

МОДЕЛЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СОЦІАЛЬНОМУ ПРОЄКТУВАННІ В СИСТЕМІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

Кушнір Н. С.

старший викладач кафедри психології та соціальної роботи

Центральноукраїнський державний університет

імені Володимира Винниченка

вул. Шевченка, 1, Кропивницький, Україна

orcid.org/0000-0002-8692-4882

n.s.kushnir@cuspu.edu.ua

Ключові слова: *проект, інновація, соціальний проект, креативність, менеджмент, креативний менеджмент, соціальні інновації.*

У статті обґрунтовано актуальність ролі креативного менеджменту у соціальному проєктуванні в умовах фахової підготовки студентів спеціальності 231 «Соціальна робота». У ході дослідження було використано низку наукових методів. Так, під час дослідження змісту ключових понять соціального проєктування було використано аналіз. Із метою обґрунтування сутності кожного ключового поняття застосовано метод наукової абстракції. Послідовність розгляду ключових понять базується на логічному методі пізнання. У статті досліджено ключові поняття, які лежать в основі соціального проєктування з позиції застосування можливостей креативного менеджменту, а саме: креативність, неординарне мислення, творчі здібності, стратегічне мислення тощо. Розкрито сутність кожного поняття з урахуванням педагогічних, управлінських, психологічних та філософських аспектів. Наукова новизна статті полягає в розробленні моделі впровадження інструментів креативного менеджменту в соціальному проєктуванні, визначенні його ролі у формуванні та розвитку потенціалу особистості креативного менеджера соціальних проєктів.

Практична значущість статті відображена в можливості використання теоретичних аспектів креативного менеджменту в процесі управління соціальним проєктуванням. Доведено, що креативний менеджмент у соціальному проєктуванні в системі фахової підготовки фахівців із соціальної роботи забезпечує розвиток ефективного лідерства, новаторства, стимулювання експериментів, самовдосконалення на основі новітніх знань; орієнтацію на унікальність і оригінальність соціально спрямованого продукту (послуги) та ефективної мотивації реалізації творчого потенціалу.

У подальших дослідженнях планується розробити систему показників креативного менеджменту в соціальному проєктуванні.

MODEL OF IMPLEMENTATION OF CREATIVE MANAGEMENT TOOLS IN SOCIAL DESIGN IN THE PROFESSIONAL TRAINING SYSTEM OF SOCIAL WORK SPECIALISTS

Kushnir N. S.

*Candidate of Pedagogical Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Psychology and Social Work
Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State University
Shevchenko str., 1, Kropyvnytskyi, Ukraine
orcid.org/0000-0002-8692-4882
n.s.kushnir@cuspu.edu.ua*

Key words: *project, innovation, social project, creativity, management, creative management, social innovations.*

The article substantiates the relevance of the role of creative management in social design in the conditions of professional training of students of specialty 231 "Social work". A number of scientific methods were used during the research. Thus, analysis was used when researching the content of key concepts of social design. In order to substantiate the essence of each key concept, the method of scientific abstraction was applied. The sequence of consideration of key concepts is based on the logical method of cognition. The article examines the key concepts that underlie social design from the standpoint of applying the possibilities of creative management, namely: creativity, extraordinary thinking, creative abilities, strategic thinking, etc. The essence of each concept is revealed, taking into account pedagogical, managerial, psychological and philosophical aspects. The scientific novelty of the article lies in the development of a model for the implementation of creative management tools in social design, the definition of its role in the formation and development of the personality potential of a creative manager of social projects.

The practical significance of the article is reflected in the possibility of using theoretical aspects of creative management in the process of managing social design. It has been proven that creative management in social design in the system of professional training of social work specialists ensures the development of effective leadership, innovation, stimulation of experiments, self-improvement based on the latest knowledge; focus on the uniqueness and originality of a socially oriented product (service) and effective motivation for the realization of creative potential.

In further research, it is planned to develop a system of creative management indicators in social design.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції суспільного розвитку в умовах нестабільності та невизначеності диктують нові вимоги перед людством. Розуміючи, що глобалізаційні процеси не зупиняються і не підлаштовуються під уявлення про них, перед освітою постають нові виклики, адже необхідно забезпечити підготовку мобільних, мислячих фахівців, які будуть забезпечувати функціонування новітніх економічних моделей та ефективних управлінських матриць.

Негативні соціально-економічні і політичні події в українському суспільстві, що породжують соціально-економічні, політичні, етнічні та психологічні проблеми, актуалізують діяльність

інститутів соціальної галузі, що мають на меті допомагати суспільству розв'язувати окреслені труднощі та проблеми.

Одночасно, спираючись на те, що «епоха ідей» безпосередньо вплинула і на вектор розвитку соціальної сфери, професійна підготовка фахівців із соціальної роботи потребує формування та розвитку креативних навичок і творчого підходу при вирішенні поставлених задач та реалізації соціальних проєктів.

Метою статті є визначення ролі креативного менеджменту в соціальному проєктуванні в системі фахової підготовки фахівців із соціальної роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні основи соціального проєктування були проаналізовані в роботах таких учених, як Г. Тимошко, А. Семез, Г. Нагорна та інші. У контексті нашого дослідження певний науковий інтерес становлять праці Т. Дрідзе, О. Продіуса, Ю. Калініченко, К. Процака як такі, що присвячені аналізу феномена креативного менеджменту в системі управління проєктами. У процесі аналізу наукової думки авторів було з'ясовано, що питання дослідження креативного менеджменту в системі управління соціальними проєктами досліджено недостатньо та потребує вивчення.

Виклад основного матеріалу. Пріоритетною метою соціального проєктування безпосередньо як виду управлінської діяльності є створення проєктів.

З огляду на те, що сам процес соціального проєктування – це самодостатня діяльність, спрямована на досягнення поставлених цілей та вирішення проблем і задач визначених соціальних цільових груп, можна стверджувати, що соціальний проєкт призначається для відображення майбутнього бажаного стану системи, що виникає внаслідок певних дій учасників процесу, із залученням комплексу ресурсів (трудових, фінансових, матеріальних) та методів (інтелектуальних, пізнавальних, евристичних, креативних, та ціннісних).

Кінцевою метою реалізації будь-якого соціального проєкту є зміна соціального середовища, що неможливо без здійснення інновації.

Соціальні інновації можуть мати різні форми, обрання яких зазвичай не випадкове. Воно диктується часом, установками даної історичної епохи і співтовариства людей. Соціальне проєктування у своїй основі передбачає певні соціальні зміни. Вони задумуються, одержують обґрунтування, плануються. Інакше кажучи, соціальне проєктування є різновидом інноваційної діяльності [7, ст. 7].

Інноваційна діяльність у процесі реалізації соціальних проєктів, створюючи імпульс генерування нових ідей та знань, виступає каталізатором управління креативним потенціалом учасників, що втілюють його в життя.

Управління проєктами (project management) в системі соціального проєктування за допомогою формування динамічного плану надає реалістичну картину програмованої поведінки проєкту.

У свою чергу, креативний менеджмент забезпечує реалізацію креативного потенціалу учасників реалізації проєктів, формування та розвиток потенціалу менеджера креативного типу.

Тому дуже важливо у професійній підготовці фахівців із соціальної роботи забезпечити формування креативної компетентності здобувачів освіти.

Е. Торренс у своїх працях виокремив такі компоненти креативності:

- підвищену чутливість до актуальних проблем, до дефіциту або суперечливості необхідних знань;

- дії щодо пошуку способів вирішення цих рішень, які засновані на генеруванні гіпотез, перевірці і зміні гіпотез за необхідності та формулюванні результату рішення.

Для оцінки креативності в системі професійної підготовки фахівців із соціальної роботи застосовуються різні тести дивергентного мислення, особистісні опитувальники, аналіз результативності діяльності.

Вивчення факторів творчих досягнень здійснюється за двома напрямками:

- 1) особистісні фактори – аналіз життєвого досвіду та індивідуальних особливостей творчої особистості;

- 2) аналіз творчого мислення – фактори креативності: швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність при їх вирішенні та ін. [9, с. 117].

Креативність із позиції економіки та управління – це здатність створювати і знаходити нові ідеї, відхиляючись від прийнятих схем мислення, успішно вирішувати завдання, які постають перед підприємством, нестандартним чином. Креативність передбачає бачення проблем під іншим кутом, наслідком чого є розробка оригінальних способів їх вирішення. Отже, креативність є важливою рисою лідера, управлінця, а креативний менеджмент – важливою частиною системи управління соціального проєктування [2, с. 3–6].

Проектування в соціальній роботі – це не лише індивідуалізована творчість соціального працівника, але і його особистісний бренд, ідеологія, яка має межі, що детерміновані необхідністю уважного, відповідального ставлення фахівців соціальної роботи до здійснення проєктної діяльності, спрямованої на оптимізацію життєдіяльності клієнта (групи клієнтів), усунення небезпек, нівелювання особистості клієнтів і фахівців із соціальної роботи в процесі виконання проєкту [5, с. 128].

Т. Дрідзе та Г. Нагорна у своїх працях стверджують, що у процесі соціального проєктування організація або людина, перш ніж зробити певні дії, спочатку обмірковують декілька варіантів, одному з яких після порівняння надається пере-

вага. Окрім того, соціальне проектування розглядають як «специфічну діяльність, пов'язану з науково обґрунтованим визначенням варіантів розвитку новітніх, модернізованих соціальних об'єктів, явищ і процесів із кардинальною зміною їхніх соціальних характеристик. При цьому об'єктами соціального проектування, як правило, стають соціальні явища, соціальні інститути та процеси і [6; 8].

Вирішення будь-яких соціальних проблем, прийняття будь-якого рішення, а відповідно, і проектування, планування соціальної роботи будуються за відповідною управлінською логікою. Структура управлінської логіки проектування та програмування в менеджменті соціальної роботи розкривається через такі її елементи: – визначення і формування мети або системи цілей, які переслідує в певний період діяльність соціальної служби; – аналіз початкового рівня розвитку об'єкта соціальної роботи в період, який передував проектному періоду, та уточнення актуальності нової діяльності через впорядкування параметрів досягнутого рівня та його структури до початку цього періоду; – узгодження, збалансування потреб клієнтів та ресурсів на різних рівнях шляхом подолання протиріч, невідповідностей та врахування обмежень соціальної роботи вимогами до якості результату, можливими рамками витрат та ресурсів конкретної соціальної служби. Ієрархія потреб формує групування ресурсів та підготовку управлінського рішення за формою проекту, моделі, програми, плану [5, с. 129].

Зважаючи на специфіку та функції проектування в соціальній роботі, модель впровадження інструментів креативного менеджменту в соціальному проектуванні є системою дидактичних цілей, які ґрунтуються на соціальному замовленні, основні положення якого передбачені Законом України «Про вищу освіту» [3], освітньо-кваліфікаційною характеристикою та освітньо-професійною програмою та галузевими стандартами вищої освіти підготовки фахівців спеціальності 231 «Соціальна робота» [1].

На реалізацію завдань, формування та розвиток загальних та фахових компетентностей та забезпечення нормативного змісту підготовки здобувачів вищої освіти направлені складові частини моделі впровадження інструментів креативного менеджменту в соціальному проектуванні: аналіз визначення цілей діяльності, прогнозування уявлень про засоби досягнення соціальних цілей, організацію виконавців соціального проекту, визначення критеріїв та процедур моніторингу та

оцінювання результатів діяльності за умов створення творчої атмосфери процесу проектування та формування креативної команди, а також забезпечення стимулювання творчої активності учасників реалізації соціального проекту (Рис. 1).

Отже, відповідно до моделі впровадження інструментів креативного менеджменту в процесі реалізації соціального проекту на стадії ідентифікації та формулювання цілей забезпечується формування креативної команди та створення творчої атмосфери процесу.

Стадія запровадження реалізації проекту характеризується фазою розвитку креативного потенціалу учасників соціального проекту. Креативні навички особи, що реалізує соціальний проєкт (фандрайзера), розвиваються в процесі пошуку та забезпечення участі донорів у вирішенні соціальних проблем, у формі безприбуткового проєкта та спонукання його до ролі соціального інвестора. Кожен донор потребує індивідуального підходу. Це зумовлено рядом факторів, таких як: сфера та вид діяльності організації (особи), історія виникнення, життєдіяльності, поставлені пріоритети, мета, цілі і способи їх досягнення, умови існування та розвитку тощо, що формує свої особливості та відмінні риси співпраці для кожного донора [4, с. 118].

Застосування креативних технік генерування ідей та оцінювання проєкту відбувається на стадії оцінювання та програмування проєкту соціального спрямування.

Отже, можна стверджувати, що креативний менеджмент у соціальному проектуванні в системі фахової підготовки фахівців із соціальної роботи забезпечує розвиток ефективного лідерства, новаторства, стимулювання експериментів, самовдосконалення на основі новітніх знань; орієнтацію на унікальність і оригінальність соціально спрямованого продукту (послуги) та ефективної мотивації реалізації творчого потенціалу.

Висновки і перспективи подальших розробок у цьому напрямі. Узагальнюючи проведені дослідження, вважаємо, що система прийомів, методів проектування і планування в соціальній роботі у симбіозі із застосуванням інструментів креативного менеджменту, спрямованих на розвиток креативних здібностей студентів, мотивуватимуть їх до розуміння кінцевої ідеї соціального проєкту, аналізу необхідної інформації та забезпечить продукування ідей, нових нестандартних поглядів і рішень в управлінні стадіями його реалізації.

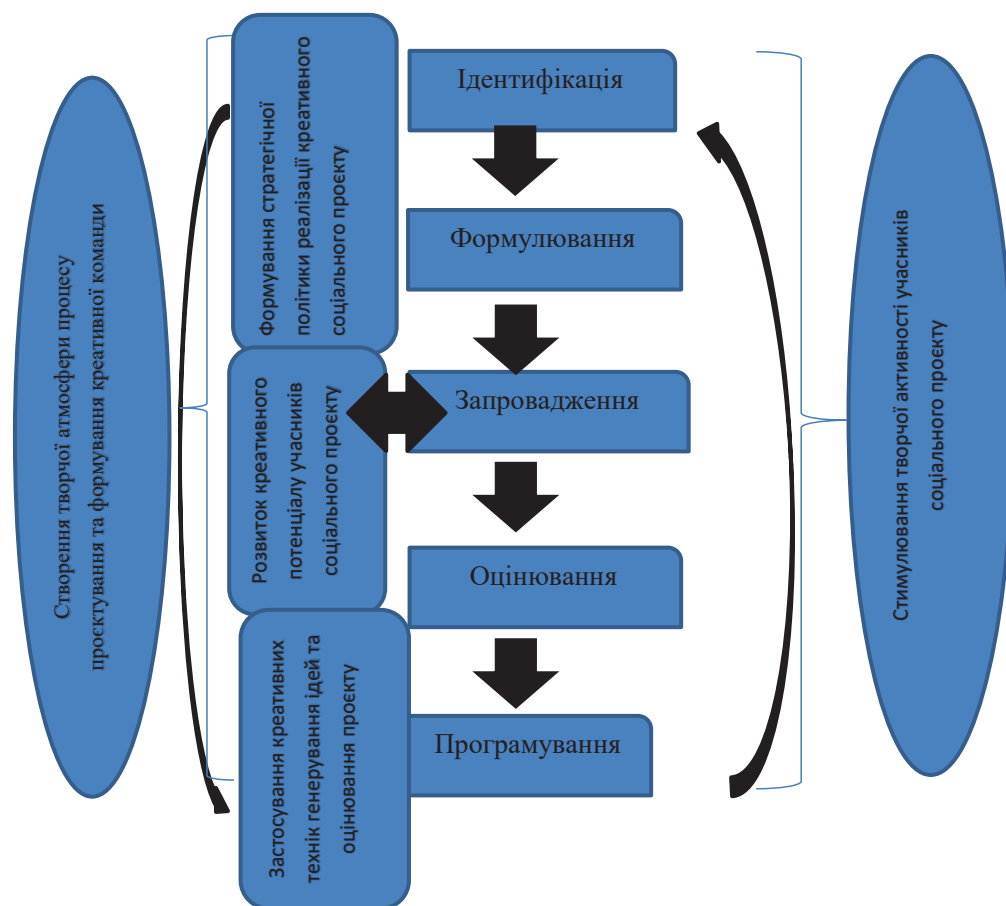


Рис. 1. Модель впровадження інструментів креативного менеджменту в соціальному проєктуванні

ЛІТЕРАТУРА

1. Галузеві стандарти вищої освіти підготовки фахівців спеціальності 231 «Соціальна робота». URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/05/06/231-sotsialna-robota-magistr.pdf>.
2. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества, 2008. С. 3–8.
3. Закон України «Про вищу освіту». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/GF7G700A>.
4. Кушнір Н.С. Фандрайзинг як технологія реалізації маркетингу соціальних проєктів спрямованих на формування соціальної відповідальності (на прикладі фестивалю соціальної реклами «Соціальний плакат-ідеальний світ»). *Наукові записки ЦДПУ. Серія: Педагогічні науки*. С. 117–120.
5. Тимошко Г.М. Менеджмент соціальної роботи : навчальний посібник. 2011. 308 с.
6. Нагорна Г.О. Використання соціального проєктування у процесі підготовки та реалізації державних реформ. *Ефективність державного управління : зб. наук. пр.* 2015. Вип. 42. С. 94–99.
7. Семез А.А. Соціально-педагогічне проєктування : навчально-методичний посібник для студентів вищих педагогічних навчальних закладів спеціальності 6.010106 Соціальна педагогіка. 2012. 132 с.
8. Тощенко Ж.Т. Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. 2013. 415 с.
9. Torrance E. P. Guiding Creative Talent – Englewoodcliffs. N. Y. : Prentice-Hall, 1962. 117 с.

REFERENCES

1. Haluzevi standarty vyshchoi osvity pidhotovky fakhivtsiv spetsialnosti 231 «Sotsialna robota». [Industry standards of higher education for training specialists in specialty 231 "Social work"]. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/05/06/231-sotsialna-robota-magistr.pdf>.

mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/05/06/231-sotsialna-robo-
ta-magistr.pdf

2. Zhuravlev V. A. (2008) Kreativnoje myshlenye, kreativnyi menedzhment i innovatsionnoje razvitije obshchestva. [Creative thinking, creative management and innovative development of society]. P. 3-8.
3. Zakon Ukrainy «Pro vyshchu osvitu». [Law of Ukraine "On Higher Education"]. URL:<https://ips.ligazakon.net/document/GF7G700A>
4. Kushnir N.S. Fandraizynh yak tekhnolohiia realizatsii marketynhu sotsialnykh proektiv spriamovanykh na formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti (na prykladi festyvaliu sotsialnoi reklamy «Sotsialnyi plakat-idealnyi svit»). [Fundraising as a technology for the implementation of marketing of social projects aimed at the formation of social responsibility (on the example of the festival of social advertising "Social poster-ideal world")]. Scientific notes of the Central State University. Series: Pedagogical sciences. P. 117-120.
5. Tymoshko H. M. (2011) Menedzhment sotsialnoi roboty: navchalnyi posibnyk. [Management of social work: study guide]. 308 p.
6. Nahorna H.O. (2015) Vykorystannia sotsialnoho proektuvannia u protsesi pidhotovky ta realizatsii derzhavnykh reform. Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia : zb. nauk. pr. [Use of social design in the process of preparation and implementation of state reforms. Efficiency of public administration]. Vol. 42. P. 94–99.
7. Semez A.A.(2012) Sotsialno-pedahohichne proektuvannia: Navchalno-metodychnyi posibnyk dlia studentiv vyshchykh pedahohichnykh navchalnykh zakladiv spetsialnosti 6.010106 Sotsialna pedahohika [Socio-pedagogical design: Educational and methodological manual for students of higher pedagogical educational institutions, specialty 6.010106 Social pedagogy]. 132 p.
8. Toshchenko T. (2013) Tezaurus sotsyolohyy. Kn. 2. Metodolohiya y metody sotsyolohycheskykh yssledovanyi: temat. slov.-sprav. [Thesaurus of sociology. Book 2. Methodology and methods of sociological research: topic. dictionary of words]. 415 p.
9. Torrance E. P. (1962) Guiding Creative Talent – Englewoodcliffs. 117 p.