

УДК 159.9.07

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ЧЕРЕЗ КРЕАТИВНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ КОМАНДЫ

Бурец Ю.М., магистр психологических наук, педагог-психолог
ГУО «Средняя школа № 19 имени Янки Купалы»
Минск, Республика Беларусь

Аннотация: рассматривается перечень компетенций, который формируется при умении работать в команде. Показана необходимость формирования у учащихся школ действовать сообща, проявляя индивидуальные способности в креативной команде.

Ключевые слова: инновационные команды, креативная компетентность, индивидуальная креативность, гибкость мышления, оригинальность задач.

FORMATION OF COMPETITIVENESS OF SPECIALISTS THROUGH CREATIVE INNOVATIVE TEAMS

Burets Yu.M., master of psychological sciences, teacher-psychologist
Secondary school No. 19 named after Yanka Kupala
Minsk, Republic of Belarus

Summary: a list of competencies is considered, which is formed with the ability to work in a team. The necessity of forming students in schools to act together, showing individual abilities in a creative team, is shown.

Key words: innovative teams, creative competence, individual creativity, flexibility of thinking, originality of tasks.

На данном этапе развития образовательной сферы в условиях обострившейся конкуренции за использование новых технологий, а так же в связи необходимостью постоянно преодолевать сопротивление изменениям в организациях под креативностью стали подразумевать не только способность к генерированию новых идей. Креативность сегодня трактуется как инновация. Наступает время экономики новизны знаний и креативно-инновационных компетенций.

Таким образом, понятие креативности стало сближаться с понятием инновации, создания новых товаров, услуг и образовательных технологий, обеспечением их поддержки и внедрением в деятельность организаций и учебных заведений. [2].

В настоящей статье рассматривается перечень компетенций, которые формируются при помощи и умении работать в инновационных командах. В 1990-е годы интенсивные изменения и инновации, осуществлявшиеся преимущественно с помощью команд, дали возможность говорить не только об индивидуальной креативности, но и о групповой (командной) креативности. В этот момент зарождается направление, которое связано с поиском способов повышения креативности команд. За счет повышения разнообразия их состава, функциональной принадлежности участников, их различий в сфере образования и профессиональном опыте, а также за счет введения таких форм групповой разработки решений и организации труда, которые стимулируют количество и разнообразие выдвигаемых идей.

Как показывают наблюдения разных авторов, креативность и инновационность тесно связаны со способностью творческого человека добывать необходимую информацию посредством личных контактов с другими людьми, а также лоббировать разработанные коллегами идеи, опираясь на свои связи в организации.

Рассуждая в данном направлении, следует отметить, что наибольшую известность получила теория «инновационных команд» Д. Анконы и Х. Бресмана. С их точки зрения, инновационная команда (или Х-команда) – это группа, ориентированная на предпринимательское поведение и адаптивность, эффективно управляющая внутренними и внешними отношениями, обеспечивающая внедрение разработанных ею идей, а также способная гибко менять свою структуру и состав в зависимости от стадии работы над проектом. С одной стороны, инновационность команд и организаций тесно связано со способностью выходить за свои границы, заимствовать опыт, идеи и знания у других команд. С другой стороны, генерирование идей в компании должно подчиняться единому ритму: синхронизация инновационной деятельности отдельных команд с общеорганизационными циклами повышает координированность их усилий и дает возможность топ-менеджменту регулярно проводить оценку и отбор перспективных решений [1].

Дж. Равен указывает на то, что компетентное поведение зависит от готовности и способности содействовать климату поддержки и поощрения тех, кто пытается вводить новшества или ищет способы более эффективной работы. Для того, чтобы генерировать ту или другую идею, привносить её в компанию, среду образования и что бы она привела к успеху, человек должен совершить не только новые действия, но и проконтролировать результаты этих действий (знания дают свои плоды через некоторое время, когда являются осознаваемыми), а затем, сделав выводы, более тщательно изучить проблему, с которой он пытается справиться, и оценить эффективность применённой стратегии [3].

Способность к адаптации на основе оригинальности решения задач и постижения нового одновременно принадлежит и креативности, и интеллекту; открытость новому опыту и гибкость принятия решений – креативности и компетентности. Истоки такого подхода можно обнаружить в работах таких психологов, как К. Венкер, Т. Любарг, Р. Стернберг, Т. Тардив. Одной из современных и заслуживающих внимания, является теория инвестирования Р. Стернберга. В ней Т. Любарг и Р. Стернберг считают креативным такого человека, который стремится и способен «покупать идеи по низкой цене, а продавать по высокой». По Р. Стернбергу творческие проявления детерминируются шестью основными взаимосвязанными между собой факторами. А именно: интеллектуальные способности, знания, стили мышления, личностные характеристики, мотивация и среда (окружение). Учёный указывает на три вида интеллектуальных способностей, благодаря которым, по его мнению, и возможен процесс творчества. Итак, творческий человек, обладая синтетической способностью видит проблемы в новом свете и избегает привычного способа мышления.

Аналитическая способность заключается в том, что бы увидеть и оценить какие идеи являются перспективными и стоят того, что бы за них браться и разрабатывать их. В сущности, данная теория сводится к тому, что отдельные компоненты, отвечающие за творческий процесс, взаимодействуют между собой и дополняют друг друга. В совокупности, от их взаимодействия не сводим к влиянию какого-либо одного из них в отдельности. Мотивация может компенсировать отсутствие творческой среды, а интеллект, взаимодействуя с мотиваци-

ей, значительно повышает уровень креативности. Следует отметить, что в данной теории интеллектуальная способность является системообразующим фактором конструкта креативность [4].

Р. Стернберг предлагает модель развития собственной креативности. Она включает в себя следующие компоненты. В начале, стоит предопределить проблему, затем проанализировать все вопросы и предположения, не думать, что творческая идея будет продаваться сама – целенаправленно продавать её. Поощрять идеи молодого поколения, которые приходят из вне. Уметь признать, что знание, как помогает, так и препятствует достижению цели. В процессе выявления и преодоления препятствий принимать разумные риски и поддерживать неопределённость [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день командоориентированность и креативная компетентность, являются ядром инноваций, в которых находится современный мир. Явной необходимостью в процессе обучения в школе стало научение учащихся способности совместно творить, умение взаимодействовать с людьми в контексте человеческого интеллекта, а также обучение навыкам эффективно и гибко реагировать на любые изменения в рабочей среде.

Список использованных источников

1. Анкона, Д. Команды прорыва. Источники инноваций и лидерства в отрасли / Д. Анкона, Х. Бресман. – Минск: Гревцов Баблишер, 2009. – 336 с.
2. Горбунов, А.П. Преобразовательный (креативно-инновационный) университет как ответ на вызовы новой эпохи / А.П. Горбунов // Высшее образование в России. – 2013. – №8-9.
3. Равен, Д. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Д. Равен. – М.: Когито-центр, 2002. – 394 с.
4. Стернберг, Р. Инвестиционная теория креативности / Р. Стернберг, Е. Григоренко // Психологический журнал. – 1998. – Т. 19, № 2. – С. 144-160.
5. Sternberg, R. J., The nature of creativity / edited by Robert J. Sternberg // Creativity research Journal Tufts University, 2006. Vol. 18, №1 - P. 87-98.