.Н.* Психология общих способностей / В.Н. Дружинин. – СПб.: Питер, 1999.
3. *Журавлев А.Л.* Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы) / А.Л. Журавлев. – М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2004. – 476 с.
4. *Любарт Т.* Психология креативности / [Т. Любарт, К. Муширу, С. Тоджман, Ф.Зенасни; пер. с фр.]. – М.: Когито-Центр, 2009. – 215 с.
5. *Моляко В.А.* Психологические проблемы творческой одаренности / В.А. Моляко. – К., 1995.
6. *Орбан-Лембрик Л.Е.* Психология управління: Посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2003. – 568 с.
7. *Стернберг Р.* Инвестиционная теория креативности / Р. Стернберг, Е. Григоренко // Психологический журнал. – 1998. – № 2. – С. 144-161.
8. *Сысоев В.В., Сысоев И.В.* Теоретические основы психологии управления: учебное пособие / В.В. Сысоев, И.В. Сысоев. – М.: Изд-во СГУ, 2006. – С. 394.
9. *Федотова Т.В.* Основні підходи до проблеми розвитку креативності особистості / Т.В. Федотова // Практична психологія та соціальна робота. – 2007. – № 9. – С.60-64.

Подано до редакції 07.10.2011

---