

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 159.923.2:174
ББК Ю782+Ю950.1

ГСНТИ 15.41.39

Код ВАК 19.00.05

Дорошук Лариса Анатольевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры изобразительного искусства и дизайна факультета технологии и предпринимательства, Шадринский государственный педагогический университет; 641870, г. Шадринск, ул. К. Либкнехта, 3; e-mail: vuz@shgpi.edu.ru.

Новоселов Сергей Аркадьевич,

доктор педагогических наук, профессор, директор Института педагогики и психологии детства, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: inobr@list.ru.

КОММУНИКАТИВНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ ЛИЧНОСТИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: деловое общение; творческая деятельность; коммуникативная креативность; разрешение конфликтов; деловые игры.

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена проблеме повышения эффективности профессионального делового общения за счет включения ресурсов коммуникативной креативности, которая рассматривается как способность личности нестандартно и эффективно решать проблемы за счет активизации коммуникативного фактора, открывать принципиально новые или усовершенствованные решения той или иной коммуникативной задачи. Рассмотрены характеристики коммуникативной креативности: легкость в создании многочисленных вариантов поведения индивида, гибкость в изменении субъектом тактик реагирования, использовании разнообразных приемов поведения, оригинальность, которая проявилась в создании нестандартных способов решения ситуаций проблемного характера. Общение рассмотрено как творческая деятельность, подразумевающая развитие креативности в процессе коммуникации. Показано, что творческим продуктом человека могут быть новые возможности делового общения. В организации креативной коммуникативной деятельности важными ориентирами являются цели общения: установление контактов между участниками диалога; обмен сообщениями, мнениями, замыслами, решениями; побуждение активности партнера по общению, направленной на выполнение взаимовыгодных действий; координация – согласование организации совместной деятельности; осознание смысла намерений, установок партнера по общению; влияние на эмоции, намерения, решения, мнения; установление отношений в системе делового общения; убеждение и переубеждение партнера; разрешение конфликтов. Рассмотрены возможности комбинирования метода кейсов и игровых методов, посредством включения кейсов (ситуаций) в игру и использования комбинированного метода в процессе развития коммуникативной креативности. Приведены примеры организации процесса развития коммуникативной креативности в структуре деловых игр с использованием комбинированного метода.

Doroshuk Larisa Anatol'evna,

Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of Fine Arts and Design, Faculty of Technology and Business, Shadrinsk State Pedagogical University, Shadrinsk, Russia.

Novoselov Sergey Arkad'evich,

Doctor of Pedagogy, Professor, Director of the Institute of Pedagogy and Psychology of Childhood, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

COMMUNICATIVE CREATIVITY OF THE INDIVIDUAL AS A FACTOR OF EFFICIENCY OF BUSINESS COMMUNICATION

KEYWORDS: business communication; creative activity; communication; creativity; conflict resolution; business games.

ABSTRACT. The article deals with the problem of enhancing efficiency of professional business communication by including the communicative resources of creativity, which is seen as the ability of the individual to solve problems effectively by means of activization of the communicative factor and to find fundamentally new or improved solutions to communication tasks. The article dwells on the following characteristics of communicative creativity: ease in creating numerous variants of individual behavior, flexibility of the subject response tactics, use of various methods of behavior, and originality, which manifested itself in the creation of non-standard ways of resolving problem situations. Communication is considered as a creative activity involving the development of creativity in the communication process. It is shown that new opportunities of business communication may be the product of human creativity. The following aims of communication are important landmarks in organization of creative communication activity: establishment of contact between interlocutors; exchange of messages, opinions, intentions, and solutions; motivation of the partner's activity in dialogue aimed at the implementation of mutually beneficial activities; coordination of joint activity organization; awareness of the meaning of intentions of the partner in communication; influencing emotions, intentions, decisions, and opinions; establishment of relations in the system of business communication; conviction and reassurance of the partner; and conflict resolution. The ar-

title considers the possibilities of combining the case method and game-based techniques by incorporating case studies (situations) in the game and the use of the combined method in the process of development of communicative creativity. The authors give examples of organization of the process of development of communicative creativity in the structure of business games using the combined method.

Несмотря на то что особенности делового общения исследованы в многочисленных трудах российских и зарубежных ученых таких, например, как Л. П. Дашков, Е. Н. Зарецкая, Д. Карнеги, Ф. А. Кузин и др., устоявшиеся взгляды на сложившиеся способы и правила общения требуют непрерывного анализа и обновления в соответствии с изменяющимися условиями реализации этой формы коммуникационного взаимодействия: глобализация, урбанизация, растущий уровень информатизации общества. В объективно создающихся в связи с этим ситуациях неопределенности и ситуациях нового вида в деловом общении у его субъектов проявляется потребность в поиске новых коммуникационных решений, и, следовательно, в проявлении креативности в деловом общении. Поэтому проблема креативности в деловом общении все чаще обсуждается в научных публикациях (работы А. Н. Алексеевой, О. Н. Вишневецкой, А. А. Головановой, Л. В. Фаткина и др.). Деловое общение требует поиска креативных идей, способствующих реализации оригинальных технологий, направленных на изменение климата в деловых отношениях и повышение их результативности. Общение – это не только соблюдение определенных норм и правил, но и творческий процесс, который отличается многовариантностью и, следовательно, требует реализации креативной деятельности [11]. Творческий элемент присутствует в любой деятельности, не только художественной, технической или научной, но и в бизнесе, спорте, игре, мыслительном процессе, в ежедневном деловом общении и т.д., везде, где человек действует не по инструкции. Отсюда следует, что творческие действия – это действия, выходящие за границы требований ситуации, а носителем творческого начала как явления социокультурного выступает личность. В творчестве личность становится свободной, целостной и неповторимой [6].

В психологии творчества обосновано понятие «коммуникативная креативность», которое рассматривается как способность личности нестандартно и эффективно решать проблемы за счет активизации коммуникативного фактора, открывать принципиально новые или усовершенствованные решения той или иной коммуникативной задачи. Наиболее выраженными характеристиками коммуникативной креативности являются: легкость в создании многочисленных вариантов поведения индивида, гибкость в изменении субъектом тактик ре-

агирования, использовании разнообразных приемов поведения, оригинальность, которая проявилась в создании нестандартных способов решения ситуаций проблемного характера [3].

Творческим продуктом креативного человека могут быть новые возможности делового общения. В организации креативной коммуникативной деятельности важными ориентирами являются цели общения: установление контактов между участниками диалога; обмен сообщениями, мнениями, замыслами, решениями; побуждение активности партнера по общению, направленной на выполнение взаимовыгодных действий; координация – согласование организации совместной деятельности; осознание смысла намерений, установок партнера по общению; влияние на эмоции, намерения, решения, мнения; установление отношений в системе делового общения; убеждение и переубеждение партнера – самая трудная из целей общения; разрешение конфликтов [9].

Таким образом, общение – это эффективный способ осмысления состояния деятельности организации или учреждения, поиска актуальных целей совершенствования деятельности, которые могут способствовать формированию новых креативных идей [5].

В деловом общении творческая деятельность индивидов во многом связана с возникновением различных конфликтов: межгрупповых, межличностных, внутриличностных. Основу любого конфликта образует ситуация, включающая либо противоположные позиции сторон, либо противоположные цели или средства их достижения [2].

На современном этапе проблема эффективного разрешения конфликтов становится актуальной не только в плане улучшения эмоционального климата межличностного взаимодействия, но и является необходимой составляющей успешного делового взаимодействия. Креативность, творческий подход может оказать положительное влияние на исход конфликта при выработке возможных вариантов решения [4]. На этом этапе востребованы способности личности продуцировать необычные, нетрадиционные идеи, уметь преодолевать стандартные схемы мышления, быстро находить решения проблемных ситуаций. Наличие творческих способностей помогает превращать конфликтную ситуацию в творческую задачу, находить оригинальные способы ее решения, которые способствуют бо-

лее эффективно разрешению конфликта, составлять прогноз возможных действий индивида [8; 10].

Формированию того или иного коммуникативного умения способствуют творческие и деловые игры. Игра является механизмом, который позволяет человеку развивать креативность.

Деловые игры применяются довольно широко и являются эффективным методом практического обучения. Они используются как средство познания в менеджменте, экономике, педагогике, сфере деловой коммуникации и других областях [7]. Широкие возможности открывает комбинирование метода кейсов и игровых методов. В игру могут быть включены кейсы (ситуации). Кейс-метод (или, иначе, метод кейс-стади) отличается от метода деловых игр тем, что он нацелен на поиск и решение проблемы. Деловые игры ориентированы на развитие умений, формирование навыков. Метод деловой игры позволяет доступно преподнести принципы менеджмента и процессы принятия решений. Таким образом, кейс – это модель определенной ситуации, а деловая игра – модель практической деятельности. Комбинированный метод, включающий в себя элементы кейс-метода и деловой игры, позволяет смоделировать объект (организацию) или ситуацию (коммуникативное общение), симулировать процесс принятия решений. Деловые ситуации могут быть связаны с подчинением вышестоящим, с руководством отделом, группой, сотрудником. Перед игроками ставятся разные цели, для достижения которых используются знания основ экономики, социологии, методов управления. И при этом комбинированный метод создает условия «включения» креативности, поиска творческих результатов в процессе общения, включая новые способы организации делового общения [7]. Комбинированный метод может применяться практически в любом из известных видов деловых игр: обучающих (формируют знания, умения и навыки); исследовательских (получение новых знаний); практико-ориентированных; поисковых; профориентационных и т.д., каждая из которых может быть также классифицирована: как по числу участников (командные, персональные), так и по интересам сторон – партнерская игра (отработка командных навыков при общих или противоположных интересах); противостояние сторон, команд; состязание отдельных участников; деловые игры с непредсказуемой внешней средой или участниками и т.д. [12].

Рассмотрим, как развитие креативности в деловом общении может быть организовано в некоторых из перечисленных деловых игр.

Деловая игра «Производственное совещание». Присутствующие на совещании относятся к начальству с недоверием и скептицизмом. Какой стиль поведения будет выбран той и другой стороной на совещании? (анализ возможных коммуникативных ситуаций нового вида). Что можно сделать или сказать для налаживания деловых контактов? (постановка творческой коммуникативной задачи). Какие управленческие решения можно принять при подведении итогов оперативного совещания? (выбор вариантов творческого решения поставленной задачи и создание условий для «включения» дивергентного мышления) [7].

Ролевая игра «Конфликтный клиент». Игра проводится в парах. Начальник отдела отвечает на звонок разгневанного клиента по телефону. Клиент высказывает претензии по поводу качества товара (моделирование коммуникативных ситуаций нового вида). Оценивается, насколько успешно преодолена конфликтная ситуация и должным ли образом построен разговор (постановка творческих коммуникативных задач и их решения на основе дивергентного мышления). Какие креативные идеи, нестандартные решения способствовали погашению конфликта? (переход от генерации к экспертизе творческих идей).

Результаты, полученные в ходе анализа множественных связей между наиболее показательными признаками коммуникативной креативности в сфере делового общения – а именно: легкостью, гибкостью, оригинальностью показывают наличие статистической связи между этими феноменами [3].

Особую роль коммуникативная креативность приобретает в современной деловой практике, требующей знания, продуманного и умелого использования таких техник и технологий общения, которые могут обеспечивать эффективное разрешение производственных, психологических, коммуникативных, этических и др. проблем, возникающих в трудовом коллективе, деловых переговорах. Компетентность, коммуникативная креативность в области делового общения непосредственно влияют на появление ситуаций успеха или неуспеха в самых различных сферах деятельности: в науке, искусстве, производстве, торговле.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. Вишнякова В. Ф. Креативная психология. Психология творческого обучения. Минск, 1995. 186 с.
2. Ворожейкин И. Е., Кибанов А. Я., Захаров Д. К. Конфликтология. М. : Инфра, 2000. 224 с.
3. Голованова А. А. Коммуникативная креативность субъекта как фактор эффективности группового решения задач // Научная библиотека диссертаций и авторефератов. URL: disserCat .http://www.dissercat.com/content/kommunikativnaya-kreativnost-subekta-kak-faktor-effektivnosti-grupпового-resheniya-zadach#ixzz3x6siXTiF.
4. Дмитриев А. В. Социальный конфликт. Общее и особенное. М. : Гардарики, 2002. 526 с.
5. Лапин Н. М. Креативность как инновационный ресурс развития экономики : дис. ... канд. экон. наук. Тамбов, 2008. 155 с.
6. Общение как творчество, творчество как общение. URL: knowledge.allbest.ru>Психология>.
7. Примеры деловых игр. Сценарий деловой игры. URL: http://fb.ru/article/159475/primeryi-deloviyh-igr-stsenariy-delovoy-igryi.
8. Сергеева Д. Н. Развитие креативности педагогов в процессе разрешения конфликтов // Образование и наука. 2016. № 5. С. 107–122.
9. Скворцова С. В. Основы обучения креативной деятельности (на примере педагогики Великобритании) // Образование и наука. 2015. № 2. С. 155–165.
10. Сопегина В. Т. О формировании коммуникативной составляющей педагогической компетенции в процессе наставничества // Образование и наука. 2016. № 2. С. 55–67.
11. Сыманюк Э. Э., Печеркина А. А. Психолого-педагогическое сопровождение развития профессиональной компетентности педагога // Педагогическое образование в России. 2016. № 3. С. 32–39.
12. Толстогузов С. Н. Опыт профориентационной работы за рубежом // Образование и наука. 2015. № 1. С. 151–165.

R E F E R E N C E S

1. Vishnjakova V. F. Kreativnaja psihologija. Psihologija tvorcheskogo obuchenija. Minsk, 1995. 186 s.
2. Vorozhejkin I. E., Kibanov A. Ja., Zaharov D. K. Konfliktologija. M. : Infra, 2000. 224 s.
3. Golovanova A. A. Kommunikativnaja kreativnost' sub#ekta kak faktor jeffektivnosti grupпового reshenija zadach // Nauchnaja biblioteka dissertacij i avtorefe-ratov. URL: disserCat http://www.dissercat.com/content/kommunikativnaya-kreativnost-subekta-kak-faktor-effektivnosti-grupпового-resheniya-zadach#ixzz3x6siXTiF.
4. Dmitriev A. V. Social'nyj konflikt. Obshee i osobennoe. M. : Gardariki, 2002. 526 s.
5. Lapin N. M. Kreativnost' kak innovacionnyj resurs razvitija jekonomiki : dis. ... kand jekon. nauk. Tambov, 2008. 155 s.
6. Obsshenie kak tvorchestvo, tvorchestvo kak obsshhenie. URL: knowledge.allbest.ru>Psihologija>.
7. Primery delovyh igr. Scenarij delovoj igry. URL: http://fb.ru/article/159475/primeryi-deloviyh-igr-stsenariy-delovoy-igryi.
8. Sergeeva D. N. Razvitie kreativnosti pedagogov v processe razresheniya konfliktov // Obrazovanie i nauka. 2016. № 5. S. 107–122.
9. Skvorcova S. V. Osnovy obuchenija kreativnoj dejatel'nosti (na primere pedagogiki Velikobritanii) // Obrazovanie i nauka. 2015. № 2. S. 155–165.
10. Sopedina V. T. O formirovanii kommunikativnoj sostavljajushhej pedagogicheskoj kompetencii v processe nastavnichestva // Obrazovanie i nauka. 2016. № 2. S. 55–67.
11. Symanjuk Je. Je., Pecherkina A. A. Psihologo-pedagogicheskoe soprovozhdenie razvitija professional'noj kompetentnosti pedagoga // Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii. 2016. № 3. S. 32–39.
12. Tolstoguzov S. N. Opyt proforientacionnoj raboty za rubezhom // Obrazovanie i nauka. 2015. № 1. S. 151–165.

Статью рекомендует д-р пед. наук, проф. Т. Н. Шамало