

УДК 159.9

СТРУКТУРА КОГНИТИВНО-КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛИДЕРСТВА КАК БАЗОВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО ТРАНСФЕССИОНАЛА¹

В.И. Кабрин^а, В.С. Выскочков^{а, б}, И.О. Прудовиков^а

^а Томский государственный университет, 634050, Россия, Томск, пр. Ленина, 36

^б Сибирский государственный медицинский университет Минздрава России, 634050, Россия, Томск, Московский тракт, 2

Представлены результаты исследования структуры когнитивно-креативного потенциала лидерства. Применены методы коммуникативно-когнитивной психосемантики. Выборка составила 78 студентов разных направлений подготовки. В генеральный фактор когнитивно-креативного потенциала лидерства вошли когнитивная сложность восприятия партнеров, эмоционально позитивный фон описания проблем и партнеров, общая оригинальность, потенциальная психосемантическая гибкость. Эти показатели отразили основные аспекты исследуемого феномена.

Ключевые слова: трансфессионал; коммуникативная методология; коммуникативный мир личности; когнитивно-креативный потенциал лидерства; когнитивная психосемантика коммуникативного мира.

Введение

Современный мир каждый год повышает требования к выпускникам высших учебных заведений. Раньше было достаточно стать хорошим специалистом, а теперь softskills является не просто равным по важности набором компетенций по сравнению с профессиональными навыками, но и зачастую ценится гораздо выше. С переходом на проектную систему управления HR-отделы организаций разного профиля все чаще оценивают сформированность именно лидерских качеств для эффективного управления различными проектами [1].

Ряд современных исследований лидерства и его развития сосредоточен на изучении данного феномена в школьной среде [2–6]. Значительно больше работ направлено на изучение лидерства в университетах [7–12]. Классически лидерство рассматривается как набор личностных черт, необходимых для успешного управления, мотивирования сотрудников и способности к организации и некоторой инновационной деятельности [13, 14]. Однако в современных условиях этих компетенций явно недостаточно [14].

Современные проекты становятся сложнее, динамичнее и требуют взаимодействия специалистов из различных областей знаний. При этом важна

¹ Результаты получены в рамках выполнения государственного задания Минобрнауки России, проект № 0721-2020-0040.

не просто возможность коммуникации, но и определенная чувствительность к другим профессиональным сферам; предполагается, что современный специалист должен быть трансфессионалом. Анализ научной литературы, проведенный Н.А. Ткачёвой, А.Б. Фокиной, показал, что «...“трансфессионал” – это человек, который самостоятельно конструирует траекторию своего образования... формирует свое образование, стремится к самообучению, развитию и достижению новых целей... ведущий поиск навигатор, идущий по лабиринту-траектории своего образования... “сетевик-навигатор”, т.е. “обучатель” того, как пользоваться сетями знаний и как их добывать» [15. С. 185].

Следует понимать, что трансфессионал – это не просто «дилетант широкого профиля» [16. С. 122], это тип личности будущего, становление которого идет по своему, качественно новому творческому вектору. И для управления трансфессионалами уже недостаточно лидерства в классическом его понимании, описанном выше. Такой подход требует иного типа творческой коммуникации, которая влечет за собой формирование нового типа творческой личности, способной участвовать в инициативных разработках сложных трансфессиональных проблем – речь идет о личности креативного лидера [16, 17].

Анализ литературы показывает, что феномен креативного лидерства большинство авторов связывает с креативным управлением и менеджментом. Личность креативного лидера как таковая ими не рассматривается. Обобщенный образ лидера сосредоточен на умении эффективно делиться своим опытом и создавать комфортную среду для подчиненных [18, 19]. В ряде работ также говорится о коммуникативности креативных лидеров, однако не всегда уточняется, о каких конкретно коммуникативных особенностях идет речь [19, 20].

В одной из статей R. Sternberg и соавт. [17] представлена типология креативного лидерства, но, по сути, она выглядит как описание разных видов креативного управления: анализируются различные модели поведения, которые должны приводить организацию к успеху, и прежде всего финансовому. Креативный лидер описывается как человек, «который покупает дешево, а продает дорого» [17. Р. 149]. Более перспективным в этой типологии выглядит тип креативного лидера, способного к синтезу и объединению противопоставляемых друг другу подходов в управлении, соединяющего ранее не соединяемое и показывающего остальным членам организации, как это работает. Он похож на проблемно-ориентированного лидера-интегратора, предлагающего искать новые возможности в динамичной трансформации противоположенных тенденций. Отметим, что анализ этого типа лидерства носит редуцированный характер: например, не проясняются способы и стратегии креативной трансформации подобных противоречий. Таким образом, актуальная диагностика креативного лидера нивелирована до тестов креативности и оценки степени успешности организации, которой лидер руководит.

Представляется, что выход на психологический уровень решения проблемы креативного лидерства можно найти в коммуникативной методоло-

гии. Ключевым моментом в понимании специфики креативного лидерства становится транскомуникация как «латентный смысловой динамизм, транзит которого возникает в любой форме общения, ориентированного на поиск, обнаружение и образование смысла» [21. С. 172]. Ведущим становится формирование смысловых отношений, которые интуитивно трансформируются в процессе коммуникации (как между людьми в процессе живого общения, так и внутри одного человека при встрече с собственными «новыми» и «непонятными» смыслами). Транскомуникация – это всегда встреча с новым, непонятным. Такого рода встреча начинается с выхода за пределы себя и страха быть отвергнутым при желании высказаться и, таким образом, связана с ощущением большого риска. Эта ситуация порождает стресс-мобилизацию (коммуникативный стресс), индуцирует «транс» как переход границ и децентрацию, что неизбежно увеличивает вероятность отклика и реализацию встречи. Это перерождение энергии стресса в энергию транса может рассматриваться как первичное творческое достижение и создание новых смыслов.

Многообразие коммуникативных пространств, их сложность и уникальность формируют неповторимый транскомуникативный мир личности, а ее вовлеченность в этот сложный круговорот со-творчества и со-присутствия реализует творческий потенциал человека и приводит к со-реализации и соучастию [Там же].

Развитие потенциала когнитивно-креативного лидерства является задачей, решение которой позволит университетам прицельно готовить специалистов-трансфессионалов, способных инициировать генерацию новых идей и управлять креативными проектными командами профессионалов из различных областей знаний. Однако такое движение невозможно без глубокого системного эмпирического изучения феномена когнитивно-креативного лидерства.

Цель данного исследования – изучение внутренней структуры потенциала когнитивно-креативного лидерства. Предполагается, что креативные характеристики личности и коммуникативного мира студента образуют специфические связи, изучив которые, можно выделить структуру потенциала когнитивно-креативного лидерства.

Актуальность этого направления подтверждается исследованиями отечественных и зарубежных авторов, отмечающих необходимость эмпирического изучения структуры данного феномена. Кроме того, исследование решало задачу оценки влияния потенциала когнитивно-креативного лидерства на учебную успеваемость. Успеваемость была выбрана как один из наиболее простых, доступных и важных параметров для университетов и их студентов.

Материалы и методы исследования

Для достижения поставленной цели были собраны сведения об успеваемости студентов (средний балл за все время обучения). В соответствии

с целью исследования акцент был сделан на когнитивную психосемантику применяемых методов:

- метод моделирования коммуникативных миров (ММКМ);
- метод психосемантического графа (МПСГ);
- методика «Креативный тип личности» по Майерс–Бриггс (МВТИ);
- шкалограммный профиль коммуникабельности (ШПК);
- методика SNA (социограмма).

Совокупное количество шкал методик составляет 102, однако для корректного анализа были выведены из исследования шкалы, ранее показавшие взаимозависимость (получены путем простых алгебраических действий с другими шкалами), поэтому осталось 54 переменных.

В исследовании приняли участие 78 студентов первого и третьего курсов одного из сибирских вузов разных направлений подготовки; из них 38 девушек и 40 юношей. Для снижения вероятности получения «ожидаемых и одобряемых» ответов цель опроса для респондентов была обозначена как «исследование личностных особенностей студентов для совершенствования учебного процесса». Эта формулировка должна была мотивировать участников к саморефлексии и более откровенному описанию своего внутреннего и внешнего мира.

После вводной части респондентам предлагалось заполнить методики. Некоторые методики (ММКМ и МПСГ) сопровождались примерами для заполнения, что позволило сократить время погружения в смысл методик и минимизировать вероятность ошибки заполнения. Средняя продолжительность исследования составила 60 мин. При первичной обработке данных из общей выборки были удалены неполные результаты и анкеты с ошибками, в результате объем выборки сократился до 68 человек (средний возраст 18 лет), из которых 32 девушки и 36 юношей. Статистический анализ данных проводился с помощью Statistica 13. Были применены непараметрический критерий Спирмена (для анализа корреляционных связей), метод множественного регрессионного анализа (для оценки влияния изучаемых переменных на успеваемость студентов) и метод анализа главных компонент (РСА).

Результаты исследования

В результате проведенного корреляционного анализа было выявлено несколько переменных, образующих между собой наиболее сильные и важные для исследования корреляционные связи.

Показатели метода ММКМ:

- конструктивный фон по партнерам (КФ(п)) – показал степень позитивного восприятия партнеров;
- социосемантический объем коммуникативного мира (Π) – показал когнитивную сложность в восприятии респондентом своих партнеров;
- общая оригинальность (ОО) – отразила оригинальность, самобытность и непохожесть коммуникативного мира респондента;

– креативный момент в описании партнеров (КрМ(п)) – показал стресс-трансформативный (переход энергии стресса в энергию транса) момент при описании партнера.

Показатели метода МПСГ:

– потенциальная психосемантическая гибкость описания себя (ППСГ(сам)) – отразила самодостаточность и внутреннюю сложность представленных респондентом личностных качеств и их потенциальность;

– потенциальная психосемантическая гибкость описания партнера (ППСГ(парт)) – фиксирует наличие дополнительного ресурса для поиска новых решений и работы с противоречиями; не имея четкой взаимосвязи между качествами, дает условное «пространство маневра» и альтернативную возможность для оценки искомой связи в каждый момент времени.

Показатели социометрии:

– центральность по близости (Closeness Centrality) – показала близость респондента к центру своей социальной группы и остальным ее участникам;

– центральность взаимности (Betweenness Centrality) – показала меру посредничества респондента в своей социальной группе, т.е. частоту обращений к нему для установления контактов с другими участниками группы;

– центральность по собственному вектору (Eigenvector Centrality) – фиксирует близость респондента к наиболее популярным участникам его социальной группы.

С помощью критерия Спирмена были получены корреляции, которые можно условно разделить на два блока. В первый блок вошли следующие корреляционные пары: центральность по близости с потенциальной психосемантической гибкостью описания себя ($r = 0,34$; $p < 0,05$), потенциальной психосемантической гибкостью описания партнера ($r = 0,33$; $p < 0,05$), успеваемостью ($r = 0,41$; $p < 0,05$) и конструктивным фоном по партнерам ($r = 0,30$; $p < 0,05$). Успеваемость обнаружила связи с потенциальной психосемантической гибкостью описания себя ($r = 0,33$; $p < 0,05$), социосемантическим объемом коммуникативного мира ($r = 0,35$; $p < 0,05$), конструктивным фоном по партнерам ($r = 0,37$; $p < 0,05$) и центральностью по собственному вектору ($r = 0,409$; $p < 0,05$). Центральность по собственному вектору выявила связи с потенциальной психосемантической гибкостью описания себя ($r = 0,33$; $p < 0,05$) и конструктивным фоном по партнерам ($r = 0,31$; $p < 0,05$). Помимо этого, обнаружена связь между социосемантическим объемом коммуникативного мира и потенциальной психосемантической гибкостью описания партнера ($r = 0,36$; $p < 0,05$).

Во второй блок вошли следующие корреляционные пары: обнаружилась отрицательная связь потенциальной психосемантической гибкости описания партнера с центральностью взаимности (мерой посредничества) ($r = -0,40$; $p < 0,05$), а также выявлена положительная связь с общей оригинальностью ($r = 0,30$; $p < 0,05$) и креативным моментом в описании партнеров ($r = 0,25$; $p < 0,05$). Кроме того, отрицательную связь имеют общая оригинальность и центральная взаимность (мера посредничества) ($r = -0,25$; $p < 0,05$).

В результате проведенного анализа методом главных компонент (РСА) была определена одна статистически значимая главная компонента. Также были оценены мощности переменных, участвующих в основных корреляционных связях (таблица).

Нагрузки переменных в общей дисперсии данных по методу главных компонент (РСА)

| Переменная | Значимость переменной | |
|--|-----------------------|------------|
| | Мощность | Значимость |
| Социосемантический объем коммуникативного мира (П) | 0,682 | 1 |
| Конструктивный фон по партнерам (КФ(п)) | 0,521 | 4 |
| Общая оригинальность (ОО) | 0,475 | 5 |
| Потенциальная психосемантическая гибкость описания себя (ППСГ(сам)) | 0,467 | 6 |
| Потенциальная психосемантическая гибкость описания партнера (ППСГ(парт)) | 0,326 | 10 |
| Центральность по близости (Closeness Centrality) | 0,290 | 12 |
| Креативный момент в описании партнеров (КрМ(п)) | 0,203 | 21 |
| Центральность по собственному вектору (Eigenvector Centrality) | 0,203 | 22 |
| Центральность взаимности (Betweenness Centrality) | 0,149 | 30 |

Отдельно для оценки вклада переменных, участвующих в основных корреляционных связях в структуре потенциала когнитивно-креативного лидерства, в параметр успеваемости был проведен регрессионный анализ, показавший значимое влияние только одной переменной – центральности взаимности (меры посредничества) ($\beta = -0,305$, $p = 0,025$).

Обсуждение результатов

Поскольку метод главных компонент учитывает полную дисперсию всех параметров с целью минимизации основных переменных, в главной компоненте были выделены параметры с максимальной нагрузкой (мощностью):

- 1) когнитивная сложность восприятия и описания партнеров (социосемантический объем коммуникативного мира) – 0,682;
- 2) эмоционально-позитивный фон восприятия проблем и партнеров в коммуникативном мире (конструктивный фон) – 0,521;
- 3) общая оригинальность (минимальная частота встречаемости формулировок тем и партнеров коммуникативного мира личности в общем тезаурусе выборки) – 0,475;
- 4) потенциальная психосемантическая гибкость описания себя – 0,467.

Эти показатели комплексно отражают основные существенные характеристики когнитивно-креативного потенциала лидера. Дальнейшие исследования позволят углубить и уточнить понимание его смысловой структуры, однако эти четыре концептуальные координаты представляются весьма перспективными.

Из 54 исследуемых переменных было выделено 10 наиболее значимых, что подтверждает их определяющее влияние на всю модель потенциала когнитивно-креативного лидерства. Результаты корреляционного анализа наглядно представлены в корреляционных графах. На рис. 1 показаны взаимосвязи первого блока корреляционных пар.

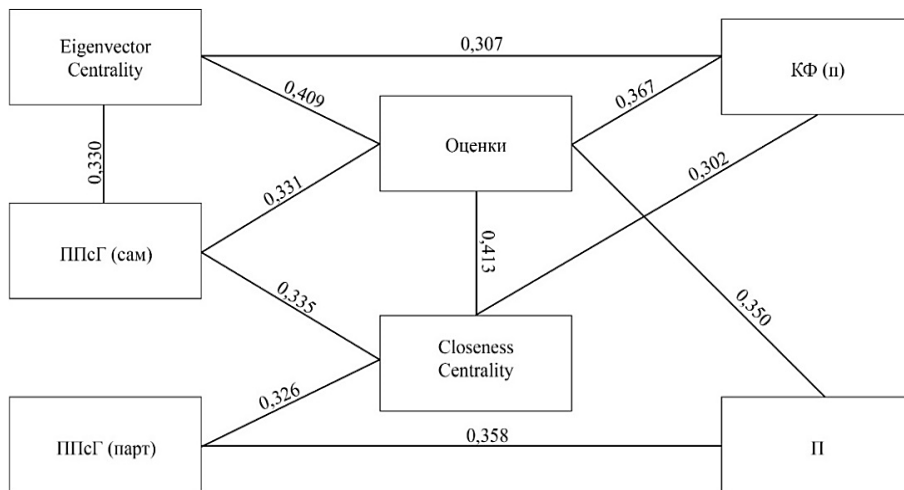


Рис. 1. Корреляционный граф первого блока корреляционных пар:

КФ(п) – конструктивный фон по партнерам, П – социосемантический объем коммуникативного мира, ППСГ(сам) – потенциальная психосемантическая гибкость описания себя, ППСГ(парт) – потенциальная психосемантическая гибкость описания партнера, Closeness Centrality – центральность по близости, Eigenvector Centrality – центральность по собственному вектору

Наиболее сильные связи были выявлены между успеваемостью, центральностью по близости и центральностью по собственному вектору. Это может свидетельствовать о том, что у современного студента успеваемость является определенным критерием учебной успешности и, соответственно, его образовательного статуса. Связь успешности образовательного статуса с количеством значимых связей в группе указывает на то, что показатели успеваемости в студенческий период являются фактором, благоприятствующим установлению значимых связей и социокультурного развития студента в целом.

Следующие сильные связи успеваемости были обнаружены с другими социоцентрическими показателями – социосемантическим объемом коммуникативного мира и конструктивным фоном по партнерам. Можно предположить, что студенты, имея высокие оценки и плотные социальные взаимодействия, склонны к позитивному восприятию своих партнеров, подчеркивая насыщенность и разнообразие своих межличностных отношений. При этом опосредованная (через социосемантический объем коммуникативного мира) положительная связь между успеваемостью и потенциальной психосемантической гибкостью в описании партнеров свиде-

тествует о наличии ресурса для появления новых социальных связей и коммуникативной открытости неизвестному опыту. Это позволяет студенту стать лидером в новой группе или в неожиданной ситуации, что может быть признаком креативного лидера.

Корреляционный граф, представленный на рис. 1, дополняется связями потенциальной психосемантической гибкости по партнерам с общей оригинальностью (рис. 2). Рисунок 2 отображает взаимосвязи второго блока корреляционных пар.

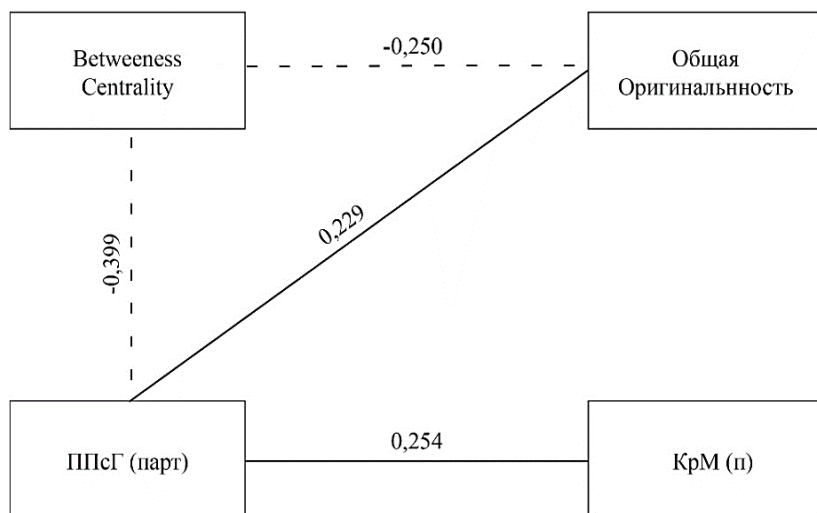


Рис. 2. Корреляционный граф второго блока корреляционных пар:
Betweenness Centrality – центральность взаимности, ППсГ(парт) – потенциальная психосемантическая гибкость описания партнера, КрМ(п) – креативный момент в описании партнеров

Отрицательная связь между общей оригинальностью и центральностью взаимности, а также между потенциальной психосемантической гибкостью описания партнера и центральностью взаимности, вероятнее всего, показывает, что склонность к посредничеству не ведет к глубокому избирательному контакту. Посредничество тяготеет к поверхностным отношениям; при этом избыточность контактов снижает потенциальную гибкость и избирательность в общении.

С другой стороны, выявлена положительная связь потенциальной психосемантической гибкости описания партнера с общей оригинальностью и креативным моментом в описании партнеров. Это говорит о том, что личность склонна к стресс-трансформации тогда, когда ее коммуникативный мир имеет определенный ресурс для соединения сложных конструктов, что является характеристикой креативного лидера. Это подтверждается положительной связью с общей оригинальностью, которая является дополнительным источником для реализации стресс-трансформации и индикатором креативности.

Важность именно транскомуникативных отношений в группе, особенно с членами своей команды, для креативного лидера подтверждается положительными связями с показателями, направленными на описание партнеров, а не на самого себя.

Помимо анализа структуры когнитивно-креативного потенциала лидерства, интересна выраженность влияния этого феномена на успеваемость как на простой показатель успешности студента (учитывая, что успеваемость является важным показателем для самих вузов). Было оценено влияние выявленных основных компонентов когнитивно-креативного потенциала лидерства на академическую успеваемость. Результаты регрессионного анализа показали, что единственной статистически значимой переменной, отрицательно влияющей на успеваемость, оказалась центральность взаимности, которая занимает лишь тридцатую позицию по мощностям переменных в представленной модели. Это означает, что влияние когнитивно-креативного потенциала лидерства на успеваемость достаточно низкое. Отрицательная связь обнаружила большую склонность креативных лидеров к выстраиванию особого коммуникативного поля внутри группы, чем к непосредственному и деятельному участию в учебном процессе.

На сегодняшний день большинство образовательных практик высшей школы не имеет проблемного характера, запускающего креативную альтернативность мышления. Более того, ориентация на стереотипные, репродуктивные задания (как, например, создание электронной презентации, которое занимает больше времени, чем несет смысловой нагрузки, и остается, по сути, механическим воспроизводством знаний) может отталкивать креативного лидера от включения в данные задачи.

Ограничения

Основным ограничением проведенного исследования являются размер выборки и ее специфичность. Увеличение выборки в дальнейшем через привлечение магистрантов и аспирантов будет способствовать как уточнению данных, так и выделению специфических и неспецифических параметров в структуре потенциала когнитивно-креативного лидерства. Расширение количества респондентов позволит использовать метод факторного анализа для более детальной конкретизации его структуры.

Заключение

Статья открывает цикл работ, направленных на исследование феномена когнитивно-креативного потенциала лидерства в русле холодинамической и транскомуникативной методологии. Психосемантические методы позволили определить вклад характеристик коммуникативного мира студентов в картину когнитивно-креативного потенциала лидерства. Выявленные

взаимосвязи подтверждают гипотезу других исследований об особой структуре этого феномена. Полученные данные свидетельствуют о необходимости более глубокого изучения этого сложного феномена.

Показательно, что в контексте изучаемой модели успеваемость студентов вносит небольшой вклад в когнитивно-креативный потенциал лидерства. Однако необходимо помнить об ограничениях данного исследования: полученная модель применима к выборке студентов. Частичное снятие ограничения произойдет по мере включения в выборку магистрантов и аспирантов разных направлений подготовки. Ее расширение позволит более точно и достоверно оценить вклад коммуникативного мира и его характеристик в структуру когнитивно-креативного потенциала лидерства.

Данные будущих исследований помогут трансформировать или внести существенные коррективы в образовательный процесс для более качественной и прицельной подготовки креативных лидеров будущего. Проведенное исследование уже проблематизирует образовательный контур – насколько существующие концепты, формы и методы образования соответствуют задачам подготовки креативного лидера-трансфессионала, затребованного современными изменениями цифрового постиндустриального общества.

Литература

1. Ефимов В.С. Вызовы будущего: высшая школа России в ситуации постиндустриального перехода // Вестник Новосибирского государственного университета экономики и управления. 2012. № 3. С. 40–57.
2. Тофт В.О. Лидерство в представлениях обучающихся старших классов школы // Социальные отношения. 2014. № 1(8). С. 42–47.
3. Рязанцева А.Г., Микерова Г.Г. Лидерство в коллективе класса и его влияние на адаптацию первоклассников в школе // Концепт : научно-методический электронный журнал. 2017. Т. 34. С. 85–91.
4. Михайлова О.Б. Гендерные характеристики лидерских качеств и инновационности у старшеклассников // Психология образования в поликультурном пространстве. 2016. № 36 (4). С. 14–21.
5. Котельникова А.В. Проблемы детского лидерства в отечественной психолого-педагогической науке // Учитель и время. 2017. № 12. С. 126–131.
6. Метнева М.В. Теоретические аспекты проблемы развития лидерских качеств в подростковом возрасте // Научные горизонты. 2018. № 11-1 (15). С. 219–222.
7. Шафиков А.Х. Изучение лидерства в Гарвардском университете // Управление устойчивым развитием. 2016. № 4 (05). С. 65–70.
8. Анисимов, Н.Д., Бударин П.Ю., Касьяник Ю.В. Оценка способностей к лидерству и командному сотрудничеству у студентов // Вестник университета. 2014. № 20. С. 165–170.
9. Вержибок Г.В. Социально-психологические контексты лидерства у студентов // Наука. Мысль. 2014. № 12. С. 9–17.
10. Coffey A., Lavery S. Student leadership the middle year: a matter of concern // Improving schools. 2017. Vol. 21 (2). P. 187–200. DOI: 10.1177/1365480217732223.

11. Gott T., Bauer T., Long K. Student leadership today, professional employment tomorrow // *New Directions for student leadership*. 2019. Vol. 162. P. 91–109. DOI: 10.1002/yd.20336.
12. Schmidt W.J., Eno A.C., Breen M.J., Linenberger J.S. Medical student leadership disposition in the first year of medical school // *Medical science educator*. 2018. Vol. 28 (11). P. 281–284. DOI: 10.1007/s40670-018-0555-0.
13. Логвинов И.Н. Психология эффективного лидерства: современные исследования курских психологов // *Ученые записки : электронный научный журнал Курского государственного университета*. 2015. № 2 (34). С. 199–206.
14. Petriglieri G., Petriglieri J.L. Can business schools humanize leadership // *Academy of Management Learning & Education*. 2015. Vol. 14, № 4. P. 625–647. DOI: <http://dx.doi.org/10.5465/amle.2014.0201>
15. Ткачева Н.А., Фокина А.Б. Трансфессионализм и профессиональный потенциал молодежи // *Успехи современной науки и образования*. 2016. № 9. С. 185–186.
16. Кабрин В.И. Креативное лидерство: транскультуральная перспектива // *Сибирский психологический журнал*. 2015. № 58. С. 121–135. DOI: 10.17223/17267080/63/12.
17. Sternberg R., Kaufman J., Pretz J. A Propulsion model of creative leadership // *Creativity and Innovation Management*. 2004. Vol. 13, is. 3. P. 145–153. DOI: 10.1111/j.0963-1690.2004.00304.x.
18. Carmeli A., Gelbard R., Reiter-Palmon R. Leadership, Creative Problem-Solving Capacity, and Creative Performance: the Importance of Knowledge Sharing // *Hum. Resour. Manage*. 2013. № 52. P. 95–121. DOI: 10.1002/hrm.21514.
19. Rickards T., Moger S. Creative Leadership Processes in Project Team Development: an Alternative to Tuckman's Stage Model // *British Journal of Management*. 2002. № 11. P. 273–283. DOI: 10.1111/1467-8551.00173.
20. Ibbotson P., Darso L. Directing creativity: the art and craft of creative leadership // *Journal of Management & Organization*. 2008. № 14 (5). P. 548–559. DOI: 10.1017/S1833367200003035.
21. Кабрин В.И. Креативное лидерство в холодинамике коммуникативных миров самообновляющейся организации // *Сибирский психологический журнал*. 2017. № 63. С. 170–183. DOI: 10.17223/17267080/63/12.

*Поступила в редакцию 28.02.2020 г.; повторно 10.05.2020 г.;
принята 25.05.2020 г.*

Кабрин Валерий Иванович – доктор психологических наук, профессор кафедры психологии личности Томского государственного университета.

E-mail: kabrin@list.ru

Высочков Владимир Сергеевич – ассистент кафедры фундаментальной психологии и поведенческой медицины Сибирского государственного медицинского университета Минздрава РФ; аспирант Томского государственного университета.

E-mail: vysko4kov@yandex.ru

Прудовиков Игорь Олегович – аспирант Томского государственного университета.

E-mail: one_1709@mail.ru

For citation: Kabrin, V.I., Vyskochkov, V.S., Prudovikov, I.O. Structure of the Cognitive-creative Leadership Potential as a Basic Competence of a Future Trans-professional. *Sibirskiy Psikhologicheskij Zhurnal – Siberian journal of psychology*. 2020; 76: 91–104. doi: 10.17223/17267080/76/6. In Russian. English Summary

Structure of the Cognitive-creative Leadership Potential as a Basic Competence of a Future Trans-professional¹

V.I. Kabrin^a, V.S. Vyskochkov^{a, b}, I.O. Prudovikov^a

^a Tomsk State University, 36, Lenin Ave., Tomsk, 634050, Russian Federation

^b Siberian State Medical University, 2, Moscovsky Tr., Tomsk, 634050, Russian Federation

Abstract

With the transition to a project management system, HR departments of various organizations increasingly evaluate the leadership formation qualities for the effective project management. Moreover, not only the ability to communicate, but also certain sensitivity to other professional areas is important: it is assumed that a modern specialist should be a trans-professional.

The purpose of this paper is to study the internal structure of cognitive-creative leadership potential. We assume that creative characteristics of a student's personality and their communicative world form specific connections. The study of such connections is able to distinguish the structure of cognitive-creative leadership potential.

The emphasis was placed on the cognitive psychosemantics of the methods used: the method of modeling communicative worlds, the method of the psychosemantic graph, the method of «Creative personality type» according to Myers-Briggs, the Scalogram profile of sociability, the SNA method (sociogram).

The study involved 78 students of one of the Siberian universities in different areas of training from first and third year (38 female and 40 male). To reduce the chance of receiving «expected and approved» answers, the purpose of the survey for respondents was designated as «a study of the personal characteristics of students to improve the educational process». This formulation was supposed to motivate participants to self-reflection and a more frank description of their inner and outer world.

Statistical analysis of the data was made using Statistica 13. The Spearman non-parametric criterion (for analyzing correlation relationships), the multiple regression analysis method (for assessing the influence of the studied variables on student's academic performance) and the principal component analysis (PCA) were applied.

According to the PCA, four parameters with the maximum weight were identified: the cognitive complexity of the perception and description of partners (socio-semantic volume of the communicative world); emotionally-positive background of the perception of problems and partners in the communicative world (constructive background), general originality (wording of topics and partners of the communicative world of the personality in the general thesaurus of the sample with minimum frequency of occurrence), and potential psychosemantic flexibility of self-description. These indicators comprehensively reflect the main essential characteristics of the cognitive-creative potential of leadership.

The revealed negative correlation of the creative leaders characteristics with academic performance may show that most educational practices of higher education do not have a problematic character that triggers a creative thinking alternative. However, it is significant that in the context of the studied model, students' academic performance makes a small contribution to the cognitive-creative potential of leadership.

¹ Trans-professional is the authors' term for a person who succeeded in two or more professions and is able to overcome the borders of his professional fields if necessary. A trans-professional transports his knowledge and technologies from one field of study to another, creating the new knowledge and technologies.

Thus, the conducted study problematizes the educational circuit: how the existing concepts, forms and methods of education correspond to the tasks of preparing a creative leader and trans-professional who is required by modern changes in the digital post-industrial society.

Keywords: trans-professional; communicative methodology; communicative world of personality; cognitive-creative potential of leadership; cognitive psychosemantics of the communicative world.

References

1. Efimov, V.S. (2012) Future challenges: high school of Russia in postindustrial transition. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i upravleniya – Vestnik NSUEM*. 3. pp. 40–57. (In Russian).
2. Toft, V.O. (2014) Leadership in perceptions of senior classes students at school. *Sotsial'nye otnosheniya*. 1(8). pp. 42–47. (In Russian).
3. Ryazantseva, A.G. & Mikerova, G.G. (2017) Liderstvo v kollektive klassa i ego vliyanie na adaptatsiyu pervoklassnikov v shkole [Leadership in the class team and its impact on the adaptation of first-graders in school]. *Kontsept*. 34. pp. 85–91.
4. Mikhaylova, O.B. (2016) Gender characteristics of leadership qualities and innovation of senior pupils. *Psikhologiya obrazovaniya v polikul'turnom prostranstve – Educational Psychology in Polycultural Space*. 36(4). pp. 14–21. (In Russian).
5. Kotelnikova, A.V. (2017) Child leadership problem in psycho-pedagogical science of our country. *Uchitel' i vremya*. 12. pp. 126–131. (In Russian).
6. Metneva, M.V. (2018) Theoretical aspects of the problem of designing psychologically safe educational environment in the elementary school. *Nauchnye gorizonty*. 11-1(15). pp. 219–222. (In Russian).
7. Shafikov, A.Kh. (2016) Izuchenie liderstva v Garvardskom universitete [Learning Leadership at Harvard University]. *Upravlenie us-toyichivym razvitiem*. 4(05). pp. 65–70.
8. Anisimov, N.D., Budarin, P.Yu. & Kasyanik, Yu.V. (2014) Otsenka sposobnostey k liderstvu i komandnomu sotrudnichestvu u studentov [Leadership Assessment and team collaboration among students]. *Vestnik universiteta*. 20. pp. 165–170.
9. Verzhbik, G.V. (2014) Sotsial'no-psikhologicheskie konteksty liderstva u studentov [Socio-psychological contexts of leadership in students]. *Nauka. Mysl'*. 12. pp. 9–17.
10. Coffey, A. & Lavery, S. (2017) Student leadership the middle year: a matter of concern. *Improving schools*. 21(2). pp. 187–200. DOI: 10.1177/1365480217732223
11. Gott, T., Bauer, T. & Long, K. (2019) Student leadership today, professional employment tomorrow. *New Directions for Student Leadership*. 162. pp. 91–109. DOI: 10.1002/yd.20336
12. Schmidt, W.J., Eno, A.C., Breen, M.J. & Linenberger, J.S. (2018) Medical student leadership disposition in the first year of medical school. *Medical Science Educator*. 28(11). pp. 281–284. DOI: 10.1007/s40670-018-0555-0
13. Logvinov, I.N. (2015) Psychology of effective leadership: modern researches of Kursk psychologists. *Uchenye zapiski – Scientific Notes*. 2(34). pp. 199–206. (In Russian).
14. Petriglieri, G. & Petriglieri, J.L. (2015) Can business schools humanize leadership. *Academy of Management Learning & Education*. 14(4). pp. 625–647. DOI: <http://dx.doi.org/10.5465/amle.2014.0201>
15. Tkacheva, N.A. & Fokina, A.B. (2016) Transfessionalizm i professional'nyy potentsial molodezhi [Transfessionalism and the professional potential of youth]. *Uspekhi sovremennoy nauki i obrazovaniya*. 9. pp. 185–186.
16. Kabrin, V.I. (2015) The creative leadership: transcultural prospect. *Sibirskiy psikhologicheskii zhurnal – Siberian Journal of Psychology*. 58. pp. 121–135. (In Russian). DOI: 10.17223/17267080/63/12

17. Sternberg, R., Kaufman, J. & Pretz, J. (2004) A Propulsion model of creative leadership. *Creativity and Innovation Management*. 13(3). pp. 145–153. DOI: 10.1111/j.0963-1690.2004.00304.x
18. Carmeli, A., Gelbard, R. & Reiter-Palmon, R. (2013) Leadership, Creative Problem-Solving Capacity, and Creative Performance: the Importance of Knowledge Sharing. *Human Resource Management*. 52. pp. 95–121. DOI: 10.1002/hrm.21514
19. Rickards, T. & Moger, S. (2002) Creative Leadership Processes in Project Team Development: an Alternative to Tuckman's Stage Model. *British Journal of Management*. 11. pp. 273–283. DOI: 10.1111/1467-8551.00173
20. Ibbotson, P. & Darso, L. (2008) Directing creativity: the art and craft of creative leadership. *Journal of Management & Organization*. 14(5). pp. 548–559. DOI: 10.1017/S1833367200003035
21. Kabrin, V.I. (2017) Creative leadership in holodynamics of the communicative worlds of self-renewed organization. *Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal – Siberian Journal of Psychology*. 63. pp. 170–183. (In Russian). DOI: 10.17223/17267080/63/12

*Received 28.02.2020; Revised 10.05.2020;
Accepted 25.05.2020*

Valery I. Kabrin – Professor, Department of Personality Psychology, Tomsk State University. Professor, D. Sc. (Psychol.).

E-mail: kabrin@list.ru

Vladimir S. Vyskochkov – Assistant, Department of Fundamental Psychology and Behavior Medicine, Siberian State Medical University. Graduate Student, Tomsk State University.

E-mail: vysko4kov@yandex.ru

Igor O. Prudovikov – Graduate Student, Tomsk State University.

E-mail: one_1709@mail.ru