

Д-р Йоана Петрова*

КРЕАТИВНОСТ ЧРЕЗ ЛИЧНОСТНО И ЕКИПНО ПОВЕДЕНИЕ

Обособени са две групи фактори за креативност – основни и допълнителни. Изяснена е спецификата на креативността, като са формулирани нейните характеристики. Чрез схеми са представени структурните разграничения между креативността и творчеството. Анализирани са връзката „креативност - ценности“, като фокусът е насочен към четири групи ценности: интелектуални, нравствени, емоционални и естетически. Изследван е феноменът „екипна креативност“ и са посочени последователни стъпки за нейното постигане. Предложени са методи, с които се поддържа добро равнище на мотивация за споделяне на идеите от членовете в екипа.¹

JEL: A13; Z00; Z1; Z13.

В описанието на съвременния свят се долавят множество нюанси – непрекъснато нарастваща глобализация, интензитет, навлизане на кризата във всички стопански отрасли, политически колебания, скептицизмът по отношение на прилагането на демократични принципи и ясно изразена липса на доверие към работата на институциите. Въпросът, към който се насочва вниманието, е дали натрупаните знания са единственото условие за успешна реализация на субектите, за контрол и преодоляване на предизвикателствата, които поднася господстващата динамика. Отговорът на този въпрос се корени в необходимостта от възпитаване и култивиране на проявата на *креативност*, която да намира отражение в *личностното и екипното поведение*. Липсата на креативност възпрепятства изработването на адекватни, новаторски и иновативни решения, необходими за успешното и ефективното развитие на организациите.

Креативност и свързаните с нея понятия

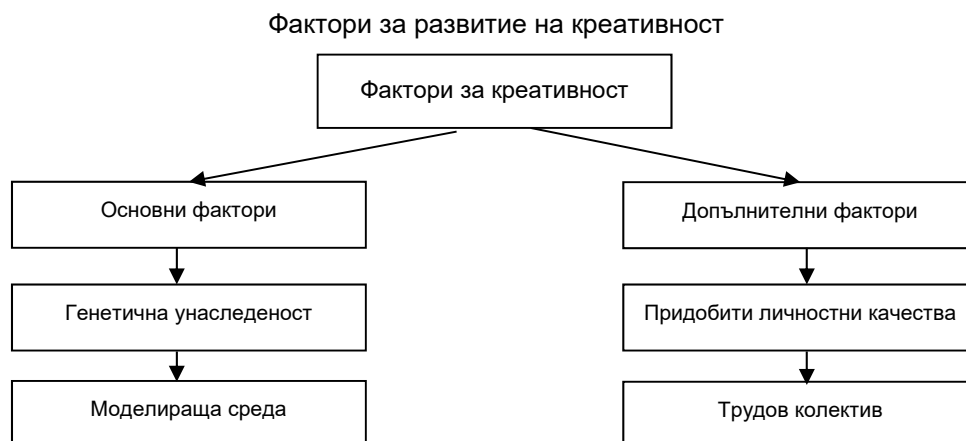
Анализът на изследваната проблематика налага по-задълбочено вникване в нейната същност, излизайки от концепцията за креативния потенциал. Последният може да се дефинира като *базисен потенциал, който субектите могат да развият и усъвършенстват в посока към извършване на творческа, съзидателна, конструктивна и градивна дейност, абстрахирайки се от линейния (т.нар. тунелен) тип мислене и от утвърдените норми на поведение*. От субстанционална гледна точка в основата му е заложена *креатив-*

* СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, катедра „Мениджмънт“, y.petrova@uni-svishtov.bg

¹ Yoana Petrova, PhD. CREATIVITY THROUGH PERSONAL AND TEAM CONDUCT. *Summary*: There are two sets of factors for creativity - basic and extra. The specifics of creativity is explained, formulating its characteristics. The structural distinctions between creativity and ingenuity are presented by means of schemes. The analysis of the link "creativity - values" focuses on four groups of values: intellectual, moral, emotional and aesthetic. The teamwork creativity phenomenon is investigated, focusing on step-by-step achievement. Methods are proposed to maintain a good level of motivation for sharing the ideas of the team members.

ността. Тя представлява качество, което съчетава иновативност, комбинативност и уникалност. Притежаването на подобно качество е привилегия, тъй като позволява „да видиш връзки и зависимости там, където другите не ги виждат“ (Каменов, 2015, с. 3.). До известна степен това увеличава шансовете за постигане на личен и професионален успех и дава основание да се твърди, че креативността е специфичен тип компетентност. Като такава тя предполага „усет към проблеми, недостатъци, пропуски в знанията, липсващи елементи, разногласия и др.; идентифициране на трудности; търсене на решения, отправяне на предложения или формулиране на хипотези за недостатъците; тестване и повторно тестване; евентуално модифициране и отново тестване и окончателно съобщаване на резултатите“ (Torrance, 1965, р. 663-664). Посочените особености подчертават широкообхватния характер на креативността. Във връзка с това тя може да се интерпретира и като краен резултат от влиянието на множество фактори (схема 1).

Схема 1



Към първата група *основни фактори* за креативност могат да бъдат отнесени *генетичната унаследеност* и *моделиращата среда* (вж. по-подробно Каменов, 2011, с. 20). *Генетичната унаследеност* е обект на изследване от множество науки – биология, антропология, гено инженерство, психология, философия, социология и др. По своята същност тя представлява набор от физически и душевни качества, чрез които се осъществява приемственост между поколенията. Различията, свързани със силата, интензитета и формата на проявление на определени качества, обуславят уникалността на всеки индивид.

Развитието на генетично заложените качества в конкретна посока се определя от влиянието на *моделиращата среда*, която притежава съответна структура. „В тази насока могат да се очертаят два основни фактора, които

създават този тип среда – общественно-икономическата система, респ. институциите, и социалната среда – семейство, различни групи и социални формирования” (Каменов, 2011). Те имат сериозно отражение върху *възпитанието* на отделните субекти. По своята същност то може да се дефинира като „възприемчивост, чувствителност на човека спрямо възпитателни и самовъзпитателни въздействия, способност да се самовъзпитава и превъзпитава, която е една от фундаменталните му социални свойства и съществена индивидуално-психическа характеристика” (Десев, 1999, с. 82). Възпитанието започва да се формира в най-ранна възраст, като от особено значение за осъществяването му е *семейната среда*. То представлява съвкупност от процеси, свързани с осъзнаването и приемането на определени норми, порядки и правила и в този смисъл изпълнява ролята на поведенчески регулатор.

Възпитанието и семейната среда до голяма степен определят избора на *образование* на даден субект. Това е процес, при който отделният индивид придобива съответни знания и умения, съдействащи за превръщането му в самостоятелна и социалноотговорна личност. В ранната възраст на човека, когато той все още не е пренаситен с информация, възможностите за нейното възприемане и обработване се смятат за най-големи. Една от техниките с най-висока ефективност за въздействие в това отношение е сугестопедията.² Съществена роля играят и *институциите* като част от моделиращата среда, тъй като чрез тях отделната личност придобива социален опит, даващ отражение върху проявата на активност.

Основните фактори са особено важни за развитието на креативността, но не бива да се пренебрегва или подценява и влиянието на т.нар. *допълнителни фактори*. Тук се включват *личностните качества* на отделните субекти и *трудовият колектив*.

Най-общо личностните качества са умения, които оказват голямо въздействие върху равнището на автмотивация, върху самооценката и външното оценяване.³ Те се придобиват въз основа на житейския опит на индивида и участието му в различни социални структури. Личностните качества дават възможност за изграждането на усет към съвременните тенденции, на далновидност и проницателност. Към тях могат да бъдат отнесени комуникативните, организационните, лидерските и професионалните качества, упоритостта и постоянството, гъвкавостта и адаптивността, уменията за работа в екип и др.

² Сугестопедията е открита от д-р Георги Лозанов през 60-те години на XX век. Тя се свързва с активизирането на неизползваните възможности на човешкия ум, изключвайки психологическото пренатоварване и стрес, които от своя страна ограничават проявата на креативност. Известна е още и като резервопедия (вж. по-подробно Lozanov, 2005, р. 11-18).

³ По въпроса за самооценката на субектите и степента ѝ на покритие с външното оценяване вж. Каменов, 2016, с. 4-7.

До известна степен върху усвояването на личностните качества оказва влияние и *трудовият колектив*, в който се развиват и работят субектите. Тази идея е залегнала в основата на теорията на Amabile, според която креативността се състои от четири компонента - три от тях са в зависимост от качествата на индивида: доминиращи умения в съответната сфера (т.нар. домейни), творчески умения и мотивация за изпълнение на задачи, а четвъртият е извън него – социалната среда, в която той работи (вж. Amabile, 2013, р. 3-4). Въздействието на тази среда може да се прояви по два начина - тя може да стимулира или да ограничава креативността. При първия вариант трудовият колектив показва, че цени новаторството и креативността, а при втория не допуска тяхната проява. Такъв тип общност се страхува от субекти с висок личностен потенциал. Обикновено това е породено от егоистични подбуди, стремеж към надмощие и произтичащия от тях нарцисизъм. Реализирането на тези варианти зависи от ценностната система на индивида и от утвърдените колективни ценности, т.е. степента на влияние на посочените фактори при отделните субекти е различна. Поради тази причина всеки от тях притежава определено равнище на креативност.

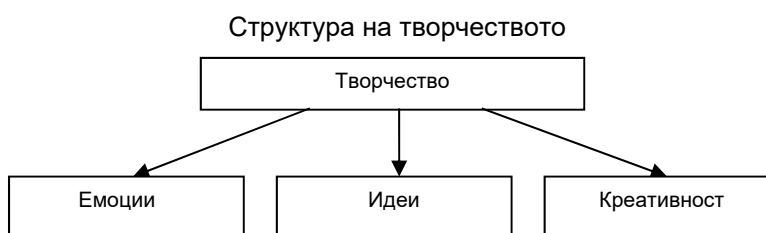
Въз основа на казаното дотук могат да се обобщят следните *характеристики на креативността*.⁴

- Тя е еманация на личностното развитие и израз на култивираната позитивна енергия.
- Изисква проектиране, задълбоченост, концентрация и добра памет.
- Предполага наличие на психологическа нагласа към създаване на нещо различно и уникално.
- За креативността не е характерен елементът „унифицираност“, тъй като тя конкретизира индивидуалните особености на субектите.
- Допринася за надмощване на съмненията в собствените качества и води до себеутвърждаване (самоуважение) и себerealизация (самоусъвършенстване).
- Показва афинитет към амбициозни предизвикателства, което говори за максимално влагане на личностен потенциал.
- Креативност се черпи от вдъхновение и поради тази причина може да се тълкува като спонтанна реакция на личността.
- Съдържа динамика, тъй като проявяването ѝ се свързва с повишено равнище на автомативация от страна на отделните субекти.
- Утвърждава гъвкаво поведение и адаптивност към промените на средата.
- Стремежът към създаване на нещо ново и различно носи известна доза критицизъм по отношение на утвърдените и стандартните модели.
- Креативността е вид отговорност. Създаването на нови материални и духовни ценности символизира оптимизъм, разширява кръгозора, улеснява процеса на работа, а това може да се тълкува като вид отговорност за бъдещето.

⁴ Посочените характеристики на креативността са становище на автора.

Много е важно да се направи разграничение между категориите „креативност“ и „творчество“. Креативността представлява нов подход, идея, вдъхновение, подтик или нагласа, на която се основава творчеството като процес на създаване на материални или духовни ценности. Понятието „творчество“ е с по-широк обхват. Креативността е част от него, но от значение са и други му компоненти - *емоциите* и *идеите*, всеки от които притежава определени особености (схема 2).

Схема 2



„*Емоциите* са форма на психическо отражение, позиционирани на границата между физическото измерение и саморегулирането в случаите на въздействие върху човека и поради тази причина имат пряка връзка с неговите потребности“ (Платонов, Голубев, 1977, с. 111). Излизайки от разграничаването им по отношение на техния заряд – положителни и отрицателни, могат да се наблюдават различни ситуации. В някои случаи двата типа емоции водят до еднакъв резултат, т.е. провокират творчески прояви от страна на субектите. Именно такива прояви имат пречистваща сила и дават възможност на индивидите да изразят отношението си към определено събитие или процес. Съществуват ситуации, при които негативните емоции възпрепятстват генерирането на творчески идеи. Те са характеризират със застой в личностното развитие, поради което при тях от решаващо значение е промяната в психологическата нагласа на индивида. Възможна е и оптимална ситуация, при която преживяването на позитивни емоции съдейства за стимулиране творческия потенциал на субектите. Реализирането на тези ситуации се определя от силата на конкретните емоции, от принципите и емоционалната зрялост на личността. Съществуват такъв тип субекти, предразположени към творческа дейност, при които липсват утвърдени граници по отношение на емоционалната им култура.

Чрез преживяването на различни емоции се раждат *идеите*. „Последните се отнасят до всяка мисловна позиция, състояние на ума, независимо дали става дума за изображение, влияние или волеви акт.“⁵ Във връзка с това идеите могат да се дефинират като виждания или схващания за начина, по който трябва да изглежда даден предмет или да се извършва определена дейност. Генерирането им изисква да бъдат налице следните условия:

⁵ <http://philosophy.tamu.edu/~sdaniel/682%20Readings/nadler%20ideas.pdf> (последен достъп 21. 06. 2016).

● *Ситуации*. Различните ситуации подтикват към изграждане на различни мисловни модели. Субектите оценяват и възприемат всяка от тях през призмата на своя собствена логика, като по този начин се изграждат техните нагласи и впечатления. Именно това дава отражение върху модела им на поведение.

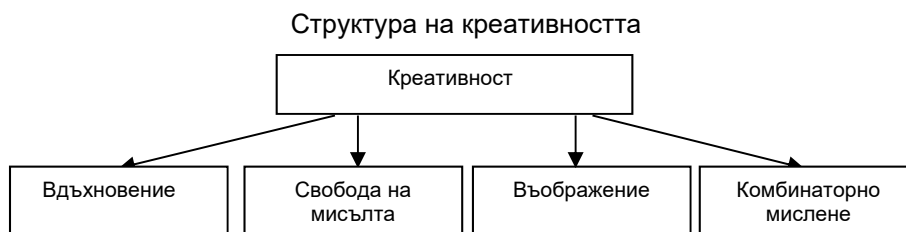
● *Натрупани знания и придобит опит в дадена област*. С най-големи възможности за генериране на нови идеи се характеризират субектите, които са носители на знания в определена област и непрекъснато работят върху личностното и професионалното си развитие. По този начин се развива усет и интуицията по отношение на актуални и ключови проблеми.

● *Способност за обособяване на връзка между ситуация, знания и опит*. Добрата подготовка не е единственото условие за генерирането на идеи. Необходимо е да се усъвършенства способността за изграждането на връзка между ситуация, знания и опит, които на пръв поглед могат да бъдат оценени като несъвместими. Обособяването на подобна връзка е вид предизвикателство, тъй като стимулира личностния потенциал на субектите в посока към утвърждаването на креативно поведение.

От казаното дотук може да се обобщи, че идеите съдържат познавателен, оценъчен, мотивационен, логически и планов елемент. При формирането им от голямо значение е да се анализират възможностите, необходимото за тяхната реализация време, получените резултати, развиването и усъвършенстването им в конкретна посока, както и обезпечаването им със съответните материални, финансови и човешки ресурси.

Изследвайки емоциите и идеите на субектите, трябва да се вземе под внимание и третият компонент от структурата на творчеството – *креативността*, която притежава своя специфична структура (схема 3).

Схема 3



Вдъхновението може да се определи като чувство, провокирано от даден обект, явление или предмет, което изпълнява ролята на движеща сила за повишаване на равнището на аутомотивация и социалната активност. Поради тази причина не могат да се предвидят моментът на проявление и неговата продължителност.

Свободата на мисълта е способността на индивидите да се абстрахират от налагането на контрол и граници по отношение на реализацията на

техните възгледи и идеи, поради което тя рефлектира осезаемо върху поведението им. От тази гледна точка могат да се открият два типа ситуации. При първата субектите проявяват пасивно поведение, провокирано от преднамереност в мислите. Така се създават ограничения, които понякога са реални, а в други случаи съществуват единствено в съзнанието на субектите.

Възможно е да се наблюдава и обратната ситуация. Характерно за нея е липсата на преднамереност от страна на субектите - те проявяват активност, увереност, целеустременост и развито *въображение*. Последното може да се дефинира като „създаване на нови образи в процеса на мислене въз основата на предишни възприятия и съществуващи концепции“ (Платонов, Голубев, 1977, с. 124). За целта субектите трябва да притежават високо равнището на информационна осигуреност, т.е. да имат познания и умения в дадена професионална област и богата обща култура. Наличието на такова равнище им позволява да анализират и синтезират голям обем информация, използвайки най-значимата част от нея, а липсата му възпрепятства проявата на въображение, респ. творческата активност. В някои случаи стимулирането на въображението изисква дистанциране от групи или други общности и концентриране върху определени детайли.

Съществуват два вида въображение. „Синтетичното въображение се ражда от опита и разума, а творческото – от всеотдайността към дадена цел“ (Хил, 1996, с. 183). Най-общо всеотдайността към дадена цел може да се интерпретира като процес, при който се наблюдава стремеж към постигане на определени резултати чрез максимално влагане на личностен потенциал. Това предполага индивидуален избор, преодоляване на собствената (вътрешна) и на външната съпротива. Всеотдайността към дадена цел се провокира от *ценностната система на личността, от повишеното равнище на аутомотивация* (вж. Каменов, 2009, с. 52-53) и *инициативност, както и от социалната и материалната значимост на целта*. От тази гледна точка всеотдайността към дадена цел може да бъде емоционална, социална и материална.

Наличието на повече от един тип всеотдайност е мощен стимулатор за развитието на творческото въображение. Последното не би могло да се прояви, ако субектите не владеят способността за *комбинаторно мислене*. По своята същност това е „начин на мислене, насочен към развитието на логически закони, финализиране на варианти, разгледани като явления или понятия“ (Попова, 2008, с. 428), в чиято основа са залегнали качества като гъвкавост, добра памет, системно мислене, анализиране и планиране. Ето защо комбинаторното мислене може да се разбира като процес на съчетаване на елементи, които първоначално изглеждат противоречиви, но разгледани като съвкупност, оказват съществено влияние върху крайния резултат в положителен аспект. В този смисъл от съществено значение е способността за промяна по отношение на логическата им подреденост.

При изследването на креативността е важно да се анализира тясната корелативна връзка между нея и определени групи ценности (*интелектуални,*

нравствени, емоционални, естетически), които най-общо могат да се интерпретират като мотив, предпоставка или двигател на социалната активност и развитие. По своята същност *нравствените ценности* кореспондират пряко с изконната същност на човека. Те са корективи, прилагани в конкретни ситуации с цел реализиране на ползи за обществото. Тези ценности се основават на личните морални устои на даден индивид, които от своя страна представляват виждания и убеждения за добро и зло. Във връзка с осъществяването на обществените процеси нравствените ценности могат да се разглеждат и като най-възвишени идеали, а креативността е начин за по-доброто им изпълнение. В обхвата им се открояват хуманността, взаимопомощта, милосърдието, подкрепата и др., като подходите за тяхното формиране могат да бъдат от различно естество – възпитание, убеждение, подражание и т.н.

Нравствените ценности са в тясна връзка с *емоционалните*, тъй като изграждането на голяма част от вътрешните правила на личността се осъществява посредством преживяването на конкретна емоция. Емоционалните ценности активират личностния потенциал. Такива ценности са емпатията, доверието, привързаността, емоционалната подкрепа, любовта и т.н.

Естетическите ценности също допринасят за проявата на креативност, тъй като при създаването на нещо ново субектите се осланят на собствените си виждания по отношение на красотата, установяването на определен ред и комбинирането на различни детайли. Важно е да се отбележи, че естетическите ценности се създават въз основа на зрителните възприятия, но влияние оказват също възрастта, културата и времето, в което се развива дадена личност.

Динамиката в съвременното общество налага все по-големи изисквания по отношение на потенциала на субектите. Формирането на *интелектуални ценности* предоставя възможност за осъществяване на различни дейности, от съществено значение за които е проявата на креативност. Тази група ценности въплъщава нестихващ стремеж към личностно развитие чрез обогатяване на познанията, изграждане на богата обща култура и широк светоглед, с което съдейства за създаване на професионалното портфолио на отделните субекти. Интелектуалните ценности позволяват да се филтрират множество идеи, фокусирайки се върху най-съществените, и до известна степен да се избягват някои грешки. Те оказват въздействие върху самочувствието, избора на средства и начините за постигане на целите.

От изложеното дотук може да се направи заключението, че наличието на посочените групи ценности - *интелектуални, нравствени, емоционални и естетически*, осигурява благодатна почва за психологическа подготовка на субектите за проява на креативно поведение, а тяхната липса сериозно ограничава възможностите за това. Когато тези ценности намерят място в поведението на даден човек, може да се стимулира равнището на личностната му ефективност, респ. проявата на креативност.

Предизвикателства пред екипната креативност

Някои личности могат да разгърнат креативния си потенциал единствено взаимодействайки си с други хора. Същевременно наличието на широк кръг специалисти - носители на различни типове креативност, създава разнообразие от варианти във връзка с решаването на даден проблем и компилирането на различни идеи. Това обуславя необходимостта от преориентиране на поведението от личностно към екипно и определя значимостта на феномена *екипна креативност*. При изследването на неговата същност екипът се разглежда като специфичен тип общност - „малка група от хора с допълнителни умения, които са свързани пряко при постигането на специфични общи цели, уникални резултати и организационно съвършенство чрез подход, за който се държат взаимно отговорни” (Каменов, Хаджиев, Маринова, 2005, с. 154). Най-ефективен е малкият екип, състоящ се от пет или шест човека – превишаването на този праг би могло да провокира размиване на идеите и промяна в посоката им на развитие. Разбира се, важно е да се вземе под внимание естеството и мащабите на конкретния проект или на идеите, които ще развива съответният екип, като при необходимост размерът му може да се редуцира. Работата в екип изгражда модел на поведение, основан върху ценности като колегиалност, гъвкавост, доверие, отговорност, сътрудничество, приспособимост към определени ситуации и характери, уважение и приемане на различните мнения. Именно поради тази причина се смята, че „екипното поведение е специфично по своето проявление и изпълнява ролята на своеобразен „катализатор” на формалното поведение, породено от формалните контакти и връзки, трансформирайки го в по-висока степен на социална активност и професионализъм при изпълнението на дейностите” (Каменов, 2009, с. 84).

Направените разсъждения позволяват *екипната креативност да се тълкува като съвместно атакуване на даден проблем, тема или идея и откриване на адекватно решение посредством максималното влягане на креативен потенциал от участниците в екипа*. Тя не означава единомислие или абсолютно съгласие. Наличието на различни виждания е източник за генериране на идеи. „Екипите преодоляват синдрома на „групово мислене”, който е разрушителен по отношение на качеството на вземаните решения” (Каменов, Хаджиев, Маринова, 2005, с. 151). Това от своя страна дава основание да се твърди, че екипната креативност е краен резултат от протичащите процеси и изпълнените задачи в съответния тип общност. Не съществува гаранция, че процесите в екипа винаги ще достигат до подобни резултати. Възможно е да се постигне добро равнище на екипна ефективност, което се основава на утвърдени дейности и модел на поведение. Ето защо „груповата (екипна) креативност може да се определи като добавъчен (допълнителен) тип задача, където всеки субект добавя индивидуалната си креативност към груповата” (Pirola-Merlò & Mann, 2004, p. 238).

Необходимо е обаче да се прави разграничение между понятията „*креативност в екипа*“ и „*екипна креативност*“ - първото засяга индивидуалната проява на различните субекти, докато второто се свързва с груповото участие при изясняването на даден въпрос, поради което предполага възникване на конкретни отношения. Екипната креативност не е сумарна величина от индивидуалната креативност на всички субекти в тази общност. Това се дължи на т.нар. синергичен ефект, провокиран от междуличностните отношения. В специализираната литература (вж. Дауни, 2008, с. 199-224; Рамчев, 2002, с. 329; Уитмор, 2005, с. 138-144; Воно, 1992, р. 77-85; 1988, р. 18-20; Paulus & Nijstad, 2003, р. 28-29, 111-115, 121-130, 160-174 и др.) са представени множество техники за постигане на екипна креативност: брейн-сторминг, синектика, морфологичен анализ, метод на „шестте мислещи шапки“, групов коучинг и др. Всяка от тях притежава специфика и има своите предимства и недостатъци.

Проявата на екипна креативност изисква да се спазва определена последователност от стъпки:

- *Създаване на екип.* При изпълнението на тази първа стъпка е от значение да участват субекти с различни характеристики – пол, възраст, равнище на компетентност, интелект и интереси. Това би предоставило възможност на членовете на екипа да се самоусъвършенстват и да научават нови неща, свързани с работата им чрез идеите на останалите.

- *Дефиниране на проблема или темата, върху която ще работи екипът.* Това изисква прецизен подбор в съответствие с разполагаемите възможности, тъй като с изясняването на тези въпроси се очертават плановете на екипа, неговата мисия и цели в различни времеви периоди.

- *Създаване на екипна среда за креативност.* Протичането на работния процес в определена среда за дълъг период възпрепятства креативните прояви, което налага да се извършат промени в някои детайли на работната среда - например пресъздаването на различна атмосфера, смяна на интериора, на гледката и т.н., които са предпоставка за креативно мислене. От особено значение е да бъдат обособени места за групово работно, осигуряващи среда за комуникация, обсъждане и приемане на идеите.

- *Записване на идеите.* Необходимо е да се записват всички идеи независимо от начина, по който изглеждат на пръв поглед, тъй като те могат да се превърнат в път към откриването на оптимален вариант за решение на даден проблем. В някои случаи поради причини от различно естество участниците в екипа не изпитват потребност да споделят идеите си. За да се избягнат такива ситуации, е важно да се поддържа *добро равнище на мотивация за споделяне на идеите*. Това може да се постигне чрез следните методи:

- да се анализират приоритетите на отделните членове на екипа – за едни те могат да са свързани с получаването на високо трудово възнаграждение, за други – с признание и възможности за личностно и професионално развитие, а за трети – със създаване на благоприятен социален климат в процеса на работа;

- периодично да се разнообразяват идеите – липсата на разнообразие до известна степен ограничава възможностите за проява на екипна креативност и внася усещане за рутина и монотонност в процеса на работа. Във връзка с това ръководителят трябва да умее да поставя пред членовете на екипа нови предизвикателства и да им предоставя свободно поле за действие;

- да се провокира желание за споделяне на идеите – този метод се основава на различни тактики, които по преценка на ръководителя могат да се прилагат от него поотделно или в комбинация: *подчертаване на значимостта на общата кауза, подкрепа, похвали*, а при необходимост и *градивна критика*;

- да се осигури среда за баланс на междуличностните и професионалните отношения – за тази цел е важно да се поддържа добро равнище на комуникация, като се спазва добрият тон, а правата и задълженията на участниците да са строго регламентирани. Във връзка с това е необходимо участниците да могат да разграничават личностното от длъжностното поведение (вж. Каменов, 2007, с. 17-20);

- да се възлагат отговорности – в такива ситуации субектите проявяват старание, за да запазят гласуваното им доверие;

- професионално признание – от значение е участниците да се чувстват оценени на базата на техния професионален потенциал и на усилията, които влагат.

● *Предоставяне на пространство и време за размисъл.* Ако третата стъпка налага създаването на среда за груповата работа с цел проява на екипна креативност, то тази стъпка изисква обособяването на места за индивидуална работа. Всеки от участниците в екипа трябва да разполага с работно пространство, в което да може да развие индивидуалната си креативност, като осмисли собствените си и чуждите идеи и прибави нещо ново към тях.

● *Селектиране и обвързване.* При тази стъпка вниманието се фокусира върху най-значимите идеи. Обсъждат се начините за тяхната реализация, компилират се различни идеи и така се осигурява приемственост по пътя към постигането на дадена цел. При реализацията на тези дейности не се допуска отпращане на остра деградивна критика от страна на ръководителя на екипа или на други участници, тъй като това може да рефлектира в негативен аспект върху чувството на увереност в собствените възможности. Една от основните пречки пред проявата на креативност не е липсата на потенциал и желание, а по-скоро страхът от провал, липсата на способност да се пренебрегват утвърдените вживдания, педантичността, самокритиката и външната критика.

● *Адаптиране на приетата идея или решение в конкретна среда.* При тази последна стъпка се извършва тестване, което показва равнището на ефективност, постигнато чрез екипната креативност.

При неудовлетворителни резултати е възможно стъпките да се повторят отново, като се акцентира върху друга идея, произтичаща от същия проблем.

*

В заключение може да се обобщи, че личностната и екипната креативност се утвърждават в съвременния динамичен свят като много важни специфични типове компетентност. За да могат да се проявят, е необходим определен период, а в някои случаи – и търпение от страна на отделните участници. Възможно е положените усилия да се увенчаят с неуспех, провокиран от особеностите на средата. Във връзка с това от голямо значение е да се полагат постоянни усилия по отношение на повишаването на потенциала и постигането на личностна зрялост, което ще се отрази положително върху уменията за работа в екип.

Използвана литература:

Дауни, М. (2008). Эффективный коучинг. Технологии развития организации через обучение и развитие сотрудников в процессе работы. Москва: „Добрая книга“.

Десев, Л. (1999). Педагогическа психология. С.: „Аскони-издат“.

Каменов, К. (2007). Власт - поведение и себедоказване на мениджъра. - Диалог, N 4.

Каменов, К. (2009). Управленски процес и мениджърско поведение. Велико Търново: „Абагар“.

Каменов, К. (2011). Моделираща среда и човешки потенциал. - Диалог, N 3, с. 17-30.

Каменов, К. (2015). Системата. - Икономика 21, год. V, кн. 1.

Каменов, К. (2016). Групови решения – поведенчески анализ.- Икономическа мисъл, N 1.

Каменов, К., К. Хаджиев, Н. Маринова (2005). Управленският процес и екипната дейност. С.: НБУ.

Попова, Т. Г. (2008). О важности развития комбинаторно-логического мышления старшеклассников. - Известия, РГПУ, N 24 (55), Санкт Петербург.

Платонов, К. К., Г. Г. Голубев (1977). Психология. Москва: „Высшая школа“.

Рамчев, К. (2002). Психология на управлението (Печелившият мениджмънт). Варна: УИ на ВСУ „Черноризец Храбър“.

Уитмор, Дж. (2005). Коучинг высокой эффективности/Новый стиль менеджмента, Развитие людей, Высокая эффективность. Москва: МАК.

Хил, Н. (1996). Психология на успеха 2 (Ключовете за постигане на успех и личностна реализация). С: „Хомо футурус“.

Amabile, M. T. (2013). Componential theory of creativity. – In: Kessler, E. H. (ed.). To appear in Encyclopedia of Management Theory. Harvard Business School.

Bono, E. (1988) Six Thinking Hats. Barcelona, Spain: Granica Editions.

Bono, E. (1992). Serious Creativity/Using the Power of Lateral Thinking to Create New Ideas. New York: Harper Collins Publishers Inc.

Lozanov, G. (2005). Suggestopaedia – Desuggestive Teaching. Communicative Method on the Level of the Hidden Reserves of the Human Mind. Vienna, Austria: International Centre for Desuggestology.

Paulus, P. B., B. A. Nijstad (2003). Group creativity/Innovation Through Collaboration. Oxford University Press Inc.

Pirola-Merlo, A., L. Mann (2004). The relationship between individual creativity and team creativity: aggregating across people and time. - Journal of Organizational Behavior. John Wiley & Sons Ltd.

Torrance, P. (1965). Scientific Views of Creativity and Factors Affecting Its Growth. - Creativity and Learning, Vol. 94, N 3.

Интернет източници:

http://www.adi.pt/docs/innoregio_creativity-en.pdf.

<http://philosophy.tamu.edu/~sdaniel/682%20Readings/nadler%20ideas.pdf>.

27.VI.2016 г.