

УДК 37.091.25-026.15:33

DOI: 10.31470/2518-7600-2019-8-336-350

**CREATIVE CLASS AS AN ELEMENT OF MODERN
SOCIO-ECONOMIC PROGRESS**

**КРЕАТИВНИЙ КЛАС ЯК ЕЛЕМЕНТ НОВІТНЬОГО
СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОСТУПУ**

**КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС КАК ЭЛЕМЕНТ НОВЕЙШЕГО
ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Людмила Шимченко,

кандидат філософських наук,
доцент кафедри
документознавства

shymchenkoL@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-2165-1377>

ID: 0000-0002-2165-1377

ДВНЗ «Переяслав-

Хмельницький державний

педагогічний університет

імені Григорія Сковороди»,

м. Переяслав-Хмельницький,

вул. Сухомлинського, 30,

Київська обл., Україна, 08401

Ljudmila Shimchenko,

candidate of philosophical
sciences, associate professor of
scientific discipline of
documentation

shymchenkoL@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-2165-1377>

ID: 0000-0002-2165-1377

Pereiaslav-Khmelnytskyi

Hryhorii Skovoroda State

Pedagogical University, 30,

Sukhomlynsky Str.,

Pereiaslav-Khmelnytskyi,

Kyivregion, Ukraine, 08401

ABSTRACT

World society is in the transformation process manifesting itself at different levels, in different forms; reaches different levels of depth and intensity; leads to both positive and negative consequences. One of the negatives is the decline in living standards of the majority of the population, and the positive is the active search by a person for himself in this new «digital» world. New ways of thinking, new skills and ideas provide the modern progress connecting people into groups, classes, societies, capable to new development.

The purpose of the paper is to study the system of forming creative class as innovators of thought, idea, innovation, progress.

The essence of the concept of «creativity» is explained by means of indicators of information, ideas, creation, knowledge and innovation. The study shows the increased attention of scientists to the creativity concept as a process that has covered world development. Therefore, the author concludes that the regularity of the concentration of the investigated phenomenon under the transformational conditions ensures the «optimal» search and intensifies the transition to the «knowledge economy».

Analyzing the forms of application of creativity, the author draws attention to the final product – innovations, which have given the beginning for development of the creative industries, thus there was the process of forming creative class. The article describes the system of forming creative class and creative industries as important mechanisms for overcoming the problem of transition from industrial to information economy, as a form of new employment of the population, as a direction of uniting creative, initiative, talented and ideological people.

Studying the process of functioning of the creative industries the author draws attention to their combination with the system of «smart specialization», which as a result provides the transition to the information economy. The creative industries provide the development for forming the creative economy that has been considered as a new model of growth by means of human capital. The author argues that the effective combination of human capital with the elements of «smart specialization» guarantees the modernized development of the regions and facilitates the influx of investment in both economic and social processes, thus ensuring the formation of socio-economy. In socioeconomics, creativity is considered as a formative element ensuring the personal becoming of a man with the priority of «being», not just «having».

As a result of the research, it has been found that the process of forming creative class and developing the creative economy depends chiefly on a man, society and effective public policy.

Key words: *creativity, creative class, creative industries, creative economy, knowledge economy, creation, innovations, «smart specialization», socioeconomics, digital technologies.*

Постановка проблеми. Розвиток сучасного світу, свідками й активними учасниками якого ми є, пов'язаний з переходом від індустріальної до інформаційної епохи та має особливістю – приреченість на розбалансованість світового процесу, а ноопроцеси, які в ньому відбуваються, з одної сторони – наближають людство до планетарного співробітництва, а з іншої – загострюють хаос, породжують біфуркаційні процеси, спонукають до пошуку нового. В процесі пошуку акцент все більше робиться на цифрові технології, що мають як позитивну сторону – витіснення фізичної праці автоматизованою, комп'ютеризованою, роботизованою та негативну – зростання безробіття, зниження життєвого рівня населення, маргіналізація частини суспільства. В пошуку виходу зі складної ситуації велика частина населення вдається до перекваліфікації, міграції, перенавчання, перехід на рівень некваліфікованої праці.

Проблеми виникають не лише в людини, а й в держав, цілих регіонів, особливо тих, що були прив'язані до індустріального виробництва. Тому виникає необхідність пошуку шляхів подолання проблем і регіонального, і загальнодержавного, і особисто людського рівня. Суттєві зміни в світових процесах призводять до змін і в системі суспільних цінностей. Нові суспільні цінності пов'язані з формуванням тих соціальних сил, які покликані поетапно виводити суспільство і держави на новий, більш прогресивний етап розвитку. Науковці сучасності під такими рушійними соціальними силами розуміють креативний клас. Для України, з її політичними змінами, дослідження проблем формування, функціонування та перспективності креативного класу, як рушійної сили економіки та соціальних змін, є життєво необхідними.

Аналіз досліджень і публікацій. Американський вчений Річард Флорида, аналізуючи розвиток Америки, вказав на особливість її економіки, пов'язаної з творчістю професій «креативного класу» (Флорида Р.: 2005). З метою формування креативного класу необхідним постає зміна в системі освіти, на чому й концентрує свою увагу К. Робінсон (Робінсон: 2014, 2016). В Україні питанням креативного класу дослідницьку

увагу приділяють І.Вахович (Вахович: 2014), О. Є. Сакало (Сакало: 2015), С. А. Давимука (Давимука: 2016, 2017), Л. І. Федулова (Федулова: 2016), О. Чуль (Чуль: 2014-2017). Роль креативної економіки в системі євроінтеграції досліджували Ю. В. Ушкаренко, А. В. Чмут (Ушкаренко, Чмут: 2017, 2018) та інші.

Метою статті постало: дослідити систему становлення креативного класу, як новаторів думки, ідеї, інновації, поступу. Відповідно до поставленої мети були сформульовані **завдання** по розгляду: креативних індустрій, виразником суті яких виступає креативний клас та креативної економіки, основними суб'єктами якої виступають креативні індустрії.

Виклад основного матеріалу. Поява нових технологій та автоматизованих високотехнологічних виробництв сприяли неоіндустріалізації, забезпечили поетапний перехід до інформаційного суспільства та економіки знань. Все більше економіка розвинутих держав інтелектуалізується; з'являються нові ідеї, які за рахунок мобільності бізнесу комерціалізуються в інновації. Інтелектуальна власність перетворюється на найбільш цінний економічний ресурс, а креативність можна вважати основою економічної цінності.

Концентрація креативних елементів забезпечує можливість розвитку нового типу економіки – креативної економіки, під якою С. А. Давимука та Л. І. Федулова пропонують розуміти «економічні відносини, що виникають у взаємодіях господарюючих суб'єктів стосовно обміну і споживання продуктів інтелектуальної діяльності, що ґрунтуються на інтелектуальній власності» (Давимука С. А., Федулова Л. І. с. 24). Креативна економіка є відмінною від традиційної індустріальної не лише переважаючою інтелектуальною власністю, що забезпечує нові форми і механізми економічного зростання, породжує нові джерела створення доданої вартості та формування відповідних бізнес-моделей, але, що є особливо значущим – виставляє нові вимоги до фактору праці.

Творчі здібності, культура праці, знання глибина, творча ініціатива, інноваційна самореалізаційність – далеко не повний перелік якостей людини праці в креативній економіці.

Особливістю фактору праця в креативній економіці є факт творчості та новаторства, тому й метою сучасної економіки є – максимізація людського потенціалу, креативність, швидкість отримання нових знань, професійна мобільність.

Творчість обов'язково пов'язана з натхненням автора, а креативність – з осмисленням потреби в створенні того, що потрібне суспільству якраз в даний час і тим методом, який для людства є найбільш прийнятним. Творчість як натхнення, є первинним елементом у синтезованому зв'язку з креативністю, під якою можна розуміти своєрідну технологію організації творчого процесу. Даний процес спирається на внутрішню мотивацію, як стимулятор до дії, перш за все пов'язаний з набуттям знань, необхідних для здійснення задуманого. В момент, коли знань стає достатньо для постійного практичного застосування, розпочинається процес набуття навичок.

Чим успішніший в плані досягнення якості процес, тим швидше тандем «знань-навичок» переростає в систему досвіду, що сприяє формуванню винахідливості в нестандартних ситуаціях, гнучкості в системі можливих/неможливих видозмін, наполегливості у досягненні поставленої мети. В перерахованих процесах формується надважливий технологічний елемент – креативне мислення, яке в поєднанні з різними рівнями мотивації, забезпечує ефект досягнення поставленої мети, формує переконаність в наявності працюючого інтелекту, виступає стимулятором до самореалізації, породжує бажання результативної інноваційної діяльності. Так поступово відбувається формування креативного класу.

Отже, формування творчості, креативності у трансформаційних умовах є необхідністю оновлення фактору праці, як гарантія зміни сучасності задля стабільного поступу в більш безпечне майбутнє. Процес формування креативності, як осмислення потреби в забезпеченні змін майбутнього, потребує ретельних змін в самому суспільному процесі та в системі державної політики (переважно освітньої, соціальної, інформаційної, безпекової, економічної). Оскільки трансформаційні процеси охопили світові країни в ході застосування цифрових технологій, то рекомендації державам

щодо змін їх розвитку в напрямку забезпечення переходу до нової економіки (інформаційної, знаннєвої, креативної) відбуваються на рівні ООН, Світового банку, ЮНЕСКО та інших міжнародних організацій.

Акцентується увага на технологічних змінах, пов'язаних з квантовими обчисленнями, геномікою, нанотехнологіями, штучним інтелектом, робототехнікою та ін. Дані технологічні зміни звичайно ж вносять кардинальні зміни у сфери як матеріального, так і нематеріального виробництва. Суттєвими є зміни і у всіх сферах життя людини, пов'язані з новими видами діяльності, з новими товарами та послугами, з новою формою організації виробництва. По-новому буде організовуватись освітній процес та система відпочинку. Тому такі рекомендації, що на світовому рівні надаються сучасним державам в напрямку новизни функціонування, необхідні для врахування в системі державного управління.

Аналіз всіх аспектів сучасного життя дає підстави говорити про:

– прогресуючу розбалансованість світового простору, що характерний для перехідної епохи з, відповідними їй, хаосом і біфуркаціями. Останні в цьому перехідному процесі якраз і виконують креативну функцію – виступають пошуковим механізмом ефективної новизни.

– ноопроцеси, пов'язані з творчою функцією науки, найвищим результатом, на даний час, якої є штучний інтелект. В цьому випадку людський розум не вичерпує свої можливості, перекладаючи творчий рух на штучний інтелект, а навпаки – множить свій креативний потенціал.

– віртуалізацію процесів, що розширюють простір пошуку новизни, роблячи цей простір більш еластичним. Віртуалізація забезпечує формування нової енергетики розвитку: в економіці – інформаційної економіки, яка переважаючою формою багатства має інформацію і цифру; в суспільному розвитку – інформаційного суспільства, що базується на нових цінностях, правилах та нормах поведінки.

Теоретики «нового» світового розвитку акцентують увагу на формуванні креативної економіки, як творчої діяльності суб'єктів в соціально-економічній трансформаційній системі,

приділяючи велику увагу формуванню креативного класу; вказують на креативні індустрії, що виробляють культурні блага, здатні об'єднувати, надихати, лікувати, змінювати свідомість, відроджувати гідність, укріплювати національну ідентифікацію. Культурні блага, крім того, вироблені креативними індустріями, набувають такої риси, як висока додана вартість, що у країнах, які підтримують спеціалістів креативних індустрій в усіх їх починаннях, забезпечує стрімкий економічний розвиток.

Відповідно до трактування сутності поняття «креативний клас» Р.Флорида вказав на вузьких спеціалістів «креативних індустрій», на «супер креативне ядро» – програмістів і математиків, архітекторів та інженерів, науковців і освітян, дизайнерів та митців, спортсменів та медіа працівників, фахівців сфери розваг. До підкласу креативних професіоналів віднесено управлінські професії, професіоналів бізнесу, права, сфери здоров'я, фінансистів, маркетологів та ін. (Давимука С. А., Федулова Л. І., с. 40).

Креативний клас базовим активом має ідею, що формується на основі пошуку нових сенсів, нових форм професійної самореалізації, на поступовій інтелектуалізації праці. Креативні ідеї є результатом розуміння кризової суспільно-економічної ситуації та спроби знайти себе в зміненій структурі суспільної праці – це як відповідь на жорсткі виклики глобалізованого світу. Креативна ідея, як результат індивідуальної творчості, розкритих навичок та прояву таланту забезпечує створення доданої вартості, появу нових робочих місць. Отже, ідея як прояв єднання творчого і креативного людського потенціалу забезпечує створення комерційно успішного продукту. Креативний та культурний людський потенціал в єдності забезпечують створення продукту, що хоч і має символічну цінність, але наділений просвітницьким потенціалом, що в трансформаційних умовах часто стає символом змін в політичному, науковому та технологічному сенсі. Креативна ідея, таким чином, стає ресурсом для інноваційного процесу розвитку певних виробничих напрямків.

Можна сміливо говорити не лише про виробничі напрямки діяльності, а й про галузі, так як серед основних

економічних пропозицій (сировина, товар, послуги), що забезпечують економізацію діяльності, нині виділяють «враження» (продукт у вигляді незабутніх емоцій), як четверту економічну пропозицію. Найчастіше «враження» як продукт, виробляється культурними індустріями і якщо вони можуть використовуватись як сфера залучення до культурної спадщини, ментальних цінностей окремих територій, то можна сміливо говорити про елемент «розумної спеціалізації», що може проявлятися через «бренд територій». Таким чином, відбувається процес становлення «індустрії вражень», що може започаткувати суттєвий економічний напрямок діяльності, де базовою основою для функціонування є креативний клас.

Ураховуючи особливість сучасного економічного переходу до моделі сталого розвитку, що повинен забезпечити виробництво, поширення та споживання матеріальних і духовних продуктів і послуг при максимальному збереженні довкілля, формування креативних індустрій в великій мірі є позитивним результатом пошуку людством виходу зі складної ситуації зі скорочення сфери зайнятості населення, скорочення виробництва. Зайнятість в «індустрії вражень» забезпечує певні соціальні гарантії, сприяє творчій ініціативі, гарантує неперервну соціалізацію, генерує прибуток.

Креативні індустрії, на нашу думку, не потрібно зводити лише до функціонування ЗМІ, кінематографу, музики, розважальної діяльності та ін., а доречним буде більше звернути увагу і на особистісний внесок у процедуру виробництва з переходом на інноваційну та технологічно-інноваційну складову. Прикладом використання таких креативних індустрій є міста високо розвинутих держав, що в епоху виведення виробництва в країни й регіони з дешевою робочою силою, вони зіткнулися з проблемою зайнятості. Креативні технології виявились антикризовими засобами, використавши нерухомість спустілих підприємств під арт-об'єкти, під творчі майстерні для виробництва творчих продуктів і послуг. У певній мірі міста сприяли розвитку творчого потенціалу своїх громадян, забезпечили можливість самореалізації частини міського населення, допомогли підвищити якість життя окремих категорій населення,

особливо задіяних в дрібному та середньому бізнесі, забезпечити частину громадян від міграції.

В перерахованих вище видах креативної діяльності і проявляється процес регіональної розумної спеціалізації. Використовуючи методику кватрирування територій, при якій відбувається чіткий розподіл території відносно її можливого культурного та творчого використання; під кожен карту формується оцінка потенціалу креативного сектору, визначаються перспективні напрямки діяльності в економічному та соціальному плані, вибудовується відповідна політика місцевих органів влади (при потребі – державна політика). Таким чином, формуються відповідні сектори креативних індустрій, що працюють як «кластери» у формі сервісних хабів.

Розуміючи, що креативна економіка є складовим елементом національної економіки, а креативні індустрії на початковому етапі стають інструментом вирішення проблем окремих територій в плані зайнятості населення, наповнюваності місцевих бюджетів, зняття соціальної напруги, надання можливостей для самореалізації. З часом креативні індустрії окремих регіонів вливаються в загальнонаціональну економіку, а окремі виходять на міжнародний рівень. Найбільш загальний позитив від креативних індустрій полягає в можливості забезпечення нової якості життя для окремих категорій населення, сприяння укріпленню нових видів діяльності, формування комфортного проживання в межах територіальних громад та інше.

Сприяючи формуванню привабливого іміджу країни, або при намаганні зміни вектору розвитку країни з тих чи інших причин, креативні індустрії можуть стати переважаючими в плані видозміни економічних напрямків діяльності. Зустрічається інформація, що ряд країн креативні індустрії використали, щоб вирішити проблему виходу з ситуації прив'язки розвитку країни до єдиного експортного товару. Частина країн креативні індустрії намагаються застосовувати для урізноманітнення соціально-економічного та стимулювання інноваційного розвитку.

Креативні зміни призводять і до створення нових цінностей, стають привабливими для формування юридичних осіб-посередників, що свою діяльність спрямовують: на просування пропозицій креативних секторів за кордоном; займаються пошуком інвесторів; формують систему фінансової підтримки не лише окремих секторів, а й регіонів в цілому. Отже, ми все більше говоримо про креативні індустрії як про соціально-економічну (і менше, як про культурну) категорію, про креативну економіку як вагому складову національної економіки, про креативний клас, завдяки якому розвиваються і креативні індустрії, і набирає обертів та прибутковості креативна економіка, але особливо, на наше переконання – завдяки якому може триматися в даний складний час соціальна цілісність.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Вахович І. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва. *Проблеми економіки*. 2014. № 3. С. 182-186.
2. Вахович І. М., Чуль О. М. Формування стратегічних орієнтирів креативного регіонального розвитку на основі кластерного аналізу. *Бізнес інформ*. 2014. № 9. С. 57-65.
3. Давимука С. А., Федулова Л. І. Передумови формування та розвитку креативної економіки регіонів. *Регіональна економіка*. 2016. № 1. С. 12-21.
4. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів, 2017. 528 с.
5. Лошковська Х. С. Парадигмальний підхід до визначення індексної моделі креативності. *Бізнес інформ*. 2015. № 5. С. 41-45.
6. Робинсон К. Совершим же революцию в обучении! URL: http://www.ted.com/talka/nir_ken_robinson_bring_on_the_revolution.html (дата звернення: 24.09.2018).
7. Сакало О.Є. Креативний клас як провідна група сучасного суспільства. *Грані*. 2015. № 8. С. 77-80.
8. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах

європейської інтеграції. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 67-72.

9. Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011.

10. Федуллова Л.І. Перспективи розвитку креативної економіки в Україні. *Економічний вісник університету*. 2016. № 37/1. С. 63-68.

11. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика – XXI. 2005. 430 с.

12. Чуль О. М. Креативний потенціал як конвергентний чинник регіонального розвитку. *Економічний форум*. 2017. № 1. С. 77-83.

REFERENCES

1. Vakhovych, I. M. (2014). Rozvytok kreatyvnoi ekonomiky v umovakh transkordonnoho spivrobitnytstva [Development of the Creative Economy under the Conditions of Cross-border Cooperation]. *Problemy ekonomiky*, 3, 182-186 [in Ukrainian].

2. Vakhovych, I. M. & Chul, O. M. (2014). Formuvannia stratehichnykh oriientyriv kreatyvnoho rehionalnoho rozvytku na osnovi klasternoho analizu [Formation of the Strategic Guidelines of the Creative Regional Development Based on the Cluster Analysis]. *Biznes inform*, 9, 57-65 [in Ukrainian].

3. Davymuka, S. A. & Fedulova, L. I. (2016). Peredumovy formuvannia ta rozvytku kreatyvnoi ekonomiky rehioniv [Preconditions of Formation and Development of the Creative Economy of Regions]. *Rehionalna ekonomika*, 1, 12-21[in Ukrainian].

4. Davymuka, S. A. & Fedulova, L. I. (2017). *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy* [Creative Economy Sector: Experience and Development Directions]. monograph, Lviv, 528 [in Ukrainian].

5. Loshkovska, Kh. S. (2015). Paradyhmalnyi pidkhid do vyznachennia indeksnoi modeli kreatyvnosti [Paradigm Approach to Defining the Index Model of Creativity]. *Biznes inform*, 5, 41-45. [in Ukrainian].

6. Robinson, K. (2018). *Sovershyim zhe revoliutsiyu v obuchenyy!* [Make Revolution in studying!]. Retrieved from URL:

http://www.ted.com/talks/nir_ken_swxx_robinson_bring_on_the_revolution.html (Last accessed 24 September 2018).

7. Sakalo, O. Ye. (2015). Kreatyvnyi klas yak providna hrupa suchasnoho suspilstva [Creative Class as the Leading Group of Modern Society]. *Hrani*, 8, 77-80 [in Ukrainian].

8. Ushkarenko, Yu. V. & Chmut, A. V. & Syniakova, K. M. (2018). Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii [Creative Economy: the Essence of the Concept and the Significance for Ukraine under the European Integration]. *Ekonomika i suspilstvo*, 18, 67-72 [in Ukrainian].

9. Khokyns, D. (2011). *Kreatyvnaia ekonomyka: kak prevratyt ydey v denhy* [Creative Economy: how to turn ideas into money]. Moscow: Klassyka-XXI [in Russia].

10. Fedulova, L. I. (2016). Perspektyvy rozvytku kreatyvnoi ekonomiky v Ukraini [Perspectives of Creative Economy Development in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu*, 37/1, 63-68 [in Ukrainian].

11. Floryda, R. (2005). *Kreatyvnyy klass: liudy, kotoryye menyaiut budushcheye* [Creative Class: People who change the future]. Moscow : Klassyka – KhKhI, 430 [in Russia].

12. Chul, O. M. (2017). Kreatyvnyi potentsial yak konverhentnyi chynnyk rehionalnoho rozvytku [Creative Potential as a Convergent Factor of Regional Development]. *Ekonomichnyi forum*, 1, 77-83 [in Ukrainian].

АНОТАЦІЯ

Світова громадськість перебуває в процесі трансформації, що проявляється на різних рівнях, у різних формах; сягає різного рівня глибини та інтенсивності; призводить як до позитивних, так і негативних наслідків. Одним із негативів є зниження життєвого рівня великої частини населення, а позитивом – активний пошук людиною себе в цьому новому «цифровому» світі. Нове мислення, нові знання та ідеї забезпечують новизну поступу, поєднують людей в групи, класи, суспільства, здатні по-новому забезпечувати розвиток.

Метою статті, відповідно, постало: дослідити систему становлення креативного класу як новаторів думки, ідеї, інновації, поступу.

У статті розкрито змістове наповнення поняття «креативність» через показники інформації, ідеї, творчості, знань та новаторства. На основі дослідження причин збільшення уваги до креативності як процесу, що охопив світовий розвиток, дійшли до висновку про закономірність концентрації досліджуваного явища в трансформаційних умовах, що забезпечує пошук «оптимального» та інтенсифікує перехід до «економіки знань».

Аналізуючи форми застосування креативності, звернули увагу на кінцевий продукт – інновації, за рахунок яких стали розвиватися креативні індустрії, відбувся процес формування креативного класу. У статті проаналізовано систему формування креативного класу, креативних індустрій як вагомих механізмів подолання проблеми перехідного етапу від індустріальної до інформаційної економіки, як форми нової зайнятості населення, як напрямку єднання творчих, ініціативних, талановитих та ідейних людей.

Досліджуючи процес функціонування креативних індустрій, звернули увагу на їх поєднанні з системою «розумної спеціалізації», що в результаті забезпечує перехід до інформаційної економіки. Креативні індустрії забезпечують формування креативної економіки, яка була розглянута як нова модель зростання за рахунок людського капіталу. Уважаємо, що вдале поєднання людського капіталу з елементами «розумної спеціалізації» гарантує оновлений розвиток регіонів, сприяє приходу інвестицій як в економічні, так і в соціальні процеси, забезпечуючи, тим самим, формування соціоекономіки. У форматі соціоекономіки креативність виступає формотворчим елементом, забезпечуючи особистісне становлення людини з її реалізацією пріоритету «бути», а не лише «мати».

У результаті проведеного дослідження прийшли до висновку, що процес становлення креативного класу та розвитку креативної економіки в великій мірі залежить від людини, суспільства та вмілої державної політики.

Ключові слова: креативність, креативний клас, креативні індустрії, креативна економіка, знаннева економіка, творчість, інновації, «розумна спеціалізація», соціоекономіка, цифрові технології.

АННОТАЦИЯ

Мировое общество находится в процессе трансформации, проявляется на разных уровнях, в разных формах; достигает разного уровня глубины и интенсивности; приводит как к положительным, так и негативным последствиям. Одним из негативов является снижение жизненного уровня большей части населения, а позитивом – активный поиск человеком себя в этом новом «цифровом» мире. Новое мышление, новые знания и идеи обеспечивают новизну развития, объединяют людей в группы, классы, общества, способны по-новому обеспечивать развитие.

Целью статьи, соответственно, стало: исследовать систему становления креативного класса, как новаторов мысли, идеи, инновации, развития.

В статье раскрыто содержательное наполнение понятия «креативность» через показатели информации, идеи, творчества, знаний и новаторства. На основе исследования причин увеличения внимания к креативности как процессу, охватившего мировое развитие, пришли к выводу о закономерности концентрации исследуемого явления в трансформационных условиях, что обеспечивает поиск «оптимального» и интенсифицирует переход к «экономике знаний».

Анализируя формы применения креативности, обратили внимание на конечный продукт – инновации, за счет которых стали развиваться креативные индустрии, состоялся процесс формирования креативного класса. В статье проанализирована система формирования креативного класса, креативных индустрий как весомых механизмов решения проблемы переходного этапа от индустриальной к информационной экономике, как формы новой занятости населения, как направления единения творческих, инициативных, талантливых и идейных людей.

Исследуя процесс функционирования креативных индустрий, обратили внимание на их сочетании с системой «умной специализации», что в результате обеспечивает переход к информационной экономике. Креативные индустрии обеспечивают формирование креативной экономики, которая

была рассмотрена как новая модель роста за счет человеческого капитала. Считаем, что удачное сочетание человеческого капитала с элементами «умного специализации» гарантирует обновленный развитие регионов, способствует притоку инвестиций как в экономических, так и в социальные процессы, обеспечивая, тем самым, формирование социэкономике. В формате социэкономике креативность выступает формообразующим элементом, обеспечивая личностное становление человека с его реализацией приоритета «быть», а не только «иметь».

В результате проведенного исследования пришли к выводу, что процесс становления креативного класса и развития креативной экономики в большой степени зависит от человека, общества и умелой государственной политики.

Ключевые слова: креативность, креативный класс, креативные индустрии, креативная экономика, экономика знаний, творчество, инновации, «умная специализация», социэкономике, цифровые технологии.