**Чорноусенко Надія Сергіївна. Розвиток креативності військових керівників в управлінському спілкуванні: дис... канд. психол. наук: 19.00.09 / Національна академія держ. прикордонної служби України ім. Богдана Хмельницького. - Хмельницький, 2004**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | *Чорноусенко Н.С.* Розвиток креативності військових керівників в управлінському спілкуванні. - Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук зі спеціальності 19.00.09 – психологія праці в особливих умовах. – Національна академія Державної прикордонної служби України ім. Богдана Хмельницького, м. Хмельницький, 2003.  Дисертацію присвячено дослідженню питань розвитку креативності військового керівника в управлінському спілкуванні. Визначено та науково обґрунтовано психологічні умови, за яких пошук командиром нових способів поведінки в управлінському спілкуванні призводить до розвитку креативності. Виявлено критерії та показники рівнів креативності військового керівника у ситуаціях управлінського спілкування. Розроблено програму соціально-психологічного тренінгу, спрямовану на розвиток креативності під час управлінського спілкування військового керівника і експериментально перевірено її ефективність. | |
| |  | | --- | | За результатами теоретичного аналізу наукових джерел та дослідно-експериментальної роботи зроблено такі висновки:  1. Комунікативна креативність – це інтегративна особистісна якість, здатність до творчості у спілкуванні. При наявності відповідної мотивації вона дозволяє особистості виявити творче ставлення до спілкування. Її комунікативний 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.  Результатом прояву комунікативної креативності є досягнення найбільшої успішності спілкування за допомогою творчого перетворення суб'єктом об'єкта і процесу (чи суб'єктами один одного і процесу) спілкування, а саме тимчасових, просторових його характеристик, цілей і засобів взаємовпливу партнерів, досягнення діалогічності, зняття емоційної напруженості, недопущення чи вихід з неконструктивних відносин з найменшими труднощами, підбір і зміна тактик і стратегій поведінки з новим і\чи складним партнером, освоєння нових ситуацій взаємодії і досягнення більш гуманних відносин. Між тим ми розглядаємо комунікативну компетентність, а разом із нею і флексибільність, як психологічні умови появи, існування і розвитку комунікативної креативності військового керівника. Ціннісно-мотиваційні особливості особистості підсилюють їхній вплив.  2. У ході дослідження розроблено діагностичну програму для вимірів рівнів комунікативної креативності та виявлено наступні критерії і показники креативності військового керівника: цілісність, синтетичність, свіжість, самостійність сприйняття, його спрямованість на рішення проблеми чи задачі; висока чутливість до субсенсорних подразників, здатність сприймати неточності, відхилення, незвичайність і унікальність властивостей об'єкта; здатність помічати головне, бачити потенційно те, що ще не проявилося; вміння при сприйнятті звільнятися від фіксованої установки і константності; значна ерудиція, здатність легко уловлювати головне і швидко забувати другорядне, віддалена асоціативність пам'яті, високе запам'ятовування багатозначності, двозначності, підтекстів; особлива яскравість уяви, її жвавість, незвичайність, крайня фантастичність і образність; швидкість, гнучкість, оригінальність мислення, його дивергентність; інтуїція, вигадка, передбачення; фантазія, скептицизм, критичність, високий ступінь активності у розумовій діяльності; відхилення від шаблону у поведінці, оригінальність, ініціативність, завзятість, самовідданість, неабияка енергійність, спритність, прямота суджень, чесність, безпосередність, незалежність, лабільність, внутрішня зрілість, критичність, скептицизм, сміливість, мужність, впевненість при невизначеності і хаосі, схильність до метафоричності, двозначності, підкреслення свого “Я”, висока самооцінка, гордість; 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, бажання іноді подовгу залишатися одному, розвиненість естетичних почуттів.  3. Найбільш тісною і стійкою залежність між комунікативною компетентністю і креативністю стає при рівні першої не нижче за середній (р<0,05). Середній рівень креативності визначається помірними показниками актуальної чи особистісної флексибільності взагалі і преморбідної флексибільності, зокрема. Високий рівень творчості у спілкуванні обумовлюється лише високими значеннями актуальної комунікативної флексибільності. Високий рівень комунікативної креативності на рівні тенденції визначається перевагою орієнтації особистості на цінності-цілі спілкування, у порівнянні з цінностями-засобами. Особливістю мотиваційної сфери середньокреативних особистостей є перевага цінностей “розвитку” й “освіченості”. Висококреативні випробувані обирають “життєву мудрість”, “активне діяльне життя” і “чесність”, а відкидають “високі запити” у житті. Наявність креативності середнього рівня досить точно визначається як самою особистістю, так і партнерами по взаємодії. Визначення комунікативної креативності високого рівня представляє складність для непідготовлених експертів-одногрупників, тому що така оцінка пов'язана з рівнем креативності самого експерта. Таким чином, для оцінки високорозвиненої комунікативної креативності необхідне залучення компетентних експертів і засобів відеозапису. Висококреативні особистості здатні знаходити більше способів вирішення проблемної ситуації, ніж середньокреативні. Основною якісною відмінністю у виборі рішень у першій групі є велика ініціативність і сміливість у контактах, а також прагнення врахувати у своїй поведінці особливості партнерів і своєрідність ситуації (діяти за обставинами).  4. Програма соціально-психологічного тренінгу та спецкурс “Психологія спілкування” довели свою ефективність у створенні психологічних умов розвитку комунікативної креативності слухачів, а саме комунікативної компетентності та флексибільності. Вони дають можливість значимо підвищити рівень комунікативної компетентності слухачів військового вузу (р<0,05) і досягти позитивної динаміки у зміні комунікативної флексибільності. Не зважаючи на те, що вони впливають на компетентність, флексибільність і креативність військових керівників у спілкуванні, для того, щоб відбулося закріплення останніх на рівні властивостей, необхідне продовження психолого-педагогічного впливу як у рамках організації навчально-виховного процесу у вузі, так і інших різних форм психолого-педагогічного впливу. | |