

THE ROLE OF CREATIVITY AND INNOVATION IN THE EFFECTIVE LEADERSHIP

Ivan Blazevski

ivanblazevski@yahoo.com

Abstract: In the past, creativity was considered a gift from God, which could only have "the chosen ones." It was associated with external forces, music, and obesity. The very word "creativity" derives from the Latin expression "creation ex nihilo" which means creating something from nothing, and what is interpreted as God's action, which is contrary to "creatio ex materia" and completely different from the ability of man to create something, for which used the verb "facere". Even in romanticism there is the idea that the source of inspiration should be sought inside, in the man.

Today creativity is democratized, ie. today everyone thinks they can be creative. Namely, creativity is much more than just thinking of "smart" ideas, inspiration, or ingrained inventiveness, which is why it can not be said that it is the gift of the chosen ones, but that it depends on the ability to combine seemingly incompatible processes and elements.

If we consider the past, we will see that civilization development is the work of a small number of brave and creative individuals capable of taking risks, in order to achieve progress and promote the society.

We live in a world that is changing with "the speed of light" and we are confronted with unpredictable challenges. In these dynamic working conditions, modern researchers pay particular attention to creativity, since it undoubtedly becomes a key activity in the turbulent environment of the organization and represents the first step in innovative processes. Because of the inevitable changes that occur, organizations need individuals who think creatively, communicate and work team-people who are flexible and have the ability to adapt quickly.

Through certain techniques, leaders can foster creative thinking among employees and thus motivate them, to express their ideas and knowledge that will contribute in making quality decisions and solving organizational problems.

Keywords: creativity, innovation, effective leadership

УЛОГАТА НА КРЕАТИВНОСТА И ИНОВАЦИЈАТА ВО ЕФЕКТИВНОТО ЛИДЕРСТВО

Иван Блажевски

ivanblazevski@yahoo.com

Апстракт: Во минатото креативноста се сметала како дар од Бог, кој можеле да ги имаат само „одбраните“. Таа се поврзувала со надворешној сили, музи, обземаеност. Самиот збор „креативност“ носи потекло од латинскиот израз „creation ex nihilo“ што значи создавање од ништо нешто, а што се толкува како Божја постапка, што е спротивна на „creatio ex materia“ и сосем различно од способноста на човекот да создаде нешто, за што се користел глаголот „facere“. Дури во романтизмот се јавува идејата дека изворот на инспирацијата треба да се бара внатре, во човекот.

Денес креативноста е демократизирана, т.е. денес сите мислат дека можат да бидат креативни. Имено, креативноста е многу повеќе од едноставно смислување на „паметни“ идеи, инспирација или спонтаната инвентивност, поради што и не може да се каже баш дека е дар на одбраните, туку дека таа пред се, зависи од способноста да се комбинираат навидум неспоиви процеси и елементи.

Ако се разгледа минатото, ќе се види дека цивилизацискиот развој е дело на мал број храбри и креативни поединци способни да се впуштат во ризик, со цел постигнување прогрес и унапредување на општеството.

Живееме во свет кој се менува со „брзина на светлината“ и се судираме со непредвидливи предизвици. Во вака настанати, динамични услови на работење, современите истражувачи особено внимание и доделуваат на креативноста бидејќи таа несомнено станува клучна активност во турбулентното окружување на организацијата и претставува прв чекор во иновативните процеси. Поради неизбежните промени кои се

случуваат, на организациите им се потребни личности кои размислуваат креативно, комуницираат и работат тимски – луѓе кои се флексибилни и имаат способност за брзо прилагодување.

Преку одредени техники, лидерите може да го поттикнат креативното размислување кај вработените и на тој начин да ги мотивираат, да ги искажат своите идеи и знаења кои ќе придонесат за донесување на квалитетни одлуки и решавање на организациските проблеми.

Клучни зборови: креативност, иновација, ефективно лидерство

ВОВЕД

Сер Кен Робинсон смета дека големите идеи во историјата на човекот го трансформирале светот и влијаеле на обликување на културата.⁵² Несомнено дека креативноста придонела да дојде до развој на целата цивилизација – каква што денеска ја познаваме. Ако се разгледа минатото, ќе се види дека цивилизацискиот развој е дело на мал број храбри и креативни поединци способни да се впуштат во ризик, со цел постигнување прогрес и унапредување на општеството. Периодите на цивилизациските стагнации се врзуваат за недостаток на човечките ресурси од овој вид. Поради големите идеи и пронајдоци, низ историјата доаѓало до промена на епохите и целосно менување на начинот на живот. Галилео Галилеј (Galileo Galilei), Никола Тесла, Леонард Да Винчи (Leonardo Da Vinci), Александар Грахам Бел (Alexander Graham Bell) се само дел од имињата на иноваторите кои со својата креативност го менувале светот. Денес, без исклучок, во основата на секоја успешна приказна лежи способноста за креативност: Ричард Бренсон (Richard Branson), Бил Гејтс (Bill Gates), Стив Џобс (Steve Jobs), Марк Зукерберг (Mark Zuckerberg) итн. Затоа на креативноста завзема значајно место во истражувањата на општествените и хуманистичките науки.

Во минатото креативноста се сметала како дар од Бог, кој можеле да ги имаат само „одбраните“. Таа се поврзувала со надворешни сили, музи, обземаеност. Самиот збор „креативност“ носи потекло од латинскиот израз „creation ex nihilo“ што значи создавање од ништо нешто, а што се толкува како Божја постапка, што е спротивна на „creatio ex materia“ и сосем различно од способноста на човекот да создаде нешто, за што се користел глаголот „facere“. Дури во романтизмот се јавува идејата дека изворот на инспирацијата треба да се бара внатре, во човекот.

Денес креативноста е демократизирана, т.е. денес сите мислат дека можат да бидат креативни. Имено, креативноста е многу повеќе од едноставно смислување на „паметни“ идеи, инспирација или спонтан инвентивност, поради што и не може да се каже баш дека е дар на одбраните, туку дека таа пред се, зависи од способноста да се комбинираат навидум неспоивни процеси и елементи.

Според западната мисла, креативноста се поврзува со ирационалноста и границите на здравиот разум. Распространет и општо прифатен мит е дека креативноста се граничи со лудилото, односно дека креативните се чудаци.⁵³

Поимот креативност честопати се поистоветува со создавање (креација). Поголемиот дел од современите истражувачи наведуваат два критериуми на креативноста.⁵⁴

- првиот се врзува со новитетот на креативниот исход, односно степенеот на оригиналноста
- вториот, со комуникацискиот потенцијал: се однесува на вредноста, односно на степенот на корисноста

Сер Кен Робинсон, пак ја разгледува креативноста од три аспекти.⁵⁵

- имагинација – процес на повикување во мислите и сетилата ствари кои не се присутни во реалноста
- креативност – процес на настанување и развивање на оригинални идеји кои имаат одредена вредност
- иновација – процес на имплементација на новите идеи во пракса

⁵² Robbins, S. P. Essentials of Organizational Behavior, Prentice Hall - Pearson Education, International, Upper Saddle River, New Jersey, 2005, p. 170-171

⁵³ Rotenberg, Albert, “Kreativnost i ludilo”. Clio, 2010, Beograd

⁵⁴ Mandić, T. & Ristić, I., “Psihologija kreativnosti”. Beograd: Fakultet dramskih umetnost, 2013

⁵⁵ Robinson, Sir Ken, “Out of our minds”. Capstone Publishing: West Sussex, 2011

Билтон (Bilton) пак ја истакнува дуалната придода на иновацијата и според него креативноста треба да се дефинира во контекст на иновативноста (новост) и вредност (целисходност, корисност).⁵⁶ Креативноста нераскинливо ги поврзува процесите на дивергентно и конвергентно мислење, создавањето и експлоатацијата на идеји. Таа подразбира спонтан, личен чин, и осмислен, самосвесен, рационален процес.⁵⁷

Изворот на креативноста може да биде различен. Пред сè, креативноста може да биде дарба на одбраните, лична карактеристика или талент. Креативноста може да настане случајно или да биде „сплет на среќни околности“. Типичен пример за тоа јаголкото кое му паднало на глава на Исак Њутн, па оттаму започнува да се развива идејата за гравитација. Креативноста може да произлезе и од логичкото размислување, т.е. таа може да биде резултат на процесот на осознавање (спознавање).

Живееме во свет кој се менува со „брзина на светлината“ и се судираме со непредвидливи предизвици. Во вака настанати, динамични услови на работење, современите истражувачи особено внимание и доделуваат на креативноста бидејќи таа несомнено станува клучна активност во турбулентното окружување на организацијата и претставува прв чекор во иновативните процеси. Поради неизбежните промени кои се случуваат, на организациите им се потребни личности кои размислуваат креативно, комуницираат и работат тимски – луѓе кои се флексибилни и имаат способност за брзо прилагодување. Тоа го потврдува Скот (Scott) кој вели дека креативноста на вработените и корпоративната иновација се примарни фактори за остварување на целите на организацијата и одржување на профитабилноста.⁵⁸ Истот го потврдува и Гилсон (Gilson) според кого на организациите, во денешната турбулентна економија, им е потребна креативност доколку сакаат да бидат успешни.⁵⁹

На креативноста влијаат следните надворешни фактори:⁶⁰

- Ресурси – материјал, информации, лаборатории, опрема и сл.
- Поттикнување на креативноста – поддршка на новите идеи на сите нивоа на претпријатието
- Потполна слобода – слобода во секојдневно водење на работата
- Организационски перспективи – вклучувајќи ги конзерватизмот и раздорот во претпријатието
- Притисок – позитивен притисок, предизвик, негативен притисок

Оттука може да се констатира дека промените во современо окружување се секојдневие, неоспорни и забележливи, и влијаат на работата и ги засегаат менаџерите. Менаџерите можат да ги избегнуваат, да реагираат на нив или да ги антиципираат (предвидуваат). Во зависност од реакцијата на менаџерите, промените се претвараат во закани или можности. Целта на креативноста е промена. Креативноста се препознава како предуслов за организационски промени и конкурентност.

За менаџерите – лидери особено значајно е сознанието дека ефектите од употребата на креативното размислување им носи бројни користи на самите поединци, групите и организацијата во целина. Креативноста го подобрува квалитетот на животот и на приватен и на службен план, но и на целокупното општество.

КРЕАТИВЕН ПОТЕНЦИЈАЛ НА ЛИЧНОСТА

Луѓето во организацијата се најдрагоцен ресурс. Тие се главниот извор на знаења, идеи и искуства. Нивното знаење и искуство потребно е да се постојано да се надоградува и усовршува за да ги следи континуираните промени. Според Робинсон (Robinson), секој поединец поседува огромен креативен потенцијал, кој треба да се поттикне и развие.⁶¹ Овој автор нагласува дека треба да се создава култура на креативност која ќе ги опфаќа сите вработени, не само поединците.

⁵⁶ Bilton, K. “Menadžment i kreativnost”. Beograd: Clio, 2010

⁵⁷ Ibid

⁵⁸ Scott, S. G., & Bruce, R. A., Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management Journal*, 37(3), 580-607, 1994

⁵⁹ Gibson, C. B., & Earley, P. C. Collective Cognition in Action: Accumulation, Interaction, Examination, and Accommodation in the Development and Operation of Group Efficacy Beliefs in the Workplace. *Academy of management review*, 32(2), 438-458, 2007

⁶⁰ Bettina V. S., “Managing Innovation, Design and Creativity”, 2nd edition. Wiley, 2008 p.34

⁶¹ Robinson, Sir Ken. “Out of our minds”. Capstone Publishing: West Sussex, 2011

Креативноста е особина на индивидуите кои имаат неогранична, широка перспектива на гледање на работите. Истражувачите веќе подолго време се занимаваат со истражување на карактеристиките на креативните личности. Мандиќ и Ристиќ (Mandić, Ristić) ги издвојуваат силна мотивација, широко поле на интереси, отвореност за нови искуства, прифаќање на себе си, самосвесност, импулсивност и висок степен на автонимија.⁶² Во главно, и другите автори се согласуваат дека креативноста зависи од самата личност на индивидуата и тоа од следните атрибути:⁶³

- Имагинативност
- Имање увид и интуиција
- Отвореност и способност за забележување
- Подготвеност на ризик
- Висок праг на толеранција спрема она што е нејасно

Голем број автори и истражувачи се согласиле дека креативните луѓе се гонети од мотивација и страст за создавање. Склони се да се однесуваат неконвенционално и да се изложуваат на ризик, што е впрочем и една од карактеристиките на личноста на лидерите, кои како такви и можат да ја поттикнуваат креативноста во целата организација. Самото соработување со креативци, ја поттикнува креативноста во останатите соработници.⁶⁴

Креативните индивидуи се способни во целост да разберат дадена ситуација и подготвени се да испитаат нови можности. Нивните убедувања се смели и тие се подготвени да доживеат неуспех и долго да чекаат пред да бидат наградени за своите достигнувања. Ги краси упорноста и подготвениста долго да работат без разлика на препреките и отпорот на кои наидуваат.⁶⁵ Креативците сакаат предизвици и веруваат во она што го работат, но поддршката од другите ја подигнува нивната самодоверба и уште повеќе ги мотивира.

Рој (Rou) истакнува дека за индивидуи на одговорни позиции како што се педагози, директори и др., предизвик е да изнајдат рамнотежа помеѓу структурата и слободата. Сепак идеална ситуација е онаа во која постојат услови за неограничено изразување на креативноста, бидејќи креативноста може да се јави само во контекст кој е ослободен од било какви надворешни притисоци.

ТЕХНИКИ НА ПОТТИКНУВАЊЕ НА КРЕАТИВНОСТА

Преку одредени техники, лидерите може да го поттикнат креативното размислување кај вработените и на тој начин да ги мотивираат, да ги искажат своите идеи и знаења кои ќе придонесат за донесување на квалитетни одлуки и решавање на организациските проблеми.

Техниката „бура на идеи“ - *бреинсторминг (brainstorming)* претставува начин на мотивирање на вработените да создаваат креативни идеи. Пред сè оваа техника се применува на група вработените, а не индивидуално, што претставува предност бидејќи во групата се создава ефект на синергија и се поттикнува креативноста. Оваа техника настанала во четириесеттите години на минатиот век, а нејзин творец е Алекс Осборн.⁶⁶ Тој открил дека традиционалните формални состаноци не ги поттикнуваат идеите и креативното мислење. Напротив, формалните состаноци и формалната комуникација ја задушваат креативноста. За поттикнување на креативноста, пред сè менаџерите треба да создадат поволна атмосфера. Оваа техника се покажала како делотворна и едноставна за примена што им овозможило и на почетниците менаџери успешно да ја применуваат.

Техниката бреинсторминг се применува на група од шест до дванаесет членови. Во текот на реализацијата на оваа техника треба да се почитуваат следните правила.⁶⁷

⁶² Mandić, T. & Ristić, “Psihologija kreativnosti”. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, 2013

⁶³ Rou, Alan, Dž. “Kreativna inteligencija”. Beograd: Clio, str. 21, 2008

⁶⁴ Rou, Alan, Dž. “Kreativna inteligencija”. Beograd: Clio, 2008

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ http://russellawheeler.com/resources/learning_zONE/alex_f_osborn/ (29.01.2013)

⁶⁷ <http://en.wikipedia.org/wiki/Brainstorming> (29.01.2013)

- Фокус на квантитет – се темели на претпоставката дека квантитетот создава квалитет, односно дека што е поголем бројот на предложени идеи толку е поголема веројатноста за изнаоѓање на радикално и најефективно решение.
- Без критики – критикување на идеите не е дозволено во процесот на нивното генерирање. Целта е членовите на групата да се чувствуваат слободни да ги искажат своите идеи.
- Прифаќање на невообичаените идеи – во листата на идеи, невообичаените идеи се добредојдени. Овие оригинални идеи честопати водат кон најдоброто решение.
- Комбинирање и усовршување на идеите – идеите даваат нови идеи. Комбинирањето на идеите води кон креативни решенија.

Постојат неколку начини на примена на бреинстормингтехниката. Првиот начин најчесто се применува на собири, симпозиуми, семинари, а во услови кога нема многу време на располагање за креирање, вреднување на идеите итн. на учесниците на собирите им се поставуваат конкретни проблеми кои настануваат во текот на самиот собир (семинар, симпозиум и сл.). Учесниците се делат во мали групи и во секоја група се назначува лидер на групата. Лидерот на групата треба внимателно да биде одбран, бидејќи тој треба да има чувство за демократско управување со групата, чувство за тимска работа, развиени комуникациски способности и да знае да ги мотивира членовите на групата. На членовите на групата им се задава одреден проблем за кој треба да генерираат идеи и да предложат алтернативни решенија во краток временски период (десеттина минути). Понатаму предложените идеи и решенија се вреднуваат и оценуваат и се избира најдобрата идеја или решение. Таа идеја оди на пленарна седница каде што се презентира и се отвора дискусија во која учествуваат сите учесници.

Вториот начин на примена на бреинстормингтехниката е преку давање на „најлуда“ идеја. Имено, членовите на групата даваат што е можно почудни и невообичаени идеи кои на прв поглед изгледаат дури и нелогични. Потоа се одбираат најдобрите и од нив се развива одредено решение.

Трет начин претставува примена на соло бреинсторминг (*solo brainstorming*) или индивидуален бреинсторминг. Тука индивидуата сама го проучува проблемот, размислува за него и генерираните идеи ги запишува на хартија. Размислувањето се одвива во опуштена атмосфера, тука не постои страв од исмејување на предложената идеја.

Менаџерите треба да бидат свесни дека не постојат лоши идеи. Постојат идеи кои можеби не можат веднаш да се реализираат или идеи кои не се реални, но ни тие не треба во потполност да се отфрлаат бидејќи може да дојде време кога ќе можат да бидат искористени.

ЗАКЛУЧОК

Креативноста, како комплексна особина, е чувствителна на бројни надворешни фактори. Нејзиното појавување и развивање зависи од вкрсеното влијание на овие фактори, при тоа истакнувајќи го меѓучовечкиот однос како најзначаен, нужен (а можеби и доволен) фактор. Според ова, клучна улога на креативниот лидер е да ги поттикнува креативните способности на секој еден член на организацијата бидејќи тој директно може да влијае на факторите на креативното однесување на вработените.

Во зависност од тоа како индивидуите можат да бидат креативни во специфични ситуации и области, креативноста може да биде изразена на неограничен број начини, првенствено поради тоа што таа се изразува во согласност со склоноста на секој поединец. Со помош на инструкции (едукација), индивидуата може да научи како да го развие својот креативен потенцијал со цел да ги унапреди своите креативни резултати. Тука се наметнува прашањето: кој е задолжен за давање на инструкции или едукација на поединците како тие да го развиваат својот креативен потенцијал во одредени ситуации? Менаџерите односно лидерите се тие кои ја имаат клучната улога во поттикнување на креативноста во целата организација и креативно пристапување во одлучувањето. Имајќи предвид дека креативното размислување ја надминува рамката на рационалното размислување, и дека истото е карактеристично не само за одредени поединци, туку и за цели групи и тимови, пручувањето на креативноста во организациски контекст станува уште позначајно и попривлечно.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Bettina V. S., “Managing Innovation, Design and Creativity”, 2nd edition. Wiley, 2008 p.34
- [2] Bilton, K. “Menadžment i kreativnost”. Beograd: Clio, 2010

- [3] Gibson, C. B., & Earley, P. C. Collective Cognition in Action: Accumulation, Interaction, Examination, and Accommodation in the Development and Operation of Group Efficacy Beliefs in the Workplace. *Academy of management review*, 32(2), 438-458, 2007
- [4] <http://en.wikipedia.org/wiki/Brainstorming> (29.01.2013)
- [5] http://russellawheeler.com/resources/learning_zOHE/alex_f_osborn/ (29.01.2013)
- [6] Mandić, T. & Ristić, “Psihologija kreativnosti”. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, 2013
- [7] Mandić, T. & Ristić, I., “Psihologija kreativnosti”. Beograd: Fakultet dramskih umetnost, 2013
- [8] OECD Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris, OECD Directorate for Science, Technology and Industry, Industry Committee, 1991 p.21
- [9] Robbins, S. P. *Essentials of Organizational Behavior*, Prentice Hall - Pearson Education, International, Upper Saddle River, New Jersey, 2005, p. 170-171
- [10] Robinson, Sir Ken, “Out of our minds”. Capstone Publishing: West Sussex, 2011
- [11] Robinson, Sir Ken. “Out of our minds”. Capstone Publishing: West Sussex, 2011
- [12] Rotenberg, Albert, “Kreativnost i ludilo”. Clio, 2010, Beograd
- [13] Rou, Alan, Dž. “Kreativna inteligencija”. Beograd: Clio, 2008
- [14] Rou, Alan, Dž. “Kreativna inteligencija”. Beograd: Clio, str. 21, 2008
- [15] Scott, S. G., & Bruce, R. A., Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management Journal*, 37(3), 580-607, 1994