

УДК 378.147

**ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ
КРЕАТИВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ В ВУЗЕ**¹Соловьева О.В., ²Магомедова А.Х.¹ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
Ставрополь, e-mail: olga.vl.soloveva@gmail.com;²ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт»,
Ставрополь, e-mail: aizishka@mail.ru

В статье описывается проблема развития креативности будущих менеджеров в условиях высшего профессионального образования в вузе. Обосновывается актуальность изучения данной проблемы. Представлены результаты авторского исследования креативности студентов – будущих менеджеров. Проанализированы психологические условия развития креативности будущих менеджеров на этапе профессионального обучения в вузе. В их числе – обеспечение благоприятной атмосферы, проявляющейся в полноценных субъект-субъектных отношениях студентов и преподавателей; отказ от оценочных суждений и критики преподавателя в адрес обучаемого; обогащение образовательной среды новыми объектами и позитивными образцами креативности, нацеливающими студентов на проявление творческой активности; использование в образовательном процессе форм обучения, эффективных для развития креативности будущих менеджеров, а именно тренингов, научно-практических семинаров, конференций, индивидуальных консультаций с преподавателем, а также методов и педагогических технологий интерактивного обучения.

Ключевые слова: креативность, творческие способности, студенты-менеджеры, профессиональное образование

**PSYCHO-PEDAGOGICAL CONDITIONS OF DEVELOPMENT
OF CREATIVITY OF FUTURE MANAGERS IN THE UNIVERSITY**¹Soloveva O.V., ²Magomedova A.Kh.¹North-Caucasian Federal University, Stavropol, e-mail: olga.vl.soloveva@gmail.com;²Stavropol State Pedagogical Institute, Stavropol, e-mail: aizishka@mail.ru

The article describes the problem of development of creativity of future managers in conditions of higher professional education of the University. The urgency of studying this problem. Presents the results of original research of creativity of students – the future managers. Analyzed psychological conditions of development of creativity of future managers for professional training at the University. They include providing a congenial atmosphere manifested into a full-fledged subject-subject relations between students and professors; refusal from judgments and criticism of the teacher in the address of the student; enrichment of the educational environment with new objects and positive models of creativity that focus students on the manifestation of creative activity; the use in the educational process forms of education, effective for the development of creativity of future managers, namely, workshops, scientific-practical seminars, conferences, individual consultations with the teacher, as well as methods and educational technologies interactive learning.

Keywords: creativity, creative abilities, students managers, professional education

В современном мире одним из важнейших видов деятельности человека является управление. Это сложный и многоплановый процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации (М.Х. Мескон). Рост научно-технического прогресса, геополитические и социально-экономические изменения в мире, разнообразие и сложность используемых технологий обусловили возрастание требований к качеству управленческой деятельности. В первую очередь это касается самого главного субъекта управления – менеджера, на которого возлагаются большие полномочия. Именно менеджер ответственен за принятие управленческих решений, их осуществление и выполнение. От современного менеджера требуется такое умение управлять, которое подразумева-

ет организацию интеллектуального сотрудничества людей, их сетевую кооперацию, интеграцию процессов планирования и исполнения, а главное – гибкость и оперативность в принятии решений в условиях неопределенности. Последнее умение является чертой креативного менеджера, способного быстро реагировать на изменения внешней среды, генерировать оригинальные идеи, предлагать новые, нестандартные решения, разрабатывать уникальные стратегии деятельности.

Креативный менеджер – это тот, кто обладает творческим и созидательным мышлением. Такой менеджер способен принимать новые, оригинальные решения, способствующие налаживанию прогрессивных взаимосвязей между внешней и внутренней средой управляемой им организации. Креативный менеджер умеет раскрыть

творческий и мотивационный потенциал персонала организации в целом и каждого его сотрудника, что многократно усиливает результативность совместной работы. Это является принципиально важным и ценным для любого предприятия или организации, во многом повышая эффективность всех видов деятельности.

Вышесказанное обуславливает необходимость подготовки креативных менеджеров. Эта подготовка должна осуществляться в условиях высшего профессионального образования, одной из важнейших целей которого является сохранение и развитие творческого потенциала человека.

В этой связи развитие креативности будущих менеджеров как способности к творческим актам, ведущим к новому видению проблемы или ситуации, является актуальной и высоко значимой проблемой.

В зарубежной психологии проблема креативности разрабатывалась такими видными учеными, как Ф. Вильямс, Е. Торренс, Дж. Гилфорд, Ф. Бэррон, Д. Харрингтон, Т. Тардиф, Р. Стернберг, С. Медник, Д. Фелдман и др. Креативность рассматривается достаточно противоречиво в различных концепциях. Предлагается большое число определений креативности, творческих способностей и творческой одаренности, показаны структура и виды креативности, выявлены факторы креативности личности, разработаны способы диагностики и приемы развития креативности.

Согласно наиболее известной и широко распространенной концепции креативности Дж. Гилфорда, Е.П. Торренса креативность является универсальной познавательной творческой способностью. Она характеризуется как способность отказываться от стереотипных способов мышления. Основной креативности как общей творческой способности является дивергентное мышление. Это особый вид мышления, который предполагает, что на один и тот же вопрос может быть множество одинаково правильных и равноправных ответов. Дивергентное мышление предполагает стратегию генерирования множества решений одной единственной задачи. Принято считать, что этот вид мышления является творческим мышлением или одним из компонентов творчества. Главными параметрами креативности являются: способность к обнаружению и постановке проблемы; способность к генерированию идей – беглость; способность к продуцированию разнообразных идей – гибкость; способность производить идеи, отличающиеся от общественных взглядов, отвечать на раздражители нестандартно – оригинальность; способность к усовершен-

ствованию объекта путем добавления деталей; способность решать проблемы, то есть способность к анализу и синтезу [4].

В отечественной психологии наиболее важными в области творчества и креативности являются работы Б.М. Теплова, Я.А. Пономарева, Д.Б. Богоявленской, А.М. Матюшкина, В.Н. Дружинина и др. Так, впервые были сформулированы определения креативности (творческих способностей) как интеллектуальной активности и чувствительности (сензитивности) к побочным продуктам своей деятельности (Я.А. Пономарев); внутренней мотивации, необходимой для проявления творческих возможностей к обнаружению проблем, поиску оригинального решения и саморегуляции процесса, образному представлению и воображению (А.М. Матюшкин); универсальной творческой способности (В.Н. Дружинин); глубинного личностного свойства, которое выражается в оригинальной постановке проблемы, наполненной личностным смыслом (Д.Б. Богоявленская).

Наиболее значимой в современной отечественной психологии является концепция Д.Б. Богоявленской, которая рассматривает творчество как ситуативно нестимулированную активность (стремление выйти за пределы заданной проблемы) и вводит понятие «креативная активность личности», которая присуща творческому типу личности. Основным показателем творческой активности, по мнению Д.Б. Богоявленской, является интеллектуальная активность, сочетающая в себе два компонента: познавательный (общие умственные способности) и мотивационный. Критерием проявления творческой активности является характер выполнения человеком предлагаемых ему мыслительных заданий [3].

Проблема изучения креативности менеджеров в вузах осуществляется пока недостаточно активно. К немногим можно отнести работы В.А. Лузгина, выявившего особенности развития профессионального творчества руководителя, С.В. Алиевой, аргументировавшей необходимость разработки концепции креативного образования, О.Н. Никитиной и Г.В. Осипова, исследовавших роль развития креативности менеджеров в процессе профессиональной подготовки.

Изучение психологической литературы показало, что область креативности сложна для исследований, поскольку эмпирическое поле фактов, относящихся к ней, весьма обширно. Проанализировав литературу, мы выявили сложность и многоаспектность проблемы креативности, ее влияние на эффективность, успешность или, наоборот,

низкую результативность деятельности менеджеров.

Несмотря на высокий теоретический и методический уровень проанализированных нами исследований, надо констатировать, что недостаточно изученными остаются проблемы диагностики уровня развития креативности менеджеров на различных этапах профессиональной подготовки. Требуют специального изучения факторы креативности, наиболее значимые для управленческой деятельности. Необходима разработка конкретных методических приемов и средств целенаправленного развития креативности в период профессионального обучения студентов-менеджеров. Также принципиально важной является задача выявления психологических условий развития креативности будущих менеджеров в вузе.

В этой связи проблема развития креативности будущих менеджеров требует более тщательного изучения и пересмотра сложившейся системы профессиональной подготовки менеджеров. Целью нашего исследования является выявление уровня и особенностей развития креативности будущих менеджеров и определение условий, способствующих развитию креативности студентов в вузе. Основными эмпирическими задачами явились следующие: выявить уровень и особенности развития креативности менеджеров в условиях современного высшего образования и изучить психологические условия развития креативности студентов-менеджеров в вузе.

Исследование уровня развития креативности будущих менеджеров было проведено на базе Ставропольского государственного педагогического института (кафедра экономики, менеджмента и рекламы). В исследовании приняли участие 43 студента 2–4 курсов. Для диагностики уровня и особенностей развития креативности нами применялись следующие тестовые методики: тест-опросник «Креативность» (Е.В. Батоврина) [2], опросник креативности Дж. Джонсона [1], тест личностных творческих характеристик Ф. Вильямса [1].

Целью применения теста-опросника «Креативность» было выявление уровня

развития характеристики креативности студентов. Тест позволяет оценить несколько качеств будущих менеджеров, связанных с успешностью, лидерскими качествами и творческим потенциалом. Также тест помогает выявить степень выраженности наиболее и наименее значимых факторов креативности у респондентов, составлять индивидуальные креативные профили, что обеспечивает широкий диапазон для использования теста-опросника на этапе высшего образования. Результаты диагностики представлены в табл. 1.

Проанализировав ответы студентов, мы сделали вывод, что наименее развитыми факторами креативности испытуемых являются: способность к фантазированию, воображение, «цепкость» внимания, способность идти на риск, генерированию идей, дивергентное мышление. Обобщая полученные результаты, отметим, что высоким уровнем креативности обладают около 12% из всех опрошенных. Средним уровнем обладают 23% испытуемых. Низкий же уровень креативности составляет 65% опрошенных. Разница между уровнем развития креативности второкурсников и уровнем развития креативности студентов 3 и 4 курсов минимальна. А значит, развитие креативности на всех этапах высшего образования проходит не в полной мере эффективно. Эти данные говорят, что в условиях современного высшего образования развитие креативности будущих менеджеров требует тщательного изучения и апробации новых программ развития креативности.

Следующей тестовой методикой, предложенной студентам, был тест личностных творческих характеристик (часть теста Ф. Вильямса). Мы использовали ту часть, теста, которая состоит из 50 утверждений, направленных на исследование личностных творческих характеристик креативности и позволяет оценивать личностно-индивидуальные креативные характеристики, такие как риск, любознательность, воображение, сложность идей. Результаты отображены в табл. 2.

Таблица 1

Уровень креативности студентов 2, 3 и 4 курса по тесту-опроснику «Креативность»

Уровни креативности	Студенты 2 курса		Студенты 3 курса		Студенты 4 курса	
	Абсолютная величина	%	Абсолютная величина	%	Абсолютная величина	%
Высокий	1	7,7	2	14,3	2	12,5
Средний	3	23,1	3	21,4	4	25,0
Низкий	9	69,2	9	64,3	10	62,5

Таблица 2

Данные личностных творческих характеристик студентов 2–4 курсов (тест Ф. Вильямса)

Показатели творческих характеристик	Студенты 2 курса		Студенты 3 курса		Студенты 4 курса	
	Абсолютная величина	%	Абсолютная величина	%	Абсолютная величина	%
Риск	2	15,4	3	21,4	4	25,0
Любознательность	5	38,4	6	42,9	5	31,2
Воображение	3	23,1	2	14,3	3	18,8
Сложность идей	3	23,1	3	21,4	4	25,0

Мы выяснили, что готовых к рискам студентов 21% всех опрошенных, любознательных – 35%, обладающих воображением – 19%. К сложным идеям готовы 25% опрошенных. Проведенный тест показывает, что уровень личностных творческих характеристик второкурсников практически не отличается от уровня развития личностных творческих характеристик у студентов 3 и 4 курса. Это в очередной раз доказывает, что в условиях современного высшего образования развитие креативности не происходит в полной мере.

Следующим этапом диагностики креативности будущих менеджеров стала экспертная оценка кураторами, проведенная по опроснику креативности Дж. Джонсона. Опросник креативности Дж. Джонсона фокусирует внимание на тех элементах, которые связаны с творческим самовыражением. Это объективный, состоящий из восьми пунктов контрольный список характеристик творческого мышления и поведения, разработанный специально для идентификации проявлений креативности, доступных внешнему наблюдению. Опросник используется как экспресс-метод, позволяющий быстро и качественно провести психодиагностику креативности. Он предназначен для психологов, а также может применяться педагогами. Данные опроса отображены в табл. 3.

Результаты опросника Дж. Джонсона основаны на экспертной оценке кураторов учебных групп. По этим данным можно сделать вывод, что у большинства студентов

креативность плохо развита. Испытуемые обладают главным образом низким и очень низким уровнем креативности. В сумме это больше 51% испытуемых, а высокий и очень высокий уровень у 23% испытуемых.

В целом проведенное нами исследование позволило выявить преимущественно низкий и средний уровень развития креативности будущих менеджеров. Креативность студентов-менеджеров характеризуется следующими особенностями: плохо развитыми способностями к фантазированию, воображению, к генерированию идей; низкими показателями дивергентного мышления, способности к риску. При этом уровень и особенности креативности студентов вторых, третьих и четвертых курсов практически не отличаются, находясь в одних пределах.

Вместе с тем на всех курсах (2-й, 3-й и 4-й) выявлены студенты, у которых зафиксирован высокий и очень высокий уровень развития креативности. Особенности этих студентов являются способности находить нестандартные оригинальные решения, выделять и запоминать детали, предлагать различные варианты использования одной и той же вещи, гибкость и беглость мышления, развитая интуиция. По оценкам кураторов, именно эти студенты имеют высокие оценки успеваемости, принимают участие в студенческих конкурсах и олимпиадах, участвуют в научно-практических конференциях, т.е. проявляют высокий уровень социальной активности и демонстрируют интеллектуальные успехи.

Таблица 3

Данные экспертного опроса креативности студентов 2–4 курсов (тест Дж. Джонсона)

Уровни креативности	Студенты 2 курса		Студенты 3 курса		Студенты 4 курса	
	Абсолютная величина	%	Абсолютная величина	%	Абсолютная величина	%
Очень высокий (40–34 баллов)	0	0	1	7,1	2	12,5
Высокий (33–27 баллов)	1	7,7	2	14,3	4	25,0
Нормальный (средний) (26–20 баллов)	3	23,1	3	21,4	5	31,2
Низкий (19–15 баллов)	5	38,5	5	35,8	4	25,0
Очень низкий (14–8 баллов)	4	30,7	3	21,4	1	6,3

Таким образом, обобщая данные, полученные в ходе диагностики, можно сделать вывод, что современная система образования слабо удовлетворяет спрос на развитие креативности будущих менеджеров в условиях современного образования. В связи с этим необходимо создание специальных условий и формирование новых подходов к развитию творческих способностей студентов, внедряемых в профессиональных образовательных организациях.

На наш взгляд, развитие креативности будущих менеджеров целесообразно осуществлять поэтапно, начиная с ранних этапов профессиональной подготовки, постепенно усиливая специализацию развития креативности. Особо значимым является развитие креативности будущих менеджеров на высшем этапе профессиональной подготовки, так как они совпадают с периодами сензитивности развития креативности. В связи с этим весьма актуальна реализация таких мер, как внедрение в учебные планы образовательных организаций методов развития креативности и адекватных форм обучения [5].

Развитие креативности будущих менеджеров в условиях современного высшего образования должно осуществляться на основе принципов активности, мотивации, самостоятельной работы, рефлексии, благоприятной среды. Наиболее значимыми, на наш взгляд, психолого-педагогическими условиями для развития креативности будущих менеджеров являются следующие: обеспечение благоприятной атмосферы, проявляющейся в полноценных субъект-субъектных отношениях студентов и преподавателей, стимулирующих познавательную активность и творческую инициативу студентов; отказ от оценочных суждений и критики преподавателя в адрес обучаемого, способствующий свободному проявлению креативного мышления и творческому характеру взаимодействия «преподаватель – студент»; обогащение образовательной среды разнообразными новыми объектами и позитивными образцами

креативности, нацеливающими студентов на проявление творческой активности; использование в образовательном процессе форм обучения, наиболее эффективных для развития креативности будущих менеджеров, а именно тренингов, научно-практических семинаров, конференций, индивидуальных консультаций с преподавателем; активное применение в учебном процессе таких методов и педагогических технологий, как кейс-стади, мозговой штурм, проектная деятельность и др.; использование в учебно-образовательном процессе методов интерактивного обучения, включающих дискуссии, анализ конкретных ситуаций, ролевые деловые игры, характеризующиеся ситуациями незавершенности или открытости для интеграции новых элементов.

В заключение отметим, что креативность занимает одно из ведущих мест в структуре профессионально важных качеств менеджера, характеризуя его способность быстро реагировать на изменения внешней среды, генерировать оригинальные идеи, предлагать новые, нестандартные решения в конкретных областях управленческой деятельности. Поэтому принципиально важным является вопрос обоснования и внедрения психолого-педагогических условий в вузе, способствующих развитию креативности будущих менеджеров.

Список литературы

1. Барканова О.В. Методики диагностики одаренности и креативности: психологический практикум / авт.-сост. О.В. Барканова. – Вып. 3. – Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. – Красноярск, 2011. – 196 с.
2. Батоврина Е.В. Развитие креативности управленцев в процессе профессиональной подготовки: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2007. – 224 с.
3. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. – М., 2002. – 320 с.
4. Гилфорд Дж. Структурная модель интеллекта. Психология мышления. – М., 1965. – 244 с.
5. Соловьева О.В. Развитие творческих способностей в юношеском возрасте // Творчество субъекта познания, общения и деятельности: Материалы Ставропольской сессии Научной школы Доктора психологических наук, профессора В.С. Агапова. – Ставрополь: СтГМУ, 2015. – С. 199–204.