

[Model of professional competence of a teacher of Ukrainian language and literature in the context of introduction of competence-oriented approach]. *Scientific Treasury of Education of Donetsk Region*, 1(8), 72-77 [in Ukrainian].

Zemka, O. I. (2014). Hrupy doslidnytskykh umin maibutnikh uchyteliv ukrainskoi movy i literatury [Groups of research skills of future teachers of Ukrainian language and literature]. *Pedahohichni nauky: teoriia, istoriia, innovatsiini tekhnolohii* [Pedagogical sciences: theory, history, innovative technologies], 2014, 7(41). Retrieved from [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi- & IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD = 1 & Image\\_file\\_name = PDF / pednauk\\_2014\\_7\\_27.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi- & IMAGE_FILE_DOWNLOAD = 1 & Image_file_name = PDF / pednauk_2014_7_27.pdf) [in Ukrainian].

Одержано 31.07.2020 р.

---

УДК 378:316.342.2–026.15

DOI: 10.33989/2226-4051.2020.22.221989

*Ірина Лисакова, м. Київ*

ORCID: 0000-0002-4531-6514

## **ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ЯК ІНТЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

*У статті висвітлено сучасні підходи до визначення понять «креативні індустрії», «креативний клас». Проаналізовано трансформаційні процеси, що відбуваються на світовому ринку праці та впливають на національний соціокультурний простір. Визначено, що розрив в економічному зростанні країн ґрунтується в диспропорції інтелектуального капіталу, технологій, накопичених знань і способів їх використання. Засобом усунення такої диспропорції є розвиток особливого креативного класу, формуванню якого сприятиме низка державних, політичних, правових рішень і, зокрема, перебудова системи освіти, її переорієнтація на подолання стандартизації, стимулювання творчої діяльності, різноманітність культурних проявів і поєднання науки, мистецтва й технологій.*

**Ключові слова:** *креативний клас; креативні індустрії; соціокультурний простір; творча діяльність; ринок праці; вища освіта.*

**Постановка проблеми.** У ХХІ столітті внаслідок упровадження технічних новацій та автоматизації виробництва, елімінації жорстких національних кордонів та міграційних процесів, зростаючої мультиетнічності населення планети, утвердження глобального ринку, інтернаціоналізації виробництва

та розгортання інформаційних технологій в соціумі відбуваються радикальні, раніше небачені зміни. Відмирання старих і поява нових професій, що вимагають високого рівня освіти, провокує зростання її ролі та значення. Трансформується розуміння структури та формату праці, а також самого людського капіталу. У зв'язку з цим підвищується актуальність вироблення інноваційних підходів до розуміння та дослідження соціуму, культури та економіки.

Трансформація суспільства нерозривно пов'язана з інформаційними технологіями, що відобразилося в концепції «інформаційного суспільства». Зростаюча роль знання відзначалася багатьма теоретиками постіндустріального розвитку, зокрема Д. Беллом, М. Кастельсом (2000), А. Туреном, Е. Тоффлером та ін. Водночас сучасне суспільство характеризується не просто кількістю інформації та характером обміну нею, але й тим, що «...генерування, обробка і передача інформації стали фундаментальними джерелами продуктивності та влади» (Кастельс, 2000, с. 42–43).

Спираючись на роботи названих теоретиків, можна визначити головні риси інформаційно-технологічної парадигми, важливі для нашого дослідження. По-перше, простежується висока інтеграція конкретних технологій у систему, що базується саме на інформації. По-друге, ефекти нових технологій охоплюють всі сфери і види людської діяльності. По-третє, внаслідок вищеназваного гнучкість мислення і здатність до реконфігурації інформації стає провідною рисою в суспільстві.

Когнітивна діяльність людини є дуже широкою цариною, яка формується і розвивається протягом навчання та професійного становлення. Справедливим є зауваження про те, що будь-який професіонал повинен мати певний обсяг знань і основних умінь та постійно вдосконалювати їх, щоб ефективно здійснювати свою діяльність.

З іншого боку, сучасна професійна діяльність вимагає управлінських навичок, уміння вирішувати одразу декілька завдань, урахувуючи одночасно безліч чинників, минулий досвід і стратегічні цілі. Тому створення корпусу знань і навичок неможливе без синтезу з новими відкриттями, концепціями та ідеями, без чого неможливе досягнення високих стандартів у

будь-якій професії. Саме ці процеси синтезу виводять когнітивну діяльність на новий рівень креативності, а саме: реалізації власних новаторських ідей і проєктів, намагань сказати власне слово у своїй галузі. Йдеться не про креативність лідерів, стартаперів, які пасіонарно, власним прикладом втілюють місію своєї організації чи проривний проєкт, а про креативність у роботі будь-якого професіонала. Недарма все частіше визнаються ті, хто постійно щось удосконалює у своїй професійній практиці. Життя стрімко змінюється і поняття «творчий» ми можемо застосовувати по відношенню до тих, хто враховує в роботі ці зміни, нестабільність і невизначеність умов.

Розвиток креативного мислення дитини практично розпочинається з ранніх етапів розвитку, оскільки сім'я, оточення та засоби масової інформації відіграють у її розвитку не останнє місце. Втім, перехід дитини до освітнього закладу актуалізує проблему консервативності традиційної формальної освіти. Це не завжди погано, оскільки за минулі століття освіта всіх рівнів консолідувала величезний масив знань, які треба зберігати й передавати наступним поколінням. Упродовж тривалого історичного часу було напрацьовано дієвий корпус методів і засобів, що допомагають навчати й навчатися. Але в гонитві за переданням накопиченої світової мудрості не слід забувати, що це практично неможливо: інформації забагато. Здатність не просто засвоювати, а «просіювати», організовувати та аналізувати великі обсяги інформації стає набагато важливішою. Отже, на перший план виходить не сама компетентність, а здатність гнучко пристосовувати її до плинних умов.

Соціолог Р. Флорида (2007), не заперечуючи, що ми живемо в інформаційну епоху і що сучасна економіка є «економікою знань», будує свою теорію на тому, що рушійною силою сучасної економіки є людська креативність. І саме креативність, заснована на використанні знань, є основним джерелом конкурентної переваги. Креативність як наукова категорія поки що не має вичерпного визначення, але в широкому вжитку найчастіше її розуміють як синонім творчості. Словник Вебстера трактує це поняття як «здатність творити», «здатність бути креативним», або «здатність і фантазія створювати нові речі» (Webster dictionary).

Для більшості слово «творчість» асоціюється з мистецтвом, художньою творчістю, але практично в кожній галузі людської діяльності успіх залежить від використання творчого потенціалу особистості. Дійсно, економічна та технічна креативність «підживлюється» через взаємодію з культурною, зокрема й художньою. Модифікація та покращення різноманітних продуктів, процесів свідчать, що в нашому житті креативність є поширеною практикою. На ґрунті поєднання техніки і художньої творчості виник новий вид індустрій – креативні, що вже виокремилися в новий вид «креативної економіки». Тобто, дух креативності багато в чому визначає наш час. Відповідно, здатність до креативності виступає в ролі цінного товару на ринку праці (хоча власне товаром не є).

На базі економіки формуються суспільні класи. Звідси на базі креативної економіки виникає певний креативний клас. Р. Флорида (2007) у своїй книзі «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» дійшов висновку, що креативний клас здатний спричинити зміни в соціально-економічних відносинах саме тому, що до нього належить досить велика частка населення Землі, хоча іноді цього й не усвідомлює. Клас – це сукупність людей, що мають спільні інтереси та схильні майже однаково думати й відчувати. Але ці риси визначаються економічною функцією: тим видом роботи, який забезпечує їм засоби існування. Оскільки таких людей стає все більше, вони концентруються навколо місць, де забезпечується творча взаємодія та розмаїття творчих стимулів. Виникнення креативного класу вмотивовується також освітою, оскільки потужним центром концентрації, безперечно, є університет.

Останнім часом усе більше розмов точиться навколо майбутнього, зокрема стосовно професій, які будуть непотрібними протягом наступного десятиліття. На часі визначити цілі й методи освіти, бо ті, що сформульовані зараз, втратять актуальність. Зміни у світі можна вважати наслідками розвитку науки і технологій, глобалізаційних процесів, але змінюється й сама людина. Отже, поряд із новими підходами в освіті треба шукати й нові її цілі, а також усвідомлювати, як розвивати тих, хто отримує освіту сьогодні та прийде навчатися завтра.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Увага наукової спільноти до проблем розвитку креативних індустрій концентрується навколо економічного, політичного, регіонального й галузевих аспектів. Так, Н. А. Карасьова, М. О. Проскуріна (Проскуріна, 2018) розглядають детермінанти, чинники, стратегії розвитку креативних індустрій у господарстві, зокрема як джерело зростання експорту. У монографії С. А. Давимуки та Л. І. Федулової «Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови» (2017) проаналізовано досвід зарубіжних країн, вивчено тенденції, перешкоди, перспективи розвитку креативної економіки в Україні. Регіональний аспект висвітлено в ґрунтовній монографії І. М. Вахович та О. М. Чуль «Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір» (2014), а також у дослідженні Н. О. Обухової щодо розвитку культурних індустрій у контексті соціокультурних змін на прикладах великих міст України.

Менш чисельними є роботи, у яких креативні індустрії вивчаються в контексті культурології, соціології, філософії. Дослідження Л. С. Тарасюк «Креативність як феномен людського буття в культурі» (2011) в першу чергу розкриває поняття креативності, а також діалектику креативності та світогляду. Серед робіт останнього часу слід відзначити концептуальну працю В. І. Чужикова та А. С. Диндаря «Мистецька парадигма в креативній моделі глобального економічного простору» (2016), де аналізується комерціалізація арт-продукту в межах глобальної економіки.

У науковій літературі менше уваги приділено формуванню креативного класу та відповідним завданням освіти. Цій проблемі, наприклад, присвячено роботу Н. М. Сіренко, О. І. Мельник, І. В. Баришевської «Креативний клас у формуванні економіки знань» (2018). Отже, дослідження означених феноменів із культурологічної та філософської позиції є досить актуальним.

**Метою статті** є висвітлення ролі креативного класу в розвитку сучасного суспільства, умови ефективного зростання цього класу, визначення відповідних перспектив як для української системи освіти, так і соціокультурного простору загалом.

**Методи дослідження.** Для розробки загальних понять порушеної наукової теми використовувався феноменологічний

метод, який дозволив відтворити універсальні властивості категорій дослідження; діалектичний метод дав змогу справдити певні висновки; феноменологічний і герменевтичний методи уможливили проникнення в смисл деяких феноменів на основі з'ясування їх місця та функцій у культурі; метод когнітивної герменевтики спрямовано на виявлення особливостей когнітивних властивостей людини.

**Виклад основного матеріалу.** Виступаючи 1943 року в Гарварді, Вінстон Черчилль сказав: «Імперії майбутнього будуть імперіями розуму» (The Economist, 2006). Це були пророчі слова, оскільки зараз країни світу дійсно б'ються за таланти й розуми. Автори аналітичної статті з красномовною назвою «The Battle for Brainpower» («The Economist», 2006) доходять висновку, що не тільки корпорації переманюють кращих спеціалістів – випускників всесвітньо відомої програми підготовки топ-менеджерів MBA (Master of Business Administration), академічну професуру та навіть Нобелівських лауреатів. Цілі країни занепокоєні своїм «мозковим потенціалом» і намагаються знайти способи його посилити.

Структурні зміни у світовому господарстві роблять талант людини та її розумові здібності все більш важливими, зростає роль нематеріальних активів, таких як: кваліфікована робоча сила, людський потенціал, патенти, ноу-хау, бізнес-ідеї, – що перетворюються на проривні стартапи. Зараз вони складають більше половини ринкової капіталізації крупних компаній. Зростає роль складних виробничих взаємодій, що вимагають високого рівня особистого прийняття рішень. За даними журналу «The Times» (The Economist, 2006), зараз у США кількість робочих місць із таким рівнем відповідальності, створених за останні 20 років, складає близько 40%.

Не можна забувати і про демографічні процеси, про старіння населення, особливо в Європі та Японії. Згідно з прогнозами Євростату, «демографічна революція» призведе до зростання чисельності населення до середини XXI століття на 10 млн. осіб, проте понад 50% будуть становити громадяни, вік яких перевищує 65 років (Eurostat). Отже, відбувається старіння робочої сили, «вимивання» з неї найбільш досвідченої групи

працівників внаслідок виходу на пенсію (Пономаренко, 2013). Це й зараз негативно впливає на чисельність і структуру економічно активного населення, а з часом негативний вплив на економіку лише загостриться.

Наявні тенденції свідчать, що в країнах Європи зростає попит не просто на висококваліфікованих працівників, а таких, що зможуть адаптуватися до постійного інноваційного оновлення виробництва. Причому ситуація на ринку праці вимагає дієвих заходів у сфері освіти, де б результати були відчутні протягом короткого періоду. Зі свого боку державні програми, спрямовані на створення умов для прогресивного розвитку майже всіх європейських країн, передбачають залучення іммігрантів, що мають відповідний європейським стандартам рівень освіти та кваліфікації, а також надання дозволу на проживання тим випускникам-іноземцям, що закінчили навчання та отримали запрошення на постійну високооплачувану роботу за фахом. Уряди країн світу ініціюють у Міністерствах праці відкриття департаментів з управління міжнародними трудовими ресурсами. Так, у Сінгапурі в Міністерстві трудових ресурсів існує відділ із красномовною назвою «Intelligence Department», що можна перекласти як «департамент розвідки розумових ресурсів», який забезпечує оперативну інформацію для вироблення політики ефективного використання та управління іноземною робочою силою (Ministry of Manpower Singapore).

Це означає, що держави вступили в боротьбу за молоді таланти, а також намагаються використовувати нові джерела талантів і управляти ними. Причому «одержимість талантами» не обмежується лише крупними корпораціями, її можна знайти скрізь, починаючи від готельних мереж і закінчуючи роздрібною торгівлею. Як правило, керівники вважають, що доклали максимум зусиль для реінжинірингу та автоматизації виробництва, і тепер прийшов час підвищити продуктивність через оптимальне використання людського капіталу.

В ІТ-галузі за останнє десятиліття транснаціональні компанії передали повноваження бек-офісам у інших країнах, зокрема в більш «молодих» за віковим співвідношенням населення – в Індію та Китай. У цих процесах задіяні Білорусь і

частково Україна. Це означає не тільки те, що, як і в офшорах, капітал вишукує найвигіднішого вкладення, але й те, що іде «полювання на таланти».

Конкуренція за таланти пропонує багато переваг, і чим більше країн і компаній змагатимуться за нього, тим більше шансів, що обдарована молодь буде належно оцінена. Але тут очікується багато прихованих перешкод. Таланти не завжди рівномірно розподіляються між расами, класами та статями. Оплата праці жінок, наприклад, не відповідає оплаті праці чоловіків на рівноцінних посадах, а талановиті індійці готові виконувати роботу в ІТ-компанії за меншу оплату, ніж європейський працівник. Тобто, глобальний вільний ринок праці породжує шалену конкуренцію і політичні проблеми.

Ще однією дуже помітною соціокультурною рисою є те, що поступово згасає лояльність до роботодавця. Старий соціальний контракт – забезпечення робочим місцем в обмін на лояльність – руйнується. Все більше працездатних молодих людей не затримуються на одному робочому місці, а будують кар'єру, вишукуючи більш вигідні вакантні місця в інших компаніях і на підприємствах. Номадизм на ринку робочої сили підкріплюється тенденцією до поширення фрілансу. Все більше людей не бажають бути прив'язаними до певного робочого місця й організовують свою працю з будь-якого місця через виконання робіт для різних роботодавців. Вони, як правило, роблять це не заради великих прибутків, а через своє розуміння лайфстайлу.

Щороку компанія фінансових послуг Payoneer проводить опитування фрілансерів по всьому світу. Звіт за 2020 рік (який охопив понад 7000 фрілансерів із 150 країн світу) показав, що майже 70% опитаних мають вік до 35 років, а 21% – до 25 років. Приблизно 69% респондентів працюють позаштатно, а в 77% фріланс є єдиним джерелом доходу. Опитування показало досить високий рівень задоволеності вільним способом життя – чотири із п'яти на рейтинговій шкалі (Payoneer's 2020 Freelancer Income Report). Утім, є в цьому звіті й тенденції, які насторожують. Наприклад, фрілансери, що мають середню освіту, заробляють більше, ніж їх однолітки із закінченою вищою освітою. Це пов'язано з тим, що роботодавці більше дбають про свій



портфель акцій, рейтинги на ринку, і менше – про освіту своїх співробітників-фрілансерів, які ці ринкові позиції створюють своєю працею. Роботодавця цікавлять передусім досвід і практичні вміння, що не може не позначитися на привабливості вищої освіти.

Друга небезпечна тенденція, яку продемонстрував аналізований звіт, – те, що погодинний рівень оплати фрілансерам у віці від 55 до 64 років майже вдвічі перевищує показник оплати працівникам 25-34-літнього віку (міленіали) і навіть вище, ніж у фрілансерів «покоління Z». Це свідчить про те, що сучасний рівень освіти не відповідає запитам ринку праці.

Окрім того, робоча сила стає більш вільною і менш стандартизованою. Вони можуть бути будь-якого віку, рівня освіти, статі, етнічного походження, бо креативність від цього не залежить. Зникає стандартизація робочих місць, корпоративні правила щодо стилю одягу та графіку роботи. Часто працівники з різних куточків світу є частиною глобального ланцюжка розподілу праці, який діє в режимі 24/7. Менеджерам потрібно не тільки управляти працівниками в різних країнах (часто з дуже різними функціями і обов'язками), а й працювати з людьми, які мають різний тип менталітету. Це призводить до більшої конкуренції менеджерів, зокрема в соціокультурній сфері.

Усі проаналізовані вище тенденції свідчать, що до «війни за креативного працівника» слід ставитись серйозно, особливо в галузі освіти. Виникає запитання: що треба зробити, щоб не опинитися поза магістральним рухом? По-перше, постійно створювати умови для творчого самовираження молодих людей, надавати їм можливість самостійно знаходити нові його форми. Для виховання творчого людського капіталу нації необхідне підґрунтя у вигляді яскравої та різноманітної аудіовізуальної, видавничої культури, динамічного мистецького життя. По-друге, варто поширювати та урізноманітнювати знання молоді в різних галузях, розкривати обрії для молоді, необхідні для міжнародної консолідації. По-третє, потрібні потужні державні й суспільні механізми культурного відродження і підтримки культури, стимулювання мистецького контенту. За твердженням Ш. Вентуреллі, «...нація без трепетної творчої праці художників,

письменників, дизайнерів, сценаристів, драматургів, музикантів, кінопродюсерів, режисерів, акторів, хореографів не виплекає інженерів, учених, дослідників, а інтелігенція не зможе оволодіти необхідною базою знань для досягнення успіху в галузі інформаційної економіки і залежатиме від ідей, створених у інших місцях» (Venturelli, 2000, с. 15).

У міру зростання економічної важливості культурних і творчих ресурсів ми будемо потребувати змін у системі освіти, які вже є актуальними зараз. Сучасне інформаційне суспільство вимагає навченої, але не стандартизованої робочої сили: освоєння базових навичок і наслідувальне навчання необхідні на збиральному конвеєрі, але абсолютно неадекватні вимогам творчого інноваційного суспільства. Розвинуті інтелектуальні та творчі навички, які підкріплюються міждисциплінарним і незалежним критичним мисленням, стають необхідними на все більш ранніх ступенях освіти, починаючи із дошкілля. Критична важливість якості освіти для економіки, що базується на людському капіталі, породжує також необхідність перегляду змісту знань, які надаються на всіх ступенях освіти, поглиблення зв'язку між наукою та мистецтвом, залучення уяви і фантазії, наукових знань, технологічної грамотності, розуміння глибокого взаємозв'язку між найдрібнішими частинами світобудови.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Креативна праця – це одна з ознак суспільства майбутнього, яке цінить і винагороджує широкий спектр найрізноманітніших талантів. Креативний клас – це сила розуму, здатність вирішувати складні проблеми або винаходити нові рішення. Тому становлення й розвиток креативного класу є одним із першочергових завдань системи освіти, зокрема вищої. Наукові розвідки в цьому напрямі мають скеровуватися на поглиблення соціокультурної складової, а саме: тісний зв'язок освіти і культури з технологічними інноваціями і глобальним поширенням доступу до знань. Глобальний рейтинг креативності в 2015 році показав, що Україна знаходиться на 45 місці серед 139 країн. Однак рівень освіти населення, у якому наша держава посідає 11 місце у світі, дозволяє сподіватися, що саме цей резерв дозволить їй стати на позиції лідера у формуванні креативного класу.

### Список використаної літератури

- Вахович, І. М., & Чуль, О. М. (2014). *Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір*. Луцьк: Вежа-Друк.
- Давимука, С. А., & Федулова, Л. І. (2017). *Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови*. Львів: Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України.
- Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. Москва: ГУ ВШЭ.
- Пономаренко, І. В. (2013). Дослідження впливу старіння населення на чисельність та структуру економічно активного населення в Україні та країнах Європи. *Ефективна економіка*, 1. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2013\\_1\\_54](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_1_54).
- Проскуріна, М. О. (2018). *Організаційно-економічний механізм культурної індустрії України*. Київ: Національна академія управління.
- Сіренко, Н. М., Мельник, О. І., & Баришевська, І. В. (2018). Креативний клас у формуванні економіки знань. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*, 1, 45-54.
- Тарасюк, Л. С. (2011). *Креативність як феномен людського буття в культурі* (Дис... канд. філос. наук). Національний пед. університет імені М.П. Драгоманова, Київ.
- Флорида, Р. (2007). *Креативний клас: люди, которые меняют будущее*. Москва: Классика XXI.
- Чужиков, В. І., & Диндар, А. С. (2016). Мистецька парадигма в креативній моделі глобального економічного простору. Верб, В. А. (Голов. ред.). *Стратегія економічного розвитку України* (Vol. 39, p. 30-39). Київ: КНЕУ.
- Could You be Charging More as a Freelancer? 4 Takeaways from Payoneer's 2020 Freelancer Income Report. (2020). *Payoneer Bloog*. Retrieved from <https://blog.payoneer.com/freelancers/industry-tips-fl/2020-freelancer-income-report/>.
- Eurostat. (2020). Site of European Comission. Retrieved from <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Ministry of Manpower Singapore. (2020). Official site. Retrieved from: <https://www.mom.gov.sg/about-us/divisions-and-statutory-boards/foreign-manpower-management-division>.
- The Battle for Brainpower (2006). *The Economist*, October 7, 3. Retrieved from <https://www.economist.com/special-report/2006/10/07/the-battle-for-brainpower>.
- Venturelli, Sh. (2000). From the information economy to the creative economy: Moving Culture to the Center of International Public Policy. *GIA Reader*, 12(3), 39. Retrieved from <https://www.giarts.org/reader-12-3>.
- Webster Dictionary. (2000). Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/creativity>.

*Irina Lisakova*

### FORMATION OF A CREATIVE CLASS AS AN INTENTION FOR HIGHER EDUCATION DEVELOPMENT

*More and more cultural and government leaders are recognizing the scope and impact of the creative industries on the economy. Commercial enterprises (such as publishing, design, advertising, music, and theater), and nonprofit organizations (such as museums, concert halls, folk life centers, art schools and conservatories), – all of them are gaining recognition as an important engine of the 21st-century economy.*

*The main manpower of creative industries is the creative class. The guiding principles of the creative class include freedom of imagination, inquiry, and expression, as well as freedom of opportunity for all to participate in a vital and diverse culture. It is fundamentally different from the industrial age workforce. And it provokes important issues about training*

and workforce development, preservation of culture, and access to knowledge. The policies affecting the creative economy are being formed at a global level within international and multilateral institutions. This makes tracing their ramifications particularly complex.

The article highlights modern approaches to the definition of "creative industries", "creative class". The transformational processes taking place on the world labor market and influencing the national socio-cultural space are analyzed. It is determined that the gap in the economic growth of countries is based on the disproportion of intellectual capital, technology, accumulated knowledge, and ways to use them. The means of eliminating such a disproportion is the development of a special creative class, the formation of which will contribute to a number of state, political, legal decisions, and, in particular, restructuring the education system, its reorientation to overcome standardization and stimulate creativity, diversity of cultural events, science, art, technology.

**Keywords:** creative class; creative industries; socio-cultural space; creative activity; labor market; higher education.

### Reference

- Chuzhykov, V. I., & Dyndar, A. S. (2016). Mystetska paradyhma v kreatyvni modeli hlobalnoho ekonomichnoho prostoru [Artistic paradigm in the creative model of the global economic space]. Verba, V. A. (Ed.). *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy* (Vol. 39, p. 30–39). Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
- Could You be Charging More as a Freelancer? 4 Takeaways from Payoneer's 2020 Freelancer Income Report. (2020). *Payoneer Bloog*. Retrieved from <https://blog.payoneer.com/freelancers/industry-tips-fl/2020-freelancer-income-report/>
- Davymuka, S. A., & Fedulova, L. I. (2017). *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy* [Creative sector of the economy: experience and directions of development]. Lviv: Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Eurostat. (2020). Site of European Comission. Retrieved from <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Florida, R. (2007). *Kreativnyj klass: ljudi, kotorye menjajut budushhee* [The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life]. Moscow: Klassika XXI [in Russian].
- Kastels, M. (2000). *Informatsionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kultura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow: GU VShE [in Russian].
- Ministry of Manpower Singapore. (2020). Official site. Retrieved from <https://www.mom.gov.sg/about-us/divisions-and-statutory-boards/foreign-manpower-management-division>.
- Ponomarenko, I. V. (2013). Doslidzhennia vplyvu starinnia naseleennia na chyselnist ta strukturu ekonomichno aktyvnoho naseleennia v Ukraini ta krainakh Yevropy [Study of the impact of population aging on the number and structure of the economically active population in Ukraine and European countries]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], 1. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2013\\_1\\_54](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_1_54) [in Ukrainian].
- Proskurina, M. O. (2018). *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm kulturnoi industrii Ukrainy* [Organizational and economic mechanism of the cultural industry of Ukraine]. Kyiv: Natsionalna akademiia upravlinnia [in Ukrainian].
- Sirenko, N. M., Melnyk, O. I., & Baryshevska, I. V. (2018). Kreatyvnyi klas u formuvanni ekonomiky znan [Creative class in the formation of the knowledge economy]. *Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomia*, 1, 45-54 [in Ukrainian].

- Tarasjuk, L. S. (2011). *Kreatyvnist yak fenomen liudskoho buttia v kulturi [Creativity as a phenomenon of human existence in culture]* (Dys... kand. filos. nauk). National Pedagogical Drahomanov University, Kyiv [in Ukrainian].
- The Battle for Brainpower (2006). *The Economist*, October 7, 3. Retrieved from <https://www.economist.com/special-report/2006/10/07/the-battle-for-brainpower>
- Vakhovych, I. M., & Chulj, O. M. (2014). *Rozvytok kreatyvnykh industrii: rehionajnyi vymir [Development of creative industries: regional dimension]*. Lutsk: Vezha-Druk [in Ukrainian].
- Venturelli, Sh. (2000). From the information economy to the creative economy: Moving Culture to the Center of International Public Policy. *GIA Reader*, 12(3), 39. Retrieved from <https://www.giarts.org/reader-12-3>.
- Webster Dictionnary*. (2000). Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/creativity>.

Одержано 25.09.2020 р.