

## СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9; 159.98

DOI: 10.17223/17267080/58/9

**В.И. Кабрин**

*Томский государственный университет (Томск, Россия)*

### **Креативное лидерство: транскультуральная перспектива**

Исследование выполнено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект 13-06-00592а «Исследование особенностей ценностно-смысловой и когнитивной сферы инновационно- и предпринимательски-ориентированной молодежи»).

*Формулируется проблема формирования креативного лидерства как специфического особого типа лидерства, необходимого для создания и обеспечения жизнеспособности организации нового типа. На основе предыдущих исследований удалось выделить две основные координаты его осуществления: способность ассимилятивно концептуализировать противоречия и парадоксы жизни; тенденция к децентрации от рефлексии себя как лидера к позитивному пониманию креативных возможностей команды. Это стало базой для формирования коммуникативно-концептуальной модели креативного лидерства, основанной на трансформации представлений о суперлидерстве и четырехмерной модели потенциализации достижений креативной личности. В этом контексте креативное лидерство понимается в качестве аутентичной коммуникации как первичного творчества и сотворчества лидера и членов его команды, становящихся при этом ко-лидерами единого творческого процесса в решении инновационных задач. Представлен опыт формирования таких способностей и компетенций у выпускников магистратуры Томского государственного университета.*

**Ключевые слова:** *креативное лидерство; суперлидерство; креативный процесс; децентрация; концептуализация; креативная среда.*

### **Постановка проблемы**

Развитие инновационной активности и предпринимательства в современных условиях ставит новые вопросы и открывает новые перспективы переосмысления традиционной проблемы лидерства. В кросскультурном и сравнительном исследовании инновационно- и предпринимательски-ориентированной молодежи и непредпринимателей были выявлены существенные различия в *качественной концептуализации* их личностно значимых коммуникативных миров [1, 2].

В психосемантике *ценностно-смысловых концептов* (ЦСК) «Я как лидер» и «Члены моей команды» структурная проблемно-ассимилятивная *концептуализация* у предпринимателей оказалась в три раза выраженнее,

чем у непредпринимателей. Это еще раз подтвердило релевантность и конструктивную валидность Метода психосемантического графа (МПСГ) в исследовании интенсивности креативно-личностного роста [1]. Вместе с тем между ЦСК «Я как лидер» и «Члены моей команды» в их комплиментарных отношениях также была выявлена отчетливая тенденция *психосемантической децентрации* в направлении членов команды с ростом предпринимательского опыта. Сопоставление этих двух тенденций позволяет более комплексно развернуть *гипотезу о коммуникативно-концептуальной природе и перспективе креативного лидерства* и возможностях его инициированного развития уже в условиях университетского образования, что является целью данной работы.

Актуальность и остроту проблемы формирования у будущих профессионалов именно «креативного лидерства» также подтверждают результаты нашего последнего исследования. Несмотря на оптимистичность гипотезы в контексте явно позитивных тенденций (имеется в виду растущая с опытом психосемантическая децентрация и креативная концептуализация), проблемная ситуация проявляется во всех исследованных группах: обнаружен самый низкий уровень психосемантической представленности трех из шести универсальных категориальных факторов – «интеллектуальной культуры», «творческого потенциала» и, особенно, субфактора «суперлидерство». В субфактор «суперлидерство» объединены конструкты респондентов, подчеркивающие «особый авторитет», «вдохновляющее влияние», «харизму» в отличие от традиционных функциональных характеристик лидера в широком смысле (включая и традиционные типы).

Мы обратили внимание на субфактор «суперлидерство», поскольку он гипотетически связан с перспективой исследования именно креативного лидерства. Выявленная проблема обещает стать хронической, если мы не пробудим рефлексию на уровне обыденного и профессионального сознания будущих выпускников ведущих университетов. Актуальность проблемы культивирования креативного лидерства, конечно, не ограничивается лишь развитием малого предпринимательства и «преобразованием образования» [3]. Это стратегический индикатор и одновременно *авангард* в формировании новой гармоничной культуры нового человека в новом обществе.

Следовательно, речь идет о *метасистемной проблеме общества в целом*, а поэтому не могут оставаться «до поры до времени в покое» его бюрократические, промышленные, корпоративные монстры больших организаций во избежание острых дисгармоний, провоцирующих хаос. Наиболее чувствительны к позитивному развитию в этом направлении корпоративные образования, которые давно готовы периодически обсуждать инновации, связанные хотя бы с «*распределенным лидерством*», начиная с теорий «человеческих отношений» и персонального участия в управлении технологическими процессами, информационными потоками и корпоративной культурой.

Есть попытки понять необходимость распределенного лидерства как более гибкого в современных условиях, которые по сути сводятся к адап-

тации старых моделей лидерства к новым условиям [4, 5]. Мы же имеем в виду реальное распределенное неформальное лидерство среди сотрудников разных уровней организации благодаря харизматической мудрости руководителя как суперлидера. Такие принимаемые и поощряемые инициативы с «живых точек» формируют особую иммунную сеть, которая является питательной средой для внедрения в большую организацию разветвленной системы собственно креативного лидерства. В этой статье мы не имеем возможности отвлекаться на почти столетнюю историю исследований лидерства и важных поучительных результатов этого пути. Интенсификация социально-экономических и социокультурных изменений заставляет их пересматривать и корректировать.

Даже гуманистическая психология и культура, не успев достичь аутентичной зрелости и социокультурной реализации [6, 7], сейчас легко редуцируется в позитивную психологию и корпоративную культуру, отвечающую вызовам времени [8, 9]. С учетом таких уроков необходимо решаться на опережающие прорывные проекты, имеющие макроперспективу, т.е. масштабный многомерный хронотоп, обладающий достаточным ресурсом для достижения подлинного социокультурного воплощения. Таким мы видим многогранный *проект креативного лидерства*.

### **Креативное лидерство как транскультуральная метапозиция и перспектива**

Креативное лидерство – это не просто еще один тип лидерства в ряду общеизвестных, хотя такая редукция была бы более воспринимаемой и понятной, особенно для руководителей разных уровней. Они легко бы согласились с тем, что такой особый тип лидерства, вероятно, эффективен для особых ситуаций и условий, но не всегда и не везде, что хорошо известно относительно классических типов (либерал, автократ, демократ) и неклассических тоже. Совсем другое дело, когда такая альтернатива в качестве перспективы предлагается для всех, всегда и везде. Здесь будет возникать растущее множество очень разных вопросов. На некоторые из них мы начнем отвечать в этом иницируемом проекте, тем более что пока мы избегали исходных определений и уточнений, надеясь на здравый смысл и интуицию читателя. Начнем с краткого исторического экскурса.

#### **Экскурс в историю трансформации концепта «суперлидерство»**

Предварительное замечание: в наших последних работах мы последовательно различаем «слова», термины – *концепт*, *конструкт* и их производные: идеи и категории. В соответствии с философско-историческим лингвистическим анализом *концепты* как смысловые зародыши идей являются частью, точнее, *неочевидным уровнем* реальности. Их можно открыть, хотя они часто сами открываются ментальному пространству личности, т.е. живут в ее *поэзисе* [10, 11]. Они индуцируют *конструирование*

(технос) понятий, категорий, *конструктов* – то, что необходимо цивилизованному человеку для дифференциации, конкретизации, технологизации явлений и событий реальности и оптимизации их возможного проектирования. Вопрос стоит не в противопоставлении гуманитариев и технократов, «физиков и лириков», поэтов и конструкторов, а в возможности понимания того, в какой степени и как каждый человек находится в «транзите»-трансе между этими уровнями реальной жизни.

В этом контексте концепт «суперлидерство», прорастая из глубины веков, открывался древним людям в качестве деяния богов, затем проявлялся в героях, в выдающихся исторических личностях, обладавших харизмой, таким своеобразным «даром богов». Лишь в прошлом веке в конкретных социально-психологических исследованиях этот концепт, очищенный от религиозного ореола, стал пониматься как универсальный социокультурный феномен «*лидерства*», доступный конструктивному описанию. Правда, при этом концепт «суперлидерство» в социометрических моделях претерпел естественную редукцию, даже девальвацию, когда его пытались интерпретировать через исторические реминисценции «макиавеллизма» и «серых кардиналов». При этом имелись в виду нередкие реальные случаи особой подверженности конкретного лидера группы влиянию со стороны «некоего» человека, не имеющего и не желающего иметь прямые контакты с другими членами группы.

До наших дней эти интерпретации на уровне обыденного исторического сознания сопровождаются анекдотами, которые должны бы побуждать к более глубоким исследованиям. И такие исследования и концепции стали оформляться на рубеже веков, однако путь развития представлений о суперлидерах как собственно *креативных* оказался непростым. Констатируем две социально-психологические ловушки. Продвинутый лидер умеет подбирать и готовить хороших преемников и последователей. Но эта корпоративная психология также была иронически отрефлексирована в обыденном сознании, поскольку по определению, часто декларируемому, лидер обладает преимущественным влиянием на членов группы с помощью своих психологических особенностей (странностей, акцентуаций). Даже если суперлидер «делает из последователей новых лидеров», принципиально мало что меняется [12]. Кажется, мы приближаемся к решению проблемы, если лидер сам, будучи творческой личностью, ориентирует последователей на выдвижение новых идей в атмосфере дружеских отношений и взаимной ответственности (А. Залезняк) [12]. И десять ярких метафор зрелой творческой личности лидера «трейблейзера», по J. Klagge [13], оставляют нас перед проблемой – как при этом будут трансформироваться члены группы в креативных именно лидеров.

Приближением к решению проблемы видится концепция «стейкхолдеров» – через поощрение творчества суперлидер формирует единую команду последователей, которые рассматривают цели организации как свои собственные и являются активными участниками лидерского процесса – возникает как бы командное лидерство [14, 15]. Тем временем остается

метафора радикального русского креатива В.С. Высоцкого: «Если вы хотите со мной, это значит не надо как я»...

Наконец, наиболее близкой к перспективному решению подготовки настоящих, т.е. креативных, суперлидеров представляется концепция Ч. Менза и Г. Симпса: «...суперлидер должен способствовать появлению «самолидерства» у подчиненных, исполняя роль не диктатора, а учителя и воспитателя: он поощряет их ставить собственные цели и не бояться совершать ошибки» [16].

Очевидно, что суперлидер не только искренне радуется и поощряет высокие креативные достижения своих коллег, но и реально выстраивает стратегию создания условий и доверительной атмосферы для того, чтобы они стремились превзойти его собственное результаты. В этом смысле такой человек, безусловно, *талантлив* и является мудрой *децентрализованной* сильной личностью, преодолевающей свои естественные эгоцентрические амбиции. Обнаруженная в наших исследованиях децентрация является ключевым свойством креативного лидера – суперлидера. В этом качестве она включена в предлагаемую здесь *концептуальную* гипотезу, похожую на концепцию *деидентификации* Р. Ассаджиоли [17]. Здесь духовная зрелость личности, реализовавшей свою индивидуацию, по К. Юнгу [18], является результатом бескомпромиссной внутренней работы личности, освободившей и высветившей свое *духовное Я* из эгоцентричной суеты, борьбы остальных субличностей человека за *практическое Я*.

Однако слабая рефлексия и артикулирование качественной коммуникации в своем значимом окружении обнаруживает тот «дефицит», который мы стремимся восполнить, переходя к коммуникативно-концептуальной модели *креативного лидерства* в контексте *концепта суперлидерства*, каким он открывается в современную эпоху.

### **Коммуникативно-концептуальная модель креативного лидерства**

Почему речь пойдет о *концептуальной* модели в заданном контексте, объясняется просто – потому что она происходит именно от *концепта*, а не от конструкта или категории лидерства. Интересно, что хотя вторая характеристика модели и воспринимается привычно, но на самом деле до сих пор не является очевидной. Уже более двух десятилетий мы пытаемся понять и исследовать подлинную, *аутентичную коммуникацию как первичный творческий процесс личности*. В романских языках и русском, с одной стороны, четко различаются термины «коммуникация» и «взаимодействие» (интеракция), но их по-прежнему используют как синонимы. Вместе с тем не случайно культура чаще понимается не как творческий, а как нормо-формативный процесс. В результате большинство работ по коммуникации перенасыщено физическими, экономическими и социокультурными стереотипами.

Для акцентирования внимания на величии первичной креативности личности в коммуникативном процессе я вынужден был ввести и отстаи-

вать особый термин «*транскоммуникация*» [19, 20]. Он означает аутентичную творческую коммуникацию, противопоставленную расхожим представлениям о нормативной, а значит, *фальсифицированной* коммуникации, синонимичной взаимодействию. Но в чем же такая острота проблемы? В разное время я пояснял ее разными способами [20], и сейчас попробуем обобщить.

Тело человека фатально погружено в физическое взаимодействие со средой вплоть до его исчезновения. Моменты творческого общения (психологический контакт или лучше – *Встреча*) всегда возможны, но никогда не гарантированы. Они предполагают психологически мотивированный или *свободный шаг личности навстречу* тому, с кем или чем она желает, готова, настроена, предрасположена встретиться. Поэтому, всегда взаимодействуя, мы не так часто *встречаемся*. Такой шаг предполагает и *возможность децентрации*. По В. Франклу, это момент *самотрансценденции* в сферу *иного, инакового, нового*. Всегда ли мы к этому готовы – ведь именно в такие *моменты истины* рождается *новый концепт*. Он рожден встречей через диалогический отклик (М.М. Бахтин) как *новый транс-смысл* или плодотворный момент транскоммуникации инаковых. Происходят взаимные транзиты их смыслов друг в друга – совершается их «перемешивание» *без смешивания!* [21].

Эту загадку, точнее тайну, оставил нам один из первых опальных древнегреческих философов – Анаксагор. Ее игнорирование до сих пор приводит к философским недоразумениям и неразрешимым противоречиям [22]. Концепт – от лат. *conserptus*, происходящего от глагола *conserpere* – «зачинать». Поэтому до сих пор его адекватное понимание связывают с метафорическим словосочетанием «смысловой зародыш». Сперматозоид, попавший в яйцеклетку, уже не сперматозоид, но по-прежнему хранитель или символ аутентичной информации как инварианта. Так же как и оплодотворенная яйцеклетка уже не яйцеклетка, хотя и хранительница прежней «инвариантной информации». При всем этом рождается *новый плод* как смысловой зародыш. Этот пример – не случайная ассоциация, а сущностный момент плодотворной встречи – транскоммуникации, объединяющей натуру и культуру, где «перемешивание» так же не ведет к смешиванию. Остаются аутентичными живущая натура и символическая культура! Это не противоречие – но что?

Не случайно для древних и плодородие, и символические обряды, прежде всего, были актами *метакоммуникации*, источником которой считалось *соучастие высших сил*. Я не готов анализировать проблему, не решенную в многовековой ретроспективе великими мыслителями, но извлечь урок для поставленной в этой работе задачи коммуникативно-концептуального моделирования креативного лидерства я обязан. Давно предложенная Г. Уоллесом четырехфазная схема творческого процесса сама исторически выглядит перспективно плодотворной и креативной. В ней гармонично объединяются культура и натура, не в механистичном, а

в транскомуникативном смысле Встречи (вертикальной, т.е. восходящей и нисходящей транскомуникации).

Фазе предрасположенности к чувствованию творцом проблемы соответствуют встреча и влюбленность, вплоть до зачатия нового.

Фазе поглощающего увлечения накоплением новой информации соответствует упорное, настойчивое «вынашивание» (беременность).

Фазе озарения и инсайта соответствуют роды.

Фаза «социализации» культурного и научного оформления и признания творческого продукта соответствует признанию социального статуса и достойного воспитания ребенка [23].

Эта концептуальноемкая и по сути внутренне транскомуникабельная схема креативного процесса потенциально холистична и как минимум четырехмерна. Поэтому она удивительно корреспондирует и соотносима с более поздней, также четырехмерной, но димензионально (континуально) биполярной типологией Майерс–Бриггс, основанной на базовых психологических типах и функциях концепции Г. Юнга<sup>1</sup>. Последователи этой типологии – О. Крегер и Дж.М. Тьюсон резюмируют: «МВТИ основан на выявлении двух различных способов пополнения запасов энергии и сосредоточения внимания (шкала экстраверсия – интроверсия), двух противоположенных способов сбора информации (шкала сенсорность – интуиция), двух различных способов принятия решений (шкала мышление – чувствование) и двух различных способов организации своего взаимодействия с внешним миром (решение – восприятие). Таким образом, существуют четыре основных шкалы предрасположенностей, три из которых основаны непосредственно на Типологии Юнга, четвертая (решение – восприятие) – добавлена на основе исследований Изабель Майерс» [24].

Видим, что, несмотря на другую терминологию, основания этой классификации по глубинному смыслу аналогичны фазам-векторам схемы креативного процесса Г. Уоллеса. Поэтому не случайно относительно быстро О. Крегером в содружестве с выраженным креативом сферы искусства Д. Голдстейном была представлена книга «Творческая личность: как использовать сильные стороны своего характера для развития креативности». Авторы делают обобщение даже в известном контексте гуманистической психологии креативности А. Маслоу и К. Роджерса [6, 7]. Они утверждают: «...мы все от природы креативны... пробудить свою прирожденную креативность никогда не поздно» [25. С. 20–21]. При этом речь идет не об общем, несколько абстрактном утверждении. Авторы убедительно показывают, что креативность человека красной нитью проходит через все 16 основных (четырёхмерных) психотипов. В то же время каждый профиль психотипа раскрывает неповторимый тип, а может, и *архетип креативности*.

Приведем здесь лишь обобщенную схему [Там же. С. 59].

---

<sup>1</sup> «Синтез «практической ориентации» дочери с «теоретическим уклоном» матери и годы кропотливых, более чем десятилетних исследований привели к созданию Индикатора типов Майерс – Бриггс (Myers-Briggs Type Indicator – МВТИ) [24].

<b>ISTJ</b> Организатор (Organizer)	<b>ISFJ</b> Помощник (Facilitator)	<b>INFJ</b> Вдохновитель (Inspirer)	<b>INTJ</b> Провидец (Visionary)
<b>ISTP</b> Мастер (Crafter)	<b>ISFP</b> Придумщик (Dreamer)	<b>INFP</b> Созерцатель (Muser)	<b>INTP</b> Аналитик (Idea Mill)
<b>ESTP</b> Непоседа (Adventurer)	<b>ESFP</b> Аниматор (Entertainer)	<b>ENFP</b> Медиатор (Socializer)	<b>ENTP</b> Изобретатель (Brainstormer)
<b>ESTJ</b> Реалист (Realist)	<b>ESFJ</b> Учитель (Teacher)	<b>ENFJ</b> Увещатель (Persuader)	<b>ENTJ</b> Командир (Commander)

Бросятся в глаза формулировки, прямо указывающие на креативное лидерство. Все это пространство креативных типов последовательно и деликатно строится на базе четырех исходных вопросов:

1. Откуда вы черпаете энергию и на что ее направляете?
2. Как вы собираете информацию об окружающем мире?
3. Как вы принимаете решения?
4. Каков ваш образ жизни?» [Там же].

Эта база *креативных психотипов* по глубинному смыслу соответствует (не тождественна) четырехмерному хронотопу модусов жизни и сознания человека. Они в качестве *экзистенциальных модусов переживания порталов осознания* [10, 26] актуализируют поле *креативного состояния сознания* личности (КСС), объединяющего возможный основной спектр измененных состояний сознания (ИСС) с базовым бодрствующим сознанием. Скорее всего, это происходит в силу сохранности в нем *транскоммуникативной метапозиции* в отношении «множественности» очевидных (физических) и неочевидных (духовно-душевных) реальностей.

Речь уже идет о *работе с трансперсональной реальностью*, на которую здесь мы можем лишь сослаться, имея в виду, прежде всего, труды М. Мерфи, Ст. Грофа, К. Уилбера [27–29]. Уже два десятилетия я исследую и анализирую на базе *экспериментальных<sup>2</sup> групп порталы осознания как психологические переходы, или эмердженции, душевно-духовного и физического: Времени* нового жизнеосуществления; *Пространства* возможных решений; полицентрического «многообразия» *Информации*; универсальной преобразуемости *Энергии*. Освоение этих порталов, расширяющих поле креативного состояния сознания личности, делает саму личность креативной и ориентированной на творческие достижения в любой сфере и в зависимости от профиля психотипической предрасположенности по MBTI.

Заострим и «заземлим» эту динамическую экзистенциально-трансцендентальную метафору, поскольку она по смыслу согласуется и с выделенными мной *фазами потенциализации достижений* творческой личности и креативного лидерства. Эти фазы имеют общую *транскоммуникативную природу, интенсифицирующую смысловые связи* и ноэтиче-

<sup>2</sup> От experiential (англ.) – основанный на опыте.



скую конгруэнтность культуры и природы человека. Имеется в виду потенциализация творческой встречи, а поскольку встреча всегда связана с новым, неизвестным, Р. Мэй связывает ее с «мужеством творить» [30].

*Первая фаза* – отвага сделать первый шаг навстречу неизвестному и принятие его в интимное пространство – связана со *стресс-мобилизацией* (так, зародыш первоначально вызывает интоксикацию и иммунную мобилизацию).

*На второй фазе* генерализованная стресс-мобилизация вызывает повышенную поисковую активность, а накопление новой информации приводит к *реориентации* (ситуативной или стратегической).

Третья фаза – кардинальная ситуативная или стратегическая *трансформация* позиции и формы (метаморфоза) с найденными новыми решениями.

Четвертая фаза – освоение *жизни в новой позиции и форме* в связи с достигнутыми результатами, оформление ее социокультурного значения [31].

Эта модель обозначена в виде формулы *стресс-трансформация* (СТФ) в отличие от транс-стресс-формации (ТСФ), когда креативная потенциализация блокируется нечувствительностью к проблеме, неадекватным оптимизмом и фрустрируется усиливающимся дистрессом. Этот четырехмерный цикл преобразующей человека встречи с новым включает четырехмерный универсум *пиковых транскоммунитивных переживаний*, которые могут быть релевантными индикаторами интенсивности и качества потенциализации жизни, что потенциально связано с инициацией креативного лидерства.

Первая фаза-вектор переживается как *катарсис* – «изумление» новым неизвестным, освобождающим, «очищающим» от «старого», уходящего на задний план.

Вторая фаза-вектор переживается как *импринтинг* – замороженная поглощенность принятием и познанием нового.

Третья фаза-вектор – трансформация, метаморфоза – проявляется в *экстенсивных* переживаниях, предынсайтных порывах *выразить невыразимое новое*.

Четвертая фаза-вектор воплощает *инсайтное просветление*, вдохновение, окрыляющее жизнь в новой форме [26, 31].

Поскольку эти измерения жизни креативной личности имеют транскоммунитивную природу и перспективу, творческое отношение к проявлениям мира и «другим» людям может быть единым творческим процессом креативного лидерства. Человек, чувствующий и переживающий инициативу в себе (в отношениях с проблемами), так же естественно может переживать, принимать и ценить ее в других людях. В целом можно говорить об *экзистенциальном креативном лидерстве* человека, осуществляющего и свое личное, и общее предназначение. То, что в широком смысле З. Луиджи называет «созиданием души», причем не только своей, но и коллективной (К. Юнг), когда есть *свобода*, но нет произвола выбора, ибо есть *предназначение*. То, что звучало пафосно у П. Тиллиха (мужество

быть), у З. Луиджи (героизм предназначения) может становиться естественно аутентичным в экзистенциальном креативном лидерстве личности в транскоммуникативных переживаниях, преобразующих жизнь, и в атмосфере креативного ко-лидерства [32].

### **Заключение: креативная среда**

Для качественного совершенствования среды постиндустриального инновационного общества необходимо готовить креативных лидеров уже на уровне выпускников университетов, а скорее всего, и гораздо раньше. На своем личном исследовательско-преподавательском опыте я убедился, что эффективнее всего начинать это с первых занятий, когда вчерашние абитуриенты полны *ожиданием новизны* и еще не разыграли привычные школярские рефлексy. Обобщая свой опыт, я вижу, что это возможно, если сами преподаватели, тренеры, консультанты обнаруживают себя креативными лидерами, разделяя при этом общий трансформационный риск со студентами. Убедился, что этот шанс есть и в работе с магистрантами, опять же при использовании импульса новизны на первых занятиях. Лишь один пример: при ассимиляции обязательного в образовательном стандарте учебного курса «Отрасли психологии, психологические практики и психологические службы», который мог оказаться рутинным и скучным для магистрантов, я с первых дней занятий доверил каждому подготовить личную модификацию и апробацию в учебной группе любой заинтересовавшей магистранта психологической практики, актуализирующей и развивающей самые разные стороны личности. По сути, каждому предлагалось провести с группой занятие в качестве креативного лидера.

На глазах, от занятия к занятию менялась креативная позиция, ответственная отзывчивость и отзывчивая ответственность, расширялся диапазон приемлемости, уважения, доверия друг к другу; в группе возникала особая креативная психологическая атмосфера с растущим переносом ее и на другие дисциплины; складывались условия междисциплинарного, трансфессионального видения ключевых психологических проблем – психофизической, психофизиологической, психопрактической и психоэтической; рушились барьеры между физикой, биологией, лингвистикой, философией и теологией. Далее выстраивалась система раскрытия креативного потенциала личности магистранта от интенсивного погружения в первичную Встречу до самостоятельного формирования креативного мира в группе для реализации прорывного проекта [33, 34]. Недавно я услышал подтверждение эффекта этой стратегии, когда успешный молодой предприниматель сказал, что команда чаще важнее идеи.

Но такой эффект трансфессионального синтеза реален, видимо, в результате системной синергии креативной активности основных преподавателей магистратуры. Иными словами, для получения долгосрочного (может быть, необратимого) эффекта формирования креативного лидерства магистрантов необходимы актуализация и поддержка трансфессионально-

го креативного лидерского потенциала самих преподавателей. Позитивные следствия мы всегда получаем в групповой супервизии преподавателей различных профессий, например в форме «балинтовских групп», где органично включаются эпизоды (этюды) в виде синектических креативных групп [35].

Полагаю, что были бы перспективными специальные креативные тренинги от универсального «ритм-синтеза» до эстетических динамических медитаций-путешествий в мыслеобразах [31, 36]. Думаю, что такой репертуар потенциализации креативного лидерства преподавателя ограничивается только гибкими пределами целесообразности [37].

### *Литература*

1. Кабрин В.И., Сметанова Ю.В., Звездина Е.А. Пилотное исследование транскультуральной психосемантики личносно значимых коммуникативных миров инновационно- и предпринимательски ориентированной молодежи // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 394. С. 211–219.
2. Кабрин В.И., Сметанова Ю.В., Звездина Е.А. Сравнительное исследование психосемантики тенденций развития предпринимательства в сибирском регионе в транскультуральном контексте // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 400.
3. Акофф Р., Гринберг Д. Преобразование образования. Томск : Издательство Томского государственного университета, 2009. 196 с.
4. Малоун Т. Ключевые способности для распределенного лидерства. URL: [http://www.elitarium.ru/2009/12/25/raspredelennoje\\_liderstvo.html](http://www.elitarium.ru/2009/12/25/raspredelennoje_liderstvo.html)
5. Malone T.W., Laubacher R., Morton M. *Inventing the Organizations of the 21st Century*. Cambridge, MA : MIT Press, 2003. 456 p.
6. Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. М. : Альпина Нон-фикшн, 2011. 496 с.
7. Роджерс К. Становление личности : Взгляд на психотерапию. М. : Эксмо-Пресс, 2001. 415 с.
8. Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимальных переживаний. М. : Смысл: Альпина нон-фикшн, 2013. 461 с.
9. Селигман М. Путь к процветанию: Новое понимание счастья и благополучия. М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2013. 440 с.
10. Кабрин В.И. Транскомуникабельность ценностно-смысловых концептов и когнитивно-конструктивных решений творческой личности (введение в ноэтический антропоэзис) // Сибирский психологический журнал. 2014. № 54. С. 158–176.
11. Сурина Т.В. Поэзис как архетип культуры // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 316. С. 67–70.
12. Бендас Т.В. Психология лидерства. СПб. : Питер, 2009. 448 с.
13. Klagge J. Defining, discovering and developing personal leadership in organizations // *Leadership and organization development journal*. 1996. Vol. 17, № 5. P. 38–45.
14. Кудряшова Е.В. Лидерство как предмет социально-философского анализа : дис. ... д-ра филос. наук. М., 1996. 359 с.
15. Lloyd B. A new approach to leadership // *Leadership and organizational development journal*. 1996. Vol. 17, № 7. P. 29–32.
16. Manz C., Sims H. Leading Workers to Lead Themselves: The Eternal Leadership of Self-managed Work Teams // *Administrative Science Quarterly*. 1987. № 32.
17. Ассаджиоли Р. Психосинтез: принципы и техники. М. : Психотерапия, 2008. 384 с.
18. Юнг К.Г. Структура психики и архетипы. М. : Академический проект, 2013. 328 с.

19. Кабрин В.И. Транскоммуникация и личностное развитие. Томск : Изд-во Том. ун-та, 1992. 256 с.
20. Кабрин В.И. Коммуникативный мир и транскоммуникативный потенциал жизни личности: теория, методы, исследования. М. : Смысл, 2005. 248 с.
21. Микалко М. Креативный взрыв. Минск : Попурри, 2014. 256 с.
22. Налимов В.В. Спонтанность сознания: Вероятностная теория смыслов и смысловая архитектура личности. М. : Академический проект: Парадигма, 2011. 399 с.
23. Любарт Т. Психология креативности. М. : Когито-Центр, 2013. 215 с.
24. Крегер О., Тьюсон Дж. Типы людей: 16 типов личности, определяющих, как мы живем, работаем и любим. М. : Персей: Вече, АСТ. 544 с.
25. Крегер О., Годстайн Д. Творческая личность: как использовать сильные стороны своего характера для развития креативности. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 416 с.
26. Кабрин В.И. Антропоцентрическая или ноэтическая эмерджентность сознания // Сибирский психологический журнал. 2013. № 50. С. 17–37.
27. Мерфи М. Будущее тела: Исследование дальнейшей эволюции человека. М. : РИПОЛ классик, 2010. 912 с.
28. Гроф Ст. За пределами мозга. М. : Изд-во Трансперсонального института, 2005. 504 с.
29. Wilber K. Integral psychology: consciousness, spirit, psychology, therapy. Boston and London : Shambhala, 2000. 386 p.
30. Мэй Р. Мужество творить: Очерк психологии творчества. М. : Институт общегуманитарных исследований, 2012. 160 с.
31. Кабрин В.И. Комплекс психологических практик развития психологического потенциала достижений личности. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2011. 116 с.
32. Луджи З. Созидание души. М. : ПЕР СЭ, 2004. 205 с.
33. Анзлгейт Л. Прорывные инновации, или Использование дестабилизирующих факторов себе во благо. URL: <http://hbswk.hbs.edu>
34. Финкельштейн С., Лотон Т., Харви Ч. Стратегия прорыва. М. : Companion Group, 2007. 336 с.
35. Буш Г. Диалогика и творчество. Рига : АВОТС, 1985. 318 с.
36. Роджерс Н. Творческая связь: Исцеляющая сила экспрессивных искусств. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. 336 с.
37. Поддьяков А.Н. Компликология: Создание развивающих, диагностирующих и деструктивных трудностей. М. : Дом Высшей школы экономики, 2014. 278 с.

*Поступила в редакцию 01.09.2015 г.; принята 13.10.2015 г.*

**КАБРИН Валерий Иванович**, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии личности, научный руководитель Лаборатории психологических практик факультета психологии Томского государственного университета.  
E-mail: kabrin@list.ru

#### **THE CREATIVE LEADERSHIP: TRANSCULTURAL PROSPECT**

*Siberian journal of psychology*, 2015, 58, 121-135. DOI: 10.17223/17267080/58/9

**Kabrin Valery I.**, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: kabrin@list.ru

**Keywords:** creative leadership; superleadership; creative process; decentration; conceptualization; creative environment.

Development of innovative activity and entrepreneurship in the modern conditions poses new questions and opens prospects for a rethinking of traditional problems of leadership. Based on recent psychosemantic studies of some leading entrepreneurs their distinctive char-

acteristics were identified: considerably expressed conceptualization of the main and key psychosemantic communicative worlds: "I am as a leader" and "Members of my team". The intensity of conceptualization was understood as expressiveness among the leaders of conceptual assimilation of burning problems and contradictions. The second difference consists in a more expressed decentration of psychosemantic focus of attention of the leaders to the world of "Members of my team".

Article is devoted to the formation and the proof of a hypothesis of the communicative and conceptual nature of creative leadership and opportunities of its development in the conditions of university education.

The concept of creative leadership comes to light through the analysis of historical transformation of ideas of a superleadership phenomenon. In the long term developments of the concept of "superleadership", a concept of "creative leadership" is considered as a breakthrough project and a new transcultural metaposition and metaperspect in development of a new psychological environment for creative groups as an opportunity to overcome the chronic presence of traditional concepts of leadership at textbooks which stopped being relevant to modern living conditions.

Creative leadership is understood as an authentic communication as primary creativity and coauthorship of a leader with his employees. Employees thus gradually and naturally become co-leaders of a unified creative process in finding solutions for innovative tasks.

The concept of creative leadership organically incorporates the classical scheme of creative process by G. Wallace and the modern multidimensional typological model of a creative person by O. Kreger and D. Goldstein based on psychological typology and a method Myers – Briggs (MBTI). The conceptual scheme of creative leadership is specified by means of the Model of escalation of achievements of a creative person developed by us earlier. It has a four-dimensional structure including *stress-mobilization* when encountering the Unknown, *reorientation* on the basis of search activity and immersion in the New, *transformation* of a position due to new discovered solutions and *development* of a new way of life in a new position and form.

At this stress-trance-formation a creative leader shares risks of transformation and responsibility with participants who become his creative co-leaders. It results in a high-quality transformation of the psychological and creatively oriented environment of the team working on a breakthrough project. The article also presents the experience of formation of such abilities and competences of Master's program graduates at Tomsk state university.

## *References*

1. Kabrin, V.I., Smetanova, Yu.V. & Zvezdina, E.A. (2015) Pilot research of transcultural psychosemantics of personally important communicative worlds of innovationand entrepreneurship-oriented youth. *Vestnik Tomskogo gos-udarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 394. pp. 211-219. (In Russian).
2. Kabrin, V.I., Smetanova, Yu.V. & Zvezdina, E.A. (2015) A comparative study of psychosemantics of entrepreneurship development trends in Siberian region in transcultural context. *Vestnik Tomskogo gos-udarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 400. (In Russian).
3. Akoff, R. & Grinberg, D. (2009) *Preobrazovanie obrazovaniya* [Transformation of Education]. Tomsk: Tomsk State University.
4. Malone, T. (2009) *Klyuchevye sposobnosti dlya raspredelenного liderstva* [Key abilities for distributed leadership]. [Online] Available from: [http://www.elitarium.ru/2009/12/25/raspredelennoje\\_liderstvo.html](http://www.elitarium.ru/2009/12/25/raspredelennoje_liderstvo.html).
5. Malone, T.W., Laubacher, R. & Morton, M. (2003) *Inventing the Organizations of the 21st Century*. Cambridge, MA: MIT Press.
6. Maslow, A. (2011) *Novye rubezhi chelovecheskoy prirody* [New frontiers of human nature]. Translated from English by G. Ball, A. Popogrebskiy. Moscow: Al'pina Non-fikshn.

7. Rogers, K. (2001) *Stanovlenie lichnosti: Vzgl'yad na psikhoterapiyu* [Formation of personality: A look at psychotherapy]. Translated from English by M.Zlotnik. Moscow: Eksmo-Press.
8. Csikszentmihalyi, M. (2013) *Potok: Psikhologiya optimal'nykh perezhivaniy* [Flow: The Psychology of Optimal Experience]. Translated from English by E.Perova. Moscow: Smysl: Al'pina non-fiksh.
9. Seligman, M. (2013) *Put' k protsvetaniyu: Novoe ponimanie schast'ya i blagopoluchiya* [Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being]. Translated from English by E. Mezhevich, S. Filin. Moscow: Mann, Ivanov i Farber.
10. Kabrin, V.I. (2014) Transcommunicative quality of axiological and semantic concepts and cognitive-constructive decisions of the creative personality (introduction to noetic anthropopoiesis). *Sibirskiy psikhologicheskii zhurnal – Siberian Journal of Psychology*. 54. pp. 158-176. (In Russian).
11. Surina, T.V. (2008) Poesis as the archetype of culture. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 316. pp. 67-70. (In Russian).
12. Bendas, T.V. (2009) *Psikhologiya liderstva* [Leadership Psychology]. St. Petersburg: Piter.
13. Klagge, J. (1996) Defining, discovering and developing personal leadership in organizations. *Leadership and organization development journal*. 17(5). pp. 38-45. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/01437739610127504>
14. Kudryashova, E.V. (1996) *Liderstvo kak predmet sotsial'no-filosofskogo analiza* [Leadership as a subject of socio-philosophical analysis]. Philosophy Doc. Diss. Moscow.
15. Lloyd, B. (1996) A new approach to leadership. *Leadership and organizational development journal*. 17(7). pp. 29-32. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/01437739610148358>
16. Manz, C. & Sims, H. (1987) Leading Workers to Lead Themselves: The Eternal Leadership of Self-managed Work Teams. *Administrative Science Quarterly*. 32.
17. Assagioli, R. (2008) *Psikhosintez: printsipy i tekhniki* [Psychosynthesis: principles and technology]. Translated from English by E.Perova. Moscow: Psikhoterapiya.
18. Jung, C.G. (2013) *Struktura psikhiki i arkhetypy* [The structure of the psyche and the archetypes]. Translated from German by T. Rebeko. Moscow: Akademicheskii proekt.
19. Kabrin, V.I. (1992) *Transkommunikatsiya i lichnostnoe razvitiye* [ITC and personal development]. Tomsk: Tomsk state University.
20. Kabrin, V.I. (2005) *Kommunikativnyy mir i transkommunikativnyy potentsial zhizni lichnosti: teoriya, metody, issledovaniya* [Communicative world and transcommunicative potential of personal life: Theory, methods, research]. Moscow: Smysl.
21. Mikalko, M. (2014) *Kreativnyy vzryv* [Creative explosion]. Minsk: Popurri.
22. Nalimov, V.V. (2011) *Spontannost' soznaniya: Veroyatnostnaya teoriya smyslov i smyslovaya arkhitektonika lichnosti* [Spontaneous Mind: The Probabilistic Theory of Meaning and the Meaning Architectonics of the Personality]. Moscow: Akademicheskii proekt: Paradigma.
23. Liubard, T., Mushiru, K., Torjman, S. & Zenasni, F. (2013) *Psikhologiya kreativnosti* [Psychology of creativity]. Translated from English by D. Lyusin. Moscow: Kogito-Tsentr.
24. Kroeger, O. & Thuesen, J. (2005) *Tipy lyudey: 16 tipov lichnosti, opredelyayushchikh, kak my zhivem, rabotaem i lyubim* [Type Talk: The 16 Personality Types That Determine How We Live, Love, and Work]. Translated from English by Yu.YU. Stupak. Moscow: Persey: Veche, AST.
25. Kroeger, O. & Godstein, D. (2014) *Tvorcheskaya lichnost': kak ispol'zovat' sil'nye storony svoego kharaktera dlya razvitiya kreativnosti* [Creative personality: how to use the strengths of his character for the development of creativity]. Translated from English by S. Kirova. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber.
26. Kabrin, V.I. (2013) Anthropocentric or noetic emergency of consciousness. *Sibirskiy psikhologicheskii zhurnal – Siberian Journal of Psychology*. 50. pp. 17-37. (In Russian).

27. Murphy, M. (2010) *Budushchee tela: Issledovanie dal'neyshey evolyutsii cheloveka* [Of the Body: Explorations into the Further Evolution of Human Nature]. Translated from English by M. Oshurkov, A. Slivkova, L. Mikhaylova, O. Chernyak, M. Dremin. Moscow: RIPOL Klassik.
28. Grof, St. (2005) *Za predelami mozga* [Outside of the Brain]. Moscow: Institute of Transpersonal.
29. Wilber, K. (2000) *Integral psychology: consciousness, spirit, psychology, therapy*. Boston and London: Shambhala.
30. Mae, R. (2012) *Muzhestvo tvorit': Ocherk psikhologii tvorchestva* [Courage to do: Essay on the psychology of creativity]. Translated from English. Moscow: Institute for Humanities Research.
31. Kabrin, V.I. (2011) *Kompleks psikhologicheskikh praktik razvitiya psikhologicheskogo potentsiala dostizheniy lichnosti* [The complex of psychological practices of psychological capacity-building of personal achievements]. Tomsk: Tomsk State University.
32. Luigi, Z. (2004) *Sozidanie dushi* [Creation of the soul]. Translated from Italian by L. Kochubeeva. Moscow: PER SE.
33. Applegate, L. (n.d.) *Proryvnye innovatsii, ili Ispol'zovanie destabiliziruyushchikh faktorov sebe vo blago* [Breakthrough innovations or use of destabilizing factors for their own benefit]. [Online] Available: <http://hbswk.hbs.edu>.
34. Finkelstein, S., Lawton, T. & Harvey, Ch. (2007) *Strategiya proryva* [Breakthrough Strategy]. Translated from English. Moscow: Companion Group.
35. Bush, G. (1985) *Dialogika i tvorchestvo* [Dialogic and work]. Riga: AVOTS.
36. Rogers, N. (2015) *Tvorcheskaya svyaz': Istselyayushchaya sila ekspressivnykh iskusstv* [The Creative Connection. Expressive Arts as Healing]. Translated from English by A. Orlov. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber.
37. Podd'yakov, A.N. (2014) *Komplikologiya: Sozdanie razvivayushchikh, diagnostiruyushchikh i destruktivnykh trudnostey* [Complicology. Creating develop, diagnose and deconstructively difficulties]. Moscow: HSE.

*Received 01.09.2015;*

*Accepted 13.10.2015*