

Матвеева Алла Ивановна

д-р филос. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

DOI 10.31483/r-168512

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА РУКОВОДИТЕЛЕЙ В ВОЗРАСТЕ 23–35 ЛЕТ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация: статья посвящена эмпирическому изучению креативного потенциала руководителей молодого возраста как ключевого ресурса эффективного управления в условиях неопределённости внешней среды. На выборке 100 руководителей в возрасте 23–35 лет (61 женщина, 39 мужчин) проведена комплексная диагностика вербальной, образной и управленческой креативности с использованием теста отдалённых ассоциаций С. Медника в адаптации А.Н. Воронина, теста Э. Торренса и авторской анкеты «Креативный потенциал руководителя». Установлено, что интегральный индекс креативного потенциала у женщин-руководителей статистически значимо превышает аналогичный показатель у мужчин по всем трём диагностическим методикам, при этом наибольшие различия зафиксированы в блоке вербальной креативности. Показано, что возрастной фактор внутри диапазона 23–35 лет не оказывает существенного влияния на уровень креативного потенциала, что подтверждает приоритетную роль личностных и профессиональных детерминант творческого мышления руководителя. Результаты исследования могут применяться в системе подготовки управленческих кадров, а также при разработке программ развития креативных компетенций менеджеров в организациях.

Ключевые слова: креативный потенциал, психология управления, креативное лидерство, гендерные различия, диагностика креативности, тест Медника, тест Торренса, руководители.

Введение.

Способность руководителя действовать по заранее заданному алгоритму давно перестала быть достаточным условием управленческой успешности: экономическая среда меняется быстрее, чем формируются регламенты, и решения приходится принимать при нехватке данных, времени и однозначных ориентиров. Именно в этой точке креативность из желаемой личностной черты превращается в рабочий инструмент, от которого напрямую зависит конкурентная позиция организации на рынке.

Отечественная психология управления традиционно рассматривает креативный потенциал руководителя в нескольких плоскостях: как устойчивую индивидуально-психологическую характеристику личности, как составную часть управленческих способностей и как ресурс, обеспечивающий инновационную активность организации в целом. Отдельного разговора заслуживает вопрос о том, различается ли структура этой креативности у мужчин и женщин, занимающих управленческие позиции [5, с. 123]. Накопленные к настоящему моменту данные скорее противоречивы, чем однозначны: одни авторы фиксируют у женщин более высокие показатели эмоционального тезауруса, экспрессивности и чувства стиля при заметном преимуществе мужчин в дивергентности интеллекта, прогностических способностях и умении строить ассоциативные связи; другие, напротив, обнаруживают у мужчин более высокую вербальную оригинальность, а у женщин – более выраженную беглость образного мышления. Такая неоднородность результатов указывает не столько на отсутствие гендерной специфики креативности, сколько на её зависимость от возраста, вида деятельности и конкретного диагностического инструментария выборки.

Применительно к руководителям молодого возраста – от 23 до 35 лет, то есть к тому управленческому поколению, которое формирует кадровый резерв большинства современных организаций, – эмпирическая база остаётся заметно более скудной, чем применительно к школьникам, студентам или руководителям старших возрастных групп. Это обстоятельство и определило направление настоящей работы.

Цель исследования – установить, каким образом гендерная принадлежность связана с уровнем и структурой креативного потенциала руководителей в возрасте 23–35 лет, диагностируемого через вербальный, образный и управленческо-поведенческий компоненты.

Рабочая гипотеза строилась на предположении о том, что гендерный фактор действительно связан с уровнем креативного потенциала руководителя, но эта связь неоднородна: она проявляется по-разному в вербальном, образном и поведенческо-управленческом компонентах креативности, а не задаёт единый вектор преимущества одного пола над другим.

Материалы и методы.

В исследовании приняли участие 100 руководителей организаций различных отраслей экономики в возрасте от 23 до 35 лет; такое возрастное ограничение позволило работать с достаточно однородной по управленческому опыту группой. Женщины составили 61 человека выборки (61%), мужчины – 39 человек (39%); средний возраст респондентов равнялся 28,7 года, и по этому параметру гендерные подгруппы между собой практически не различались.

Границы возрастного диапазона выбирались не произвольно, а под конкретный диагностический инструмент: тест отдалённых ассоциаций С. Медника в русскоязычной адаптации А.Н. Воронина стандартизирован именно на менеджерах 23–35 лет, и только при соблюдении этого условия полученные баллы можно корректно сопоставлять с нормативными данными методики [2].

Для оценки креативного потенциала использовался комплекс из трёх методик, каждая из которых закрывала свою содержательную область.

Тест отдалённых ассоциаций С. Медника (RAT) в адаптации А.Н. Воронина – респонденту предъявлялись три слова, между которыми требовалось найти скрытую смысловую связь; итоговый балл отражал способность выходить за пределы очевидных, шаблонных ассоциаций.

Краткая форма теста Э. Торренса – оценивала образную креативность через беглость, оригинальность и степень разработанности графических идей; мето-

дика давно применяется в отечественной практике диагностики творческих способностей взрослых и хорошо знакома специалистам по психологии способностей.

Авторский опросник «Креативный потенциал руководителя» – самооценочная методика, построенная вокруг трёх шкал: генерации альтернативных решений, толерантности к неопределённости и готовности к обоснованному управленческому риску; содержательно она опирается на современные представления о креативном лидерстве в менеджменте [5].

Каждая методика давала балл в диапазоне от 0 до 100, а интегральный индекс креативного потенциала рассчитывался как простое среднее арифметическое трёх частных показателей. Для содержательной интерпретации результатов вся шкала была разбита на три уровня: низкий – до 55 баллов, средний – от 55 до 74 баллов, высокий – от 75 баллов и выше. Обработка данных свелась к расчёту средних значений и стандартных отклонений по гендерным подгруппам, а также к анализу распределения респондентов по уровням креативного потенциала и по возрастным подгруппам внутри диапазона 23–35 лет.

Результаты исследования.

Уже на этапе анализа средних баллов по трём методикам обозначилась устойчивая тенденция: женская подгруппа руководителей опережает мужскую по всем трём измеряемым компонентам креативности без исключения (табл. 1).

Таблица 1

Средние показатели креативности руководителей по гендерным подгруппам

Методика	Женщины (n=61)	Мужчины (n=39)
РАТ (вербальная креативность)	68,2 ± 10,5	63,1 ± 10,5
Тест Торренса (образная креативность)	64,8 ± 12,8	64,0 ± 10,4
Анкета «Креативный потенциал руководителя»	71,1 ± 8,4	67,2 ± 11,1
Интегральный индекс	68,0 ± 6,8	64,8 ± 6,2

Наибольший разрыв между подгруппами пришёлся на вербальную креативность – 5,1 балла в пользу женщин, тогда как по образной креативности различие оказалось минимальным (0,8 балла) и по сути не выходит за пределы статисти-

ческой погрешности. Такая картина неплохо укладывается в уже известную закономерность: у женщин обычно сильнее выражены эмоциональные, экспрессивные и вербально-семантические грани творческого мышления, а показатели образного и пространственного плана распределяются между полами гораздо равномернее.

Если смотреть на распределение по уровням интегрального индекса, картина получилась достаточно предсказуемой для действующих руководителей: средний уровень показали 86% выборки, высокий – 10%, низкий – всего 4%, а средний балл по всей группе составил 66,8. Обращает на себя внимание то, что среди тех, кто попал в категорию высокого уровня, женщины оказались представлены почти безальтернативно – 9 случаев из 10, то есть гендерная тенденция проявилась не только в средних цифрах, но и в том, кто оказывается на самом вершине шкалы.

Возраст внутри выбранного диапазона практически ничего не объясняет: 66,9 балла у самых молодых (23–26 лет), 67,3 у средней подгруппы (27–30) и 66,2 у старшей (31–35) – разброс укладывается в статистический шум. Получается, что креативный потенциал руководителя в этом возрастном окне определяется не паспортным возрастом, а личностными особенностями и накопленным профессиональным опытом.

Обсуждение результатов.

Гипотеза о связи гендерного фактора с уровнем креативного потенциала в целом подтвердилась, но с важной оговоркой: связь эта неоднородна и по-разному проявляется в разных компонентах креативности [1]. Преимущество женщин-руководителей в вербальной креативности логично объясняется более развитыми коммуникативными и семантическими компетенциями, которые традиционно связывают с женским когнитивным стилем в психологии способностей.

Отсутствие ощутимых различий в образной креативности говорит о другом: этот компонент, судя по всему, гораздо слабее завязан на пол и сильнее – на отраслевую специфику работы и накопленный опыт решения задач, требующих ви-

зуально-пространственного мышления. Доминирование среднего уровня креативного потенциала (86% выборки) тоже вписывается в общую логику: люди, успешно прошедшие отбор на управленческую должность и удержавшиеся на ней, реже демонстрируют крайние значения – как низкие, так и аномально высокие, – поскольку креативность здесь работает как один из факторов эффективности, а не как единственное условие управленческого успеха.

Практический выход из этих данных достаточно конкретный: для мужской части управленческой команды имеет смысл усиливать модули развития вербально-ассоциативного мышления, а вот работу с образным мышлением и управленческой гибкостью стоит вести одинаково интенсивно для обеих групп [3]. Кроме того, весь диагностический комплекс – тест Медника, тест Торренса и авторская анкета – можно напрямую встраивать в преподавание дисциплин психолого-управленческого цикла в магистратуре, включая курс «Психология креативного управления», используя его как инструмент входной оценки креативного потенциала обучающихся.

Заключение.

Исследование креативного потенциала 100 руководителей в возрасте 23–35 лет с использованием трёх взаимодополняющих методик (теста Медника, теста Торренса и авторской анкеты «Креативный потенциал руководителя») показало разнонаправленную картину гендерных различий: выраженное преимущество женщин по вербальной креативности и по управленческо-поведенческому компоненту, но практически полное отсутствие различий по образной креативности [4]. Возраст внутри изученного диапазона не оказался значимым фактором, что подтверждает: креативный потенциал молодого руководителя определяется скорее личностными характеристиками и профессиональным опытом, чем количеством прожитых лет.

Комплексное применение трёх методик позволило увидеть то, что осталось бы незамеченным при использовании одного инструмента: креативность руководителя – не монолитная характеристика, а структура с неравномерно выражен-

ными гендерными различиями по отдельным компонентам. Эти данные расширяют представления психологии управления о внутренней организации креативного потенциала молодых руководителей и дают основание для дифференцированных программ его развития – с акцентом на вербально-ассоциативные техники для мужской подгруппы и на равномерное развитие образного мышления и управленческой гибкости для обеих групп. Дальнейшие исследования логично направить на более старшие возрастные группы и разные уровни управленческой иерархии, а также на изучение того, как целевые развивающие программы меняют структуру креативного потенциала во времени.

Список литературы

1. Асалиев А.М. Формирование профессиональных компетенций работников под потребности цифровой экономики / А.М. Асалиев // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2018. – №6 (102). – С. 67–76. – DOI: 10.21686/2413-2829-2018-6-67-76. EDN YQDPRB
2. Гревцева Г.Я. Педагогические условия формирования креативности студентов / Г.Я. Гревцева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». – 2022. – Т. 14, №3. – С. 15–25. – DOI: 10.14529/ped220302. EDN GHGIRV
3. Воронин А.Н. Диагностика вербальной креативности (адаптация теста С. Медника) / А.Н. Воронин. – Минск: БГУ, 2015. – 12 с.
4. Калагина П.С. Особенности личностной и невербальной креативности у гендерно типизированных и гендерно нетипизированных руководителей / П.С. Калагина // Известия Саратовского университета. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2012. – Т. 1, вып. 3. – С. 106–108. EDN PWEGLB
5. Матвеева А.И. Психология креативного управления в клиентоориентированных организациях: учебное пособие / А.И. Матвеева; рец. И.А. Грачев. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2025. – 214 с. EDN NKRXDJ