

КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КЕРІВНИКІВ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сучасне життя висунуло суспільний запит на виховання активного творчого управління, здатного генерувати оригінальні ідеї, приймати сміливі нестандартні рішення. Проте розв'язання такого роду завдань пов'язане з подоланням цілого ряду труднощів. Насамперед це стосується розвитку креативного потенціалу управлінських кадрів. Нині більшість дослідників одностайні в думці щодо шляхів модернізації системи суб'єктно-орієнтованої освіти, що потребує вдосконалення управлінських, соціальних і інформаційних інновацій, створення педагогічних технологій, спрямованих на поліпшення якості освітньої діяльності. При цьому рішення цих завдань розглядається як таке, що нерозривно пов'язане з компетентним підходом в освіті, зокрема у контексті формування комунікативної компетентності керівників. Тому, пошук чинників, що зумовлюють розвиток комунікативної компетентності є однією з ключових у діяльності керівників освітніх організацій. У контексті даної роботи креативність розглядається в якості такої рушійної сили, чим зумовлено мету нашої роботи: дослідити характер впливу креативності як психологічної детермінанти розвитку комунікативної компетентності керівників освітніх організацій.

У психологічній літературі наскрізною лінією простежується роль комунікативної компетентності в управлінському спілкуванні. На думку М. Обозова, *комунікативна компетентність* може бути визначеною у двох аспектах як орієнтованість особистості в різних ситуаціях спілкування, що базується на знаннях і чуттєвому досвіді, і як здатність ефективно взаємодіяти з довкіллям завдяки розумінню себе та інших в умовах постійної зміни психічних станів, міжособистісних стосунків і соціальної ситуації. Комунікативну компетентність не можна вважати константною особистісною характеристикою і уявляти її як замкнений індивідуальний досвід. Комунікативна компетентність змінюється залежно від засвоєння особистістю культури суспільства, а також від розвитку і зміни самого суспільства. Комунікативна компетентність формується також як найважливіша складова професійної компетентності керівників освітніх організацій і, зокрема, як важливий фактор підвищення якості управління організацією.

Слід зазначити, що останні десятиліття з'явився цілий ряд робіт, в яких досліджуються проблеми спілкування взагалі та професійного зокрема. Так, аналізу методологічних проблем спілкування присвячені роботи К.О. Абульханової-Славської, О.О. Бодальова, Л.П. Бусевої, М.С. Кагана, С.Д. Максименка, О.М. Леонтьєва, О.О. Леонтьєва, Б.Ф. Ломова та ін. У роботах Г.О. Балла, В.М. Галузяка, О.Б. Добровича, В.О. Кан-Каліка, Я.Л. Коломінського, М.Н. Корнева, В.А. Семиченко, Т.С. Яценко розкриваються різні аспекти професійного спілкування та його оптимізації. На даний час продовжується вивчення властивостей особистості, необхідних їй у процесі спілкування. Соціально-психологічні якості (чи соціально-психологічні здібності) розглядаються як окремо (Б.Г. Ананьєв, А.О. Аржанова, О.О. Бодальов, В.М. Мясіщев; А.І. Ільїна, Я.А. Пономарьов і ін.), так і інтегровано: "комунікативність", "комунікативний потенціал", "комунікабельність", "індивідуальний стиль спілкування".

У той же час цілий ряд аспектів управлінського спілкування залишається недостатньо дослідженими, зокрема, вивчення наукової літератури з проблеми та аналіз стану справ на практиці показали, що існує суперечність між соціальними вимогами до професіоналізму керівників освітніх організацій, з одного боку, та рівнем їх комунікативної підготовленості до управлінської взаємодії з іншими учасниками педагогічного процесу.

Набагато менше авторів звертають увагу на те, що досвід особистості в якому-небудь виді діяльності, її знання та ерудиція пов'язані з креативністю. З цих позицій ми звернулися до вивчення такого аспекту, як прояв креативності в міжособистісному, зокрема управлінському, спілкуванні. Адже у той час, коли з необхідністю розвивати в керівника креативність в управлінському спілкуванні погоджується багато вчених, розробка конкретних засобів для вирішення цього завдання, на наш погляд, відстає від потреб практики.

У комунікативній діяльності *креативність* проявляється як здатність керівника до конструктивного, нестандартного мислення та поведінки, а також усвідомлення і розвитку свого досвіду, який виявляється у швидкості, точності, гнучкості, оригінальності мислення, багатій уяві, схильності до високих естетичних цінностей, ступені деталізації проблеми і дає керівнику можливість, з одного боку, знаходити ефективні рішення і способи комунікативної поведінки у нових ситуаціях, а з іншого, переборювати стереотипність мислення і поведінки у звичних ситуаціях, створювати у них нові, оригінальні рішення. Наявність такої характеристики в керівника робить його більш здатним швидко та ефективно адаптуватися в макросоціальних, мезосоціальних і мікросоціальних ситуаціях, що змінюються, а також сприяє процесу самовираження особистості [6; 11].

Особистісними корелятами креативності є: 1) цілісність, синтетичність, свіжість, самостійність сприйняття, його спрямованість на вирішення проблеми чи задачі; здатність сприймати неточності, відхилення, незвичайність і унікальність властивостей об'єкта; 2) значна ерудиція, обумовлена спрямованістю інтересів; здатність легко уловлювати головне, віддалена асоціативність пам'яті, висока здатність до запам'ятовування багатозначності, двозначності, підтекстів; особлива яскравість уяви, її жвавість, незвичайність, крайня фантастичність і образність; 3) швидкість, гнучкість, оригінальність мислення, його дивергентність; 4) інтуїція, вигадка, передбачення; фантазія, скептицизм, критичність, високий ступінь активності у розумовій діяльності; висока емоційна збудливість, без якої креативності не спостерігається; 5) особистісні характеристики креативів: відхилення від шаблону в поведінці, оригінальність, ініціативність, заповзятість, самовідданість, неабияка енергійність, спритність, прямота суджень, чесність, безпосередність, незалежність, лабільність, внутрішня зрілість, критичність, скептицизм, сміливість, мужність, упевненість при невизначеності й хаосі, схильність до метафоричності, двозначності, підкреслення свого "Я", висока самооцінка, гордість; 6) до мотиваційних особливостей належать: прагнення до процесу творчості, до володіння фактами і новою інформацією, до відкриттів, до встановлення закономірностей, узагальнень, до духовного росту, до співробітництва, до самовираження і самоствердження, захопленість змістом діяльності, схильність до аналізу і синтезу, розвиненість естетичних почуттів [11].

Результати аналізу літератури дають можливість виділити три підходи до визначення *комунікативної креативності*. Перший – це сукупність творчих здібностей, що роблять процес спілкування ще більш успішним (Н.В. Кузьміна); другий – творче ставлення до спілкування (У.В. Калу); третій – характеристика особливого типу особистостей (В.Л. Леві). Н.С. Черноусенко 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.

Виходячи з визначення креативності взагалі, комунікативний її аспект полягає у здатності пластично й адекватно змінювати досвід спілкування, що перестав бути продуктивним, а також у створенні нових цілей, оригінальних засобів і способів взаємодії (нового досвіду), "виходячи за межі" бар'єрів, стереотипів, установок, принципів і звичок. Таким чином, *комунікативна креативність* виявляється як: 1) усвідомлення та подолання бар'єрів і стереотипів, настановних і поведінкових шаблонів; 2) пластична модифікація репертуару комунікативної поведінки відповідно до ситуації та партнерів за допомогою: а) перекомбінації відомих елементів прийомів, способів, тактик; б) створення нових цілей і засобів спілкування; 3) імпровізаційність, спонтанність і воля особистісного самовираження в спілкуванні і створенні умов, що сприяють саморозкриттю партнера.

Результатом прояву комунікативної креативності є досягнення найбільшої успішності спілкування за допомогою творчого перетворення суб'єктом об'єкта і процесу спілкування, а саме часових, просторових його характеристик, цілей і засобів взаємодії з партнером, досягнення діалогічності, зняття емоційної напруженості, недопущення чи вихід з неконструктивних відносин з найменшими труднощами, підбір і зміна тактик і стратегій поведінки з новим чи складним партнером, освоєння нових ситуацій взаємодії і досягнення більш гуманних відносин.

Для визначення рівня креативності, що проявляється керівником у ситуаціях управлінської діяльності, нами було проведено емпіричне дослідження, в якому використана методика "Креативний потенціал". За результатами дослідження ми виділили три рівні сформованості креативного потенціалу керівників освітніх організацій: *високий, середній, низький* (див. табл. 1).

Таблиця 1

<i>Розподіл керівників освітніх організацій за рівнями розвитку креативного потенціалу</i>	
Рівні сформованості	Показники креативного потенціалу (кількість досліджуваних, у %)
Низький	24,0
Середній	46,4
Високий	29,7

Як видно з табл. 1, лише 29,7% керівників мають високий рівень сформованості креативного потенціалу, значна кількість досліджуваних (46,4%) мають середній рівень розвитку креативного потенціалу, 24,0% – низький рівень. Керівники з високим креативним потенціалом розуміють особливості партнера, добре орієнтуються в ситуації спілкування, мають адекватну самооцінку й оцінку партнера, уміють справити потрібне враження, використовують ефективні способи впливу на підлеглих, здатні знайти компромісні рішення, оптимальні шляхи подолання конфліктних ситуацій. У важких життєвих ситуаціях частіше використовують конструктивні, перетворюючі моделі поведінки, енергійні, схильні до ризику. Здатність до конструктивного, нестандартного мислення та поведінки, а також швидкість, точність, гнучкість, оригінальність мислення, дає керівнику можливість знаходити ефективні рішення і способи поведінки у нових ситуаціях.

Прояви гнучкості найчастіше розглядаються зарубіжними і вітчизняними авторами (І.П. Волков, Ю.М. Ємельянов, Є.С. Кузьмін, Н.О. Ложникова, С.А. Рябенко, О.Л. Свендичкий і ін.) як важлива ознака ефективного (творчого, демократичного, діалогічного, доброзичливо-договорного, оптимального,

гармонійного і т.п.) стилю, який, у свою чергу, визначає успішність керівництва, виховання, спілкування.

Керівники з середнім і низьким рівнем креативності нездатні до компромісів, не стримують неприйнятні почуття й емоції, у спілкуванні конфліктні, часто ставляться до підлеглих з позиції антипатії, неприязні, недовіри, критичності, безцеремонності. Такі керівники схильні до принизливих, іронічних зауважень, погроз та покарань.

Загалом було констатовано, що рівень розвитку креативного потенціалу управлінських кадрів є недостатнім. Відповідно, зроблено висновок про необхідність впровадження програми психологічної підготовки керівників освітніх організацій, яка сприяла б підвищенню рівня креативного потенціалу.

Проблему професійної підготовки, зміст методів та форм підготовки керівних кадрів у сфері освіти було розглянуто О.І. Бондарчук, Ю.І. Смельяновим, О.В. Винославською, Л.М. Карамушкою, Н.Л. Коломінським, С.Д. Максименком, Л.Е. Орбан-Лембрик, Л.О. Петровською, В.А. Семиченко та ін.

Проблеми теорії та практики розвитку креативного потенціалу особистості за допомогою інтерактивних технологій (і в тому числі соціально-психологічного тренінгу) розглянуті в працях Н.Н. Богомолі, Ю.Н. Смельянова, Л.М. Карамушки, А.Г. Ковальова, Н.Л. Коломінського, Л.А. Петровської та ін. Теоретичні результати та практичні розробки цих дослідників ми поклали в основу програми розвитку креативного потенціалу керівників освітніх організацій. Пошук активних методів та форм психологічного навчання є характерною рисою сучасної психології та суміжних з нею дисциплін. Одним із таких методів є *груповий навчальний семінар-тренінг*, мета якого – розвинути креативний потенціал особистості. Спираючись на принцип діяльнісного опосередкування розвитку особистості, розроблено чимало варіантів таких програм. Результати численних досліджень у цьому напрямку свідчать, що навчання у тренінгових групах сприяє зміні життєвої позиції, установок, розвитку сенситивності, самосвідомості, підвищенню соціально-психологічної компетентності їх учасників тощо.

З метою формування й розвитку креативності управлінських кадрів були використані традиційні методи навчання: міні-лекції, бесіди і самостійне вивчення слухачами психологічної літератури з питань творчості та обдарованості людини, розвитку її творчого потенціалу. На *міні-лекціях* викладався теоретичний матеріал, який допомагав учасникам семінару-тренінгу осмислити сутність проблеми. На лекційних заняттях ми прагнули підвищити мотивацію до активізації творчого потенціалу керівників, знайомили з теорією креативності, надавали практичних порад з розв'язання проблемних ситуацій (у першу чергу, названих при опитуванні слухачами).

Методика групових занять передбачала включення учасників семінару-тренінгу у процес навчання, в якому задіяні і когнітивна, і емоційна, і поведінкова сфери особистості. Основними формами роботи стали *групові дискусії, ділові і рольові ігри, "мозкові штурми", аналіз управлінських ситуацій* тощо.

Окрім зазначених активних форм та методів навчання застосовувались *індивідуальні домашні завдання* для учасників навчального семінару-тренінгу. Ці завдання, які виконувалися в домашніх умовах, доповнювали аудиторні заняття і були спрямовані на формування в учасників умінь та навичок працювати з необхідною літературою, аналізувати та осмислювати власний управлінський досвід, а також на становлення мотивації до розвитку креативного потенціалу.

Таким чином, активні методи та форми навчання, які використовувалися в певній послідовності та взаємодоповнювали один одного, готували керівників освітніх організацій до активної пізнавальної та практичної діяльності, що сприяло:

- глибокому усвідомленню значення креативного потенціалу та його психологічних складових;
- формування потреби та умінь використовувати знання про себе з метою оптимізації творчої діяльності та професійного вдосконалення;
- актуалізації потреби в самопізнанні, саморозвитку, самовдосконаленні, посилення позитивного ставлення до особистісного зростання;
- переорієнтуванню із звичного авторитарно-адміністративного управління на взаємодію на засадах гуманізму, демократизму та спільної творчої діяльності із працівниками організації.

Висновки. Отже, можна зробити висновки, що проблема розвитку креативного потенціалу управлінських кадрів є непростю, але надзвичайно важливою. Креативний потенціал – це здатність до конструктивного, нестандартного мислення та поведінки, а також усвідомлення і розвитку свого досвіду, який виявляється у швидкості, гнучкості й оригінальності мислення і дає керівникові можливість знаходити ефективні рішення і способи поведінки у нових ситуаціях і переборювати стереотипність мислення і поведінки у звичних ситуаціях, створювати нові, оригінальні рішення.

Результати емпіричного дослідження довели, що загалом управління мають недостатній рівень розвитку креативного потенціалу. Аналіз результатів дослідження розвитку креативності управлінських кадрів виявив у більшості керівників середньої і низький рівні креативності, і лише у чверті керівників виявлено високий рівень сформованості креативного потенціалу, також встановлено вплив віку, статі, загального стажу та стажу управлінської діяльності на рівні розвитку креативності.

Результати дослідження дають підставу для конкретної роботи з подальшого розвитку рівня креативного потенціалу управлінських кадрів і засвідчують необхідність розробки методів навчання керівників більш креативній поведінці. Говорячи про підготовку керівників освітніх організацій в системі післядипломної педагогічної освіти визначено ряд існуючих проблем. Кардинальних змін потребують не лише завдання, зміст, структура системи післядипломної освіти, але й форми та методи навчання, необхідний комплекс розробок, що міститимуть методи та методики розвитку креативного потенціалу управлінських кадрів на нових психолого-педагогічних засадах з урахуванням існуючих технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев В.И. Диалектика воспитания и самовоспитания творческой личности. Основы педагогики творчества / В.И.Андреев. – Казань : Изд-во Казанского ун-та, 1988. – 237 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология : Учебник для вузов / Г.М.Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1997. – 376 с.
3. Богоявленская Д.Б. Генезис интеллектуальной активности / Д.Б. Богоявленская, И.А. Сусоколова // Психология творчества : общая, дифференциальная, прикладная / [под ред. Я.А.Пономарева]. – М. : Наука, 1990. – С. 159-171.
4. Бондарчук О.І. Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності : монографія / О.І.Бондарчук. – К. : Наук. світ, 2008. – 318 с.
5. Коробка Л. Психологічне проектування професіонала в системі післядипломної освіти. Професійна психологія : реалії та перспективи розвитку / Л. Коробка. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2008. – 312 с.
6. Карамушка Л.М. Психологія управління закладами середньої освіти : монографія / Л.М.Карамушка. – Київ : Ніка-Центр, 2000. – 332 с.
7. Козленко В.Н. Проблема креативности личности / В.Н. Козленко // Психология творчества: общая, дифференциальная, прикладная / [под ред. Я.А. Пономарева]. – М., 1990. – С.131-148.
8. Лук А.Н. Психология творчества / А.Н.Лук. – М. : Наука, 1978. – 127 с.
9. Ткач Р.В. Психологічні особливості творчої активності особистості / Р.В.Ткач. – Запоріжжя : Вид-во Запорізької держ. Академії, 1999. – 224 с.
10. Фадеев В.І. Психологічні чинники розвитку креативності / В.І.Фадеев. – К., 2004. – 146 с.
11. Черноусенко Н.С. До питання творчості і креативності в сучасних психологічних дослідженнях / Черноусенко Н.С. // Психологія : зб. наукових праць. НПУ імені М.П. Драгоманова. – 2000. – Вип. 11. – С. 88-93.

Подано до редакції 08.02.10

РЕЗЮМЕ

У статті обґрунтовані роль креативності у формуванні комунікативної компетентності керівників освітніх організацій. Показано результати емпіричного дослідження рівнів розвитку креативного потенціалу керівників.

Ключові слова: керівники освітніх організацій, управлінська діяльність, комунікативна компетентність, креативність.

О.В. Бреховецкая КРЕАТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОМУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

РЕЗЮМЕ

В статье обоснованы роль креативности в формировании коммуникативной компетентности руководителей образовательных организаций. Показаны результаты эмпирического исследования уровня развития креативного потенциала руководителей.

Ключевые слова: руководители образовательных организаций, управленческая деятельность, коммуникативная компетентность, креативность.

О.В. Бреховецкая CREATIVITY AS A FACTOR OF FORMING COMMUNICATIVE COMPETENCE OF MANAGERS OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS SUMMARY

The article substantiates the role of creativity in forming communicative competence of managers of educational organizations. The author demonstrates some results of empiric research on the level of development of managers' creative potential.

Keywords: managers of educational organizations, managerial activity, communicative competence, creativity.
