

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2020, №6, Том 8 / 2020, No 6, Vol 8 <https://mir-nauki.com/issue-6-2020.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/47PSMN620.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Высочков В.С. Анализ факторной модели потенциала креативного лидерства в контексте коммуникативных миров студентов младших курсов естественно-научных специальностей // Мир науки. Педагогика и психология, 2020 №6, <https://mir-nauki.com/PDF/47PSMN620.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Vyskochkov V.S. (2020). Analysis of the factorial model of the creative leadership potential in context of the communicative worlds of junior students in natural sciences. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 6(8). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/47PSMN620.pdf> (in Russian)

УДК 159.9

ГРНТИ 15.21.51

**Высочков Владимир Сергеевич**

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный медицинский университет»  
Министерства здравоохранения Российской Федерации, Томск, Россия

Старший преподаватель

E-mail: [Vysko4kov@yandex.ru](mailto:Vysko4kov@yandex.ru)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5338-4760>

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=776226](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=776226)

## **Анализ факторной модели потенциала креативного лидерства в контексте коммуникативных миров студентов младших курсов естественно-научных специальностей**

**Аннотация.** Современный мир – мир прогресса, основанного на технологиях. Анализируя атлас будущих профессий, можно отметить, что рассматривается возможность возникновения таких, которые требуют сочетания в одном человеке как «физика», так и «лирика». Таким образом, особую актуальность приобретает проблема трансфессионализма и подготовки трансфессионалов. Очевидно, что основные прорывные решения будут предложены командой трансфессионалов, а значит актуальным является вопрос о необходимости человека, способного быть лидером таких команд. Ответом на этот вопрос может быть концепт креативного лидерства. Однако анализ литературы по теме исследования показывает недостаток эмпирических данных в проблемной области, что обосновывает актуальность и научную новизну работы. Данная статья посвящена исследованию потенциала креативного лидерства у студентов младших курсов естественно-научных специальностей и представляет собой анализ части данных диссертационного исследования. В исследовании приняли участие 88 студентов различных университетов г. Томска, оно проводилось с помощью метода моделирования коммуникативных миров, метода психосемантического графа, методики «Креативный тип личности по Майерс-Бриггс», шкалограммного профиля коммуникабельности, метода анализа социальных сетей. Полученные данные были проанализированы с помощью факторного анализа. Основным результатом исследования являются 10 выделенных факторов, которые вносят максимальный вклад в потенциал креативного лидерства и образуют его факторную структуру. На основании полученных результатов планируется разработка диагностического инструментария для выявления потенциальных креативных лидеров на ранних этапах обучения в университете. Кроме этого, будут разработаны специальные программы психологического сопровождения, направленные

на развитие и реализацию потенциала креативного лидерства для достижения конкретных целей.

**Ключевые слова:** потенциал креативного лидерства; коммуникативный мир; стресс-трансформация; трансфессионализм; факторный анализ; транскомуникация; студенты естественно-научных направлений

## Введение

Очевидным фактом современного мира является зависимость общего прогресса от технологических разработок и результатов действия специалистов естественно-научных областей. На данный момент запрос на подобных специалистов высок, и по прогнозам в будущем будет только увеличиваться. Этот факт подтверждает разработанный ранее атлас будущих профессий от «Сколково».

Однако в современной мировой повестке все чаще поднимается вопрос о том, что «технологии должны быть с человеческим лицом». Выступления эко-активистов, борцов с роботизацией и т. д. подсказывают, что научные разработки должны быть не только полезны и амбициозны, но еще и безопасны, и этичны. Кроме этого, анализируя вышеупомянутый справочник, мы можем видеть, что появляется множество профессий, которые требуют сочетания в одном человеке как «физика», так и «лирика».

Таким образом, особую актуальность приобретает проблема трансфессионализма и подготовки трансфессионалов. Под трансфессионалом понимается специалист, который самостоятельно конструирует траекторию своего образования, формирует его, стремится к самообучению, развитию и достижению новых целей [1–3].

Сложность современных задач показывает нам, что для их решения необходим не один специалист, но гармонично собранная команда. Для действительно прорывных решений необходимо, чтобы такая команда состояла из трансфессионалов. И здесь остро встает вопрос лидерства в такой команде. При этом некоторые авторы отмечают, что имеющихся концепций лидерства уже недостаточно [4]. Решением данной проблемы может являться разработка концепта креативного лидерства.

Под креативным лидерством мы понимаем новый тип лидерства, ключевыми особенностями которого является чувствительность к противоречиям и возможность стресс-трансформаций (т. е. возможностью нахождения положительных моментов в отрицательных) [5–6]. Концепт креативного лидерства, кроме этого, включает основные идеи из теорий трансформационного лидерства, концепции творческого лидерства, концепции «суперлидерства» и концепции сервант-лидерства, объединяя их и дополняя. В современной науке представлено большое количество актуальных исследований по теме креативного лидерства [5–10].

Однако изучение актуальной литературы по креативному лидерству выявило недостаточность эмпирических исследований данного концепта. Исходя из всего вышесказанного, целью диссертационного исследования автора является изучение креативного лидерства в университетской среде. В связи с тем, что креативное лидерство развито достаточно слабо среди студентов, основной проблемой является выявление потенциала креативного лидерства. Для изучения потенциала креативного лидерства необходимо разработать целостную модель. Исходя из теоретических представлений о креативном лидерстве, мы можем заключить, что его базовыми характеристиками являются коммуникативность и креативность [5; 10]. Обе эти характеристики в нашей работе рассматриваются в интеграции в коммуникативный мир как «иерархию различных уровней

внешних и внутренних коммуникаций, динамически интегрирующих компоненты «Я» ... в новое качество...» [11]. Изучение потенциала креативного лидерства в контексте коммуникативных миров существенно упрощает задачу как построения модели, так и дальнейшего выявления креативных лидеров.

Ранее в наших работах были выявлены значимые различия в характеристиках коммуникативного мира между студентами гуманитарных и естественно-научных направлений [12]. Данная работа является частью диссертационного исследования, и посвящена анализу факторной модели потенциала креативного лидерства в контексте коммуникативных миров студентов младших курсов естественно-научных специальностей.

### Методы исследования

В исследовании приняли участие 88 студентов **естественно-научных** специальностей, 46 юношей и 42 девушки, средний возраст  $19,35 \pm 0,92$ . Исследование проводилось с помощью метода моделирования коммуникативных миров (ММКМ) [13]; метода психосемантического графа (МПСГ) [13]; методики «Креативный тип личности по Майерс-Бриггс» (МБТИ) [13]; шкалограммного профиля коммуникабельности (ШПК) [13]; метода анализа социальных сетей (методика SNA) [15]. Стоит отметить, что совокупное количество шкал методик – 102, однако для корректного анализа нами были выведены из исследования шкалы, которые заранее взаимозависимы (получены путем сложения, вычитания, деления или умножения значений других шкал), в связи с этим количество исследуемых переменных было сокращено до 54. В дальнейшем с помощью оценки мощности были отобраны 30 максимально значимых переменных (мощность и значимость были оценены с помощью метода главных компонент). Статистический анализ проводился методом факторного анализа с помощью пакета IBM SPSS Statistics 23.

### Результаты и обсуждение

Представим краткую характеристику факторного анализа: 88 наблюдений; метод главных компонент с ротацией факторов «Varimax»; число переменных – 30; факторная структура определялась по критерию Кайзера; количество факторов – 10, объясняющих 75,11 % дисперсии исходной корреляционной матрицы. В качестве критерия значимости показателя была использована факторная нагрузка более 0,40. Объясненная совокупная дисперсия представлена в таблице ниже (таблица 1).

Таблица 1

Значения объясненной дисперсии для выделенных факторов

Компонент	Начальные собственные значения		
	Всего	% дисперсии	Суммарный %
1	5,347	17,822	17,822
2	3,874	12,912	30,734
3	2,720	9,067	39,801
4	1,983	6,611	46,413
5	1,827	6,089	52,501
6	1,724	5,747	58,248
7	1,555	5,184	63,433
8	1,291	4,302	67,735
9	1,203	4,011	71,746
10	1,010	3,366	75,112

Составлено автором

Первый фактор представлен пятью изучаемыми шкалами:

- позитивные переживания по партнёрам – это суммарный показатель позитивных переживаний, оценка общей удовлетворенности, показывает удовлетворенность респондента партнёрами общения;
- вектор переживаний по партнёрам характеризует общую направленность переживаний, преобладание общей удовлетворенности или неудовлетворенности своими партнёрами;
- конструктивный фон по партнёрам характеризует склонность к позитивному восприятию своих партнёров общения;
- социосемантический объем показывает насыщенность, разнообразность межличностных отношений респондента, представление о партнёрах своего круга общения;
- разнообразие шкальных типов по партнёрам – отрицательные значения нагрузки в факторе свидетельствуют об одинаковости отношений к разным партнёрам и косвенно дает представление об отсутствии когнитивной сложности оценочных суждений, связанных с партнёрами общения.

Фактор 1 описывает **позитивное видение своих партнёров**. Здесь прослеживается нормативный конвенциональный аспект оптимизма. Мы видим, что для реализации потенциала креативного лидерства, в первую очередь, необходимо позитивное отношение студентов к своим партнёрам. При этом интересным остается факт, что при довольно широких возможностях для оценки партнёров (социосемантический объем), в данный фактор с отрицательной нагрузкой входит разнообразие шкальных типов.

Таким образом, первый фактор структуры потенциала креативного лидерства у студентов естественно-научных специальностей характеризует отсутствие склонности к сложной дифференцированной оценке своих партнёров при склонности видеть в них различные положительные черты.

Интересно, что только в первый фактор вошли шкалы, которые в дальнейшем будут встречаться в других факторах. Это может свидетельствовать, что именно видение своих партнёров и отношение к ним занимает центральное место в структуре потенциала креативного лидерства студентов естественно-научных направлений.

Второй фактор представлен следующими шкалами:

- позитивные переживания по темам – оценка общей удовлетворенности, показывает удовлетворенность респондента темами общения;
- психосемантический объем Коммуникативного мира – отражает разнообразие коммуникативного мира личности;
- конструктивный фон по темам – характеризует склонность к позитивному восприятию тем общения;
- вектор переживаний по темам – характеризует общую направленность переживаний, преобладание общей удовлетворенности или неудовлетворенности темами общения.

Таким образом, второй фактор состоит из **позитивных оценок тем**, общего количества тем и благоприятного прогноза их развития. Данный фактор показывает, что в структуре потенциала креативного лидерства у студентов естественно-научных специальностей одним из

основных моментов является видение разнообразных проблем возможностью их позитивного решения. Вероятно, это можно использовать в начале работы креативной команды, которая настроена не на решение негативных проблем («тушение пожаров»), а на общее и постоянное улучшение текущей ситуации (ориентация на прогресс).

Третий фактор состоит из четырех изучаемых шкал:

- психосемантическая конструктивность у себя (1 шкала) и у партнёра (2 шкала) – описывает субъективную оценку качеств, проявляющихся в ходе проблемной ситуации, при этом качества оценены как взаимопомогающие и взаимодополняющие;
- психосемантическая концептуальность у себя (3 шкала) и у партнёра (4 шкала) также описывает субъективную оценку качеств, проявляющихся в ходе проблемной ситуации, однако здесь проявляется тенденция приписывать себе и окружающим противоречивые, мешающие друг другу качества.

Третий фактор характеризует **чувствительность к противоречиям**. С одной стороны, сюда вошли шкалы, показывающие, как студенты естественно-научных специальностей могут наделять различные качества позитивным взаимодействием, при том это определение одинаково как о себе, так и субъективно о партнёрах. Данные особенности подкрепляются первым фактором в структуре креативного лидерства у студентов естественно-научных направлений, т. к. позитивное объединение различных качеств ведет к общему позитивному восприятию своих партнёров. С другой стороны – объединение различных черт в негативную оценку показывает возможность замечать противоречия.

Хотя данный фактор не включил прямых показателей креативного лидерства, интерпретация шкал, попавших в фактор частично похожа на его теоретическую модель.

Четвертый фактор представлен 4 изучаемыми шкалами:

- оригинальность креативных моментов по партнёрам – склонность использовать оригинальные стресс-трансформации (т. е. переводить негативное в позитивное) в оценке партнёров общения;
- оригинальность креативных моментов по темам – склонность использовать оригинальные стресс-трансформации в оценке тем общения;
- креативный момент по партнёрам – склонность использовать стресс-трансформации в оценке партнёров;
- общая оригинальность – склонность использовать оригинальное описание как тем, так и партнёров общения, склонность к креативности.

Четвертый фактор описывает непосредственно **креативное лидерство**, при этом фактор отвечает за его «позитивный» момент. Данный фактор описывает возможность оригинального перевода негативных моментов в позитивные, как по проблемным темам, так и по партнёрам коммуникации. При этом связь с общей оригинальностью и количеством креативных моментов является довольно логичной.

Таким образом, третий и четвертый факторы описывают креативное лидерство как оно представляется в теоретических работах – это способность воспринимать противоречия (фактор три) и возможность креативно подходить к их применению (фактор 4).

Пятый фактор представлен тремя шкалами методики Майрс-Брагис:

- **P (Perception, восприятие)** – предпочтение действовать без детальной предварительной подготовки, больше ориентируясь по обстоятельствам;

- N (iNtuition, интуиция) – ориентировка на интуитивную информацию;
- F (Feeling, чувство) – принятие решений на эмоциональной основе.

Все шкалы являются одной из полярностей дихотомий Маерс-Бригс, т. е. в данный фактор не попали сразу два конца одной дихотомии. Как мы видим, в данный фактор вошли **личностные проявления студентов** естественно-научных направлений. Мы можем предположить, что креативный лидер больше ориентируется на эмоции и собственную интуицию, при этом предпочитает работать здесь и сейчас.

Шестой фактор представлен тремя изучаемыми шкалами:

- негативные переживания по партнёрам – это оценка общей неудовлетворенности, показывает неудовлетворенность респондента партнёрами общения;
- деструктивный фон по партнёрам – характеризует негативное восприятие своих партнёров;
- социосемантический объём – показывает насыщенность, разнообразие межличностных отношений респондента, представление о партнёрах своего круга общения.

Шестой фактор представляет в структуре креативного лидерства **негативную оценку своих партнёров**. Связь негативных оценок и общего количества оценок партнёров является довольно логичной, т. к. чем больше оценок мы можем дать человеку, тем вероятнее среди них встретятся негативные. Также логично, что негативные оценки ведут к общему отрицательному видению партнёров.

Вероятнее всего, данный фактор образован как некоторый противовес первому. Мы можем заключить, что шестой фактор препятствует развитию и реализации потенциала креативного лидерства. В случае диагностики у студентов естественно-научных направлений склонности к негативному восприятию партнёров, необходимо выстроить практическую работу для компенсации данной особенности.

Седьмой фактор представлен двумя изучаемыми шкалами:

Психосемантическая гибкость у себя (1 шкала) и у партнёра (2 шкала) – оценивает склонность к неопределённым валентностям взаимодействия различных черт у партнёра и у себя.

Мы предполагаем, что в случаях, когда студенты не могут оценить взаимодействие каких-либо качеств только с одной стороны, данная оценка будет происходить с учетом контекста ситуаций. Данный фактор необходим в структуре потенциала креативного лидерства для **возможности подстраиваться под различные ситуации** и выстраивать работу команды таким образом, чтобы она была максимально эффективной. Именно это отличает непосредственно креативное лидерство от дивергентного.

Восьмой фактор представлен тремя изучаемыми шкалами:

- оригинальность деструктивных моментов (деструктивные отшельники) по партнёрам – склонность использовать оригинальные транс-стресс-формаций (т. е. перевод позитивного в негативное) при описании партнёров общения;
- деструктивный момент по партнёрам – склонность использовать транс-стресс-формаций при описании партнёров общения;

- шкала Eigenvector Centrality – характеризует связь респондента с популярными (имеющими много связей) участниками сети. Отрицательная нагрузка в факторе свидетельствует о удаленности от популярных участников сети.

Восьмой фактор описывает **дистанцированность от лидеров** в случае негативных оценок.

Фактор образован основной связкой оригинальности деструктивных моментов по партнёрам и деструктивным моментом по партнёрам. Соответственно, это не просто негативное виденье своих партнёров, а еще и перевод их положительных качеств в отрицательные, при этом с высокой степенью оригинальности этого перевода. Вероятнее всего, данный фактор показывает “токсичного оценщика” других людей.

Чем негативнее субъективное восприятие окружающих, чем обиднее (оригинальнее) негативные оценки, тем дальше студент будет находиться от лидеров в коллективе, так как с такой личностью просто неприятно общаться. Вероятно, это может быть связано с низкой эмпатией, которая ведет к оценки собственных остроумий как забавных.

Мы считаем, что данный фактор препятствует развитию и реализации потенциала креативного лидерства (как и любого другого лидерства) студентов естественно-научных направлений. Вместе с шестым фактором, восьмой фактор является основной мишенью при практической работе.

Девятый фактор представлен двумя изучаемыми шкалами:

- разнообразие шкальных типов по темам дает косвенное представление о когнитивной оценочной детализированности интересов и тем в общении, о дифференцированности отношения к тем темам и проблемам, которыми наполнен коммуникативный мир;
- разнообразие шкальных типов в партнёрах характеризует разность отношений к партнёрам и дает косвенное представление о когнитивной сложности оценочных суждений, связанных с партнёрами по коммуникации.

Данный фактор описывает, насколько разнообразно студенты естественно-научных специальностей могут оценивать различные темы и своих партнёров. В структуре потенциала креативного лидерства данный фактор показывает принципиальную **возможность различной**, не заостренной **оценки** разных партнеров и проблемных тем.

Десятый фактор представлен двумя изучаемыми шкалами:

- общая конформность характеризует склонность использовать банальности в оценках тем и партнёров общения;
- креативный момент по партнёрам характеризует склонность к использованию стресс-трансформации при описании партнёров общения.

Данный фактор описывает общий **позитивный настрой** в сторону своих партнёров. Студенты естественно-научных специальностей стараются видеть в своих партнёрах позитивные черты, даже если они будут банальными. В сочетании с первым и четвертым фактором, десятый фактор помогает реализовываться креативному лидерству за счет поиска компенсаций негативных моментов в окружающих людях, и, возможно, общей веры в позитивность окружающих.

## Выводы

Таким образом, нами были проинтерпретированы 10 факторов, полученных с помощью факторного анализа. На данный момент факторы названы следующим образом: «позитивное видение своих партнёров», «позитивное оценивание тем», «чувствительность к противоречиям», «креативное лидерство», «личностные проявления студентов», «негативная оценка своих партнёров», «возможность подстраиваться под различные ситуации», «дистанцированность от лидеров», «возможность различной оценки», «позитивный настрой в отношении людей».

Первые 5 факторов объясняют 52,5 % процента дисперсии. Мы видим, что все эти пять факторов вносят позитивный вклад в потенциал креативного лидерства. При этом вопреки стереотипным ожиданиям от «физиков и лириков» на первое место выходит позитивное отношение к своим партнёрам, а не к проблемным темам. Это подтверждает, что для реализации потенциала креативного лидерства необходима направленность именно на членов команды. Вторым по значимости фактором является позитивное видение текущего состояния и будущего развития проблемных тем. Мы можем предположить, что первые два фактора характеризуют конвергентное лидерство в структуре потенциала креативного лидерства. Третий и четвертый факторы показывают непосредственную возможность отмечать противоречащие и помогающие черты партнёров, и уже работа с ними может реализовывать стресс-трансформацию, которая является центральным звеном креативного лидерства. Пятый фактор описывает личностные качества, необходимые для развития и реализации потенциала креативного лидерства. Сюда попал способ подготовки и принятия решения, а также способ ориентации в ситуации. Мы можем заключить, что для реализации креативного лидерства необходим стиль “здесь и сейчас” с интуитивной основой.

Остальные из выделенных факторов могут актуализировать потенциал креативного лидерства (факторы 7, 9 и 10, совокупный процент объяснения дисперсии = 12,6), так и подавлять его (факторы 6 и 8, совокупный процент объяснения дисперсии = 10,1). Мы можем выделить как основные мишени для работы со студентами естественно-научных направлений, так и основные факторы, развитие которых будет способствовать реализации потенциала креативного лидерства.

Основными ограничениями данного исследования является специфичность выборки и ее сравнительно небольшой объём. В дальнейшем, нами планируется как анализ данных по студентам гуманитарных направлений (таким образом будут затронуты как «физики», так и «лирики»), так и проведение исследования с привлечением студентов магистратуры и аспирантов.

## Заключение

Таким образом, в результате проведенного исследования были получены эмпирические данные о структуре потенциала креативного лидерства у студентов младших курсов естественнонаучных направлений. Полученные данные полностью согласуются с теоретическими представлениями.

Объединив эти результаты и результаты исследования потенциала креативного лидерства у студентов гуманитарных направлений (данному исследованию будет посвящена отдельная работа), мы планируем разработать диагностический инструментарий для выявления потенциальных креативных лидеров на ранних этапах обучения в университете. Кроме этого, нами будут разработаны специальные программы психологического сопровождения, направление на развитие и реализацию потенциала креативного лидерства для достижения конкретных целей.



## ЛИТЕРАТУРА

1. Колесникова И. А. Трансдисциплинарная стратегия исследования непрерывного образования // Непрерывное образование: XXI век. 2014. № 4. С. 14–36. <https://doi.org/10.15393/j5.art.2014.2642>.
2. Ткачева Н.А., Фокина А.Б. Трансфессионализм и профессиональный потенциал молодежи // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 2. № 9. С. 185–186.
3. Alves C.A. Answers from the holistic transdisciplinary paradigm to the contemporary challenges in education: the subject awakening and integration among sciences, tradition, wisdom and experiences // Open Access Library Journal. 2016. Vol. 3. <https://doi.org/10.4236/oalib.1102497>.
4. Petriglieri G., Petriglieri J.L. Can business schools humanize leadership // Academy of Management Learning & Education, 2015, Vol. 14, No. 4, 625–647. <http://dx.doi.org/10.5465/amle.2014.0201>.
5. Кабрин В.И. Креативное лидерство: транскультуральная перспектива // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 121–135. <https://doi.org/10.17223/17267080/58/9>.
6. Sternberg R.J., Kaufman J.C., Pretz J.E. A propulsion model of creative leadership // Creativity and Innovation Management. 2004. Vol. 13. № 3. P. 145–153. <https://doi.org/10.1111/j.0963-1690.2004.00304.x>.
7. Carmeli A., Gelbard R., Reiter-Palmon R. Leadership, creative problem-solving capacity, and creative performance: The importance of knowledge sharing // Human Resource Management. 2013. Vol. 52. № 1. P. 95–121. <https://doi.org/10.1002/hrm.21514>.
8. Ibbotson P., Darsø L. Directing creativity: the art and craft of creative leadership // Journal of Management & Organization. 2008. Vol. № 5. P. 548–559. <https://doi.org/10.1017/S1833367200003035>.
9. Prysor D., Henley A. Boundary spanning in higher education leadership: identifying boundaries and practices in a British university // Studies in Higher Education. 2018. Vol. 43. № 12. P. 2210–2225.
10. Санникова А.И., Пестова Е.Г. (2018). "креативное лидерство" как целевой ориентир образования в условиях постиндустриального общества. // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия №1. Психологические и педагогические науки. 2018. №2. С. 126–132. DOI: 10.24411/2308-7218-2018-00031.
11. Транскомуникация: преобразование жизненных миров человека / Под ред. В.И. Кабрина. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. 400 с.
12. Кабрин В.И., Выскочков В.С., Прудовиков И.О., Полякова О.Р. Коммуникативные и личностные контексты потенциала креативного лидерства у студентов гуманитарных и естественнонаучных направлений образования. Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. №22(2). С. 426–436. <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-2-426-436>
13. Кабрин В.И. Коммуникативный мир и транскомуникативный потенциал жизни личности: теория, методы, исследования. М.: Смысл, 2005. 247 с.
14. Голдстайн Д., Крэггер О. Творческая личность: как использовать сильные стороны своего характера для развития креативности / пер. с англ. С. Кировой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 402 с.
15. Abraham A., Hassanien A.E., Snašel V. Computational Social Network Analysis: Trends, Tools and Research Advances. London: Springer, 2009. С. 8. – 497 с.

**Vyskochkov Vladimir Sergeevich**

Siberian state medical university, Tomsk, Russia

E-mail: [Vysko4kov@yandex.ru](mailto:Vysko4kov@yandex.ru)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5338-4760>

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=776226](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=776226)

## **Analysis of the factorial model of the creative leadership potential in context of the communicative worlds of junior students in natural sciences**

**Abstract.** The modern world is a world of technology-based progress. At the same time, analyzing the atlas of future professions, it can be noted that the possibility of the emergence of those that require a combination of both "physics" and "lyrics" in one person is being considered. Thus, the problem of transprofessionalism and the training of transprofessional acquires a special urgency. It is obvious that the main breakthrough solutions will be proposed by a team of transprofessional. It means that the question of the need for a person capable of being the leader of such teams is urgent. The answer to this question can be the concept of creative leadership. However, an analysis of the literature on the research topic shows a lack of empirical data in the problem area. It justifies the relevance and scientific novelty of the work. This article is devoted to the study of the creative leadership potential of junior students of natural sciences. The study involved 88 students from various universities in Tomsk. The method of modeling communicative worlds, the method of the psychosemantic graph, the method of «Creative personality type» according to Myers-Briggs, the Scalogram profile of sociability, the SNA method (sociogram) were used. The data obtained were analyzed using factor analysis. The main result of the study is 10 factors that make the maximum contribution to the creative leadership potential and form its factor structure. Based on the results obtained, it is planned to develop diagnostic tools to identify potential creative leaders in the early stages of university studies. In addition, special psychological support programs will be drawn up to develop and realize the creative leadership potential to achieve specific goals.

**Keywords:** creative leadership potential; communicative world; stress-trans-formation; transprofessionalism; factor analysis; transcommunication; science students