

УДК 37.015.311

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ КРЕАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЯК ФАКТОР КРЕАТИВНО-ЗНАННЄВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

© Олексенко Р. І.

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
(Мелітополь, Україна)

E-mail: roman.xdsl@ukr.net, ORCID: 0000-0002-2171-514X

Анотація. *Актуальність дослідження в тому, що* представлено умови формування креативної особистості, що є результатом формування креативно-знаннєвої економіки, в якій витребуваною є даний тип особистості. **Постановка завдання** – феномен креативної особистості як феномен і основа для формування аналогічної концепції. Саме інформаційне суспільство та соціальне підприємництво виступають головними факторами і чинниками становлення і розвитку креативно-знаннєвої економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій – ми спираємося на авторів, що досліджували «знаннєво-інтелектуальне» суспільство, в основі якого знаннєво-інтелектуальна особистість. Це твори В.Андрущенко, Т.Андрущенко, В.Вашкевича, В.Воронкової, О.Кивлюк, В.Мельник, В.Нікітенко, Р.Олексенка, О.Сосніна, С.Шарова. **Виділення недосліджених частин загальної проблеми** – концептуалізація концепції креативної особистості в умовах викликів глобального світу. В основі дослідження – теоретичні аспекти формування концепції креативної особистості як фактор формування креативно-знаннєвої економіки.

Постановка завдання – використання соціоаксіологічного та неоксіологічного підходів і методів, що дозволили глибоко проникнути в умови формування креативної особистості в умовах викликів глобалізації та інформаційного суспільства. **Виклад основного матеріалу.** Саме в основі аксіології – ціннісні орієнтації особистості, необхідні для формування інформаційно-знаннєвої економіки чи неоекономіки. Досліджено, що творчість стимулює виробництво інноваційних матеріальних і духовних благ, зумовлює прискорення комерціалізації та кінцевого споживання матеріальних і духовних благ. З'ясовано, що *homo economicus* є основою формування творчого підприємництва та його трансформації в соціальний капітал нації. Виявлено сутність культури як головної домінанти та ключового фактора формування креативно-ціннісних конкурентоспроможних фахівців.

Висновки - розкрито еволюцію від «*homo economicus*» до «*homo creativus*» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки; *створено концепцію* креативної особистості як фактор креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів глобалізації; представлено цілісне уявлення креативної особистості як фактора формування знаннєво-інформаційної економіки.

Ключові слова: інформаційно-знаннєве суспільство, креативна особистість, творчість, креативно-ціннісні орієнтації, неаксіологічний підхід

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Особливості формування креативної особистості як фактор формування креативно-знаннєвої економіки в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу має чималу актуальність.

По-перше, ключове завдання, що постає перед Україною, - це підготовка когорти високопрофесійних підприємців, що є основою розвитку креативно-знаннєвої економіки. Креативно-знаннєва економіка нами

визначається як концепція, яка динамічно змінюється і ґрунтується на креативності особистості та її активах, здатних генерувати вплив на економічне зростання і розвиток, так як в її основі розвиток людського (соціального, інтелектуального) капіталу.

По-друге, велику актуальність має розвиток таких ідей у суспільстві, як формування креативних цінностей підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу та закономірностей розвитку цього міждисциплінарного напрямку. В статті ми намагаємося досягнути етапи процесу історії

Формування концепції креативної особистості як фактор креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів глобалізації

формування креативних цінностей, формування критичної маси у цьому процесі і появу «людини креатора», різноманітні типи, властивості й наслідки формування Homo economicus, розуміючи під ними різновид соціальні-інформаційних змін.

По-третє, формування концепції креативної особистості в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу, що базуються на переосмисленні накопиченого досвіду, зокрема теоретичної побудови та наукових доказів формують нову модель концепції підготовки та розвитку креативних підприємців, починаючи з сім'ї і закінчуючи ВНЗ, та підготовку людини креативної (людини-підприємця-креатора) з її практичними навичками в умовах – інформатизації, глобалізації, інтелектуалізації сучасного суспільства, перетворення знання на ключовий ресурс розвитку, глобалізації та конкуренції, що базується на створенні наукоємних і знанневих продуктів та послуг.

По-четверте, потік нової літератури свідчить, що розвиток формування креативної особистості в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу за останні роки має подібності і відмінності, тяглість і розриви, тому ми намагаємося синтезувати важливі результати минулих досліджень, зберігаючи спадковість та запропонувати напрями майбутніх наукових пошуків у дослідженні даної проблеми [1].

Метою даного дослідження є проведення соціально-філософського аналізу феномена формування креативної особистості в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу. Все це нас привело до формування нового драйвера зростання і створення нових ринків креативно-знаннєвої економіки шляхом конвергенції існуючих виробничих технологій та нових технологій четвертої промислової революції, пов'язаної з переходом на новий технологічний уклад, та створення інновацій як основи інноваційно-креативної особистості.

Відмітимо, що вирішення даної наукової задачі у такій постановці ніколи не вирішувалась і на даний час майже не розробляється.

Мета наукового дослідження – концептуалізація феномена креативної особистості як чинника формування креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів і трендів глобального світу.

Цілі дослідження:

- розкрити особливості формування креативної особистості в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу;

- обґрунтувати сутність творчості, яка є основою формування креативно-творчої особистості;

- з'ясувати, що Homo economicus є основою формування творчо-соціального підприємництва та його трансформації в соціальний капітал нації;

- виявити сутність культури як головної домінанти і детермінанти та ключового фактора формування креативних цінностей конкурентоспроможних фахівців;

- розкрити еволюцію від «homo economicus» до «homo creativus» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки.

Об'єктом дослідження є формування креативної особистості як фактор формування креативно-знаннєвої економіки, що розглядається нами як складний соціальний феномен і динамічний процес, що розвивається у нас на очах.

Предметом дослідження – вплив глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу на формування креативної особистості та виявлення особливостей даного формування.

Концептуальний задум дослідження направлений на виявлення того, як формуються креативні цінності підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу; як впливають на підготовку майбутніх підприємців такі інституції, як сім'я, освіта, релігія, культура, тому що креативно-знаннєва економіка – це економіка, що включає в себе економічні, культурні, соціальні, релігійні, сімейні чинники, пов'язані з завданнями інтелектуальної власності, інтелектуальних технологій та креативних індустрій. Сучасне бачення формування креативної особистості в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу базується на **міждисциплінарному синтезі економіки, культури і техніки**, філософії і педагогіки, культурології і релігієзнавства, де домінування сфери послуг і творчого контенту є пріоритетним для сучасного часу [2].

Методологія дослідження

Методологія дослідження, думку, базується на соціоаксіологічному та неоксіологічному методі і підході, що дозволив розкрити суть ціннісних орієнтацій особистості, основою якої є креативність, творчість, трансформація цих

цінностей в буття особистості, що виступає культурою буття.

Виклад основного матеріалу

Особливості формування креативної особистості в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу передбачають інтеграцію різних філософських, соціологічних, культурологічних концепцій. Це і інформаційний менеджмент, і комунікаційний менеджмент, і інноваційний менеджмент, і креативна економіка, і управління інтелектуальною власністю, і комунікативне право, і сучасні форми організації, і практична філософія, які швидко влітають в себе сучасні теорії і практики як педагогічного, так і сучасного менеджменту, в основі якого культура управління, культура управління знаннями, культура управління підготовкою висококваліфікованих спеціалістів, які будуть конкурентоспроможними на міжнародній арені.

Нині за Індексом глобальної креативності Україна посідає 45 рейтингову позицію зі 139, що є досить високим показником. Ефективна економічна реалізація креативного потенціалу України потребує концептуалізованого підходу, який включає аналіз Homo economicus як основу формування творчого підприємництва та його трансформації в соціальний капітал нації та еволюцію від «homo economicus» до «homo creativus» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки [3].

Ядром формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу є креативна особистість, яка втілює в собі найвищий вияв людської діяльності – творчість, яка стимулює виробництво інноваційних матеріальних і духовних благ, що зумовлюють прискорення комерціалізації та їх кінцевого споживання. Останнє потребує створення сприятливого бізнес-середовища з належним оцінюванням креативності та легкістю започаткування нового бізнесу; розвиток культури креативної економіки та підготовка глобальних творчих талантів, зміцнення компетенції в створенні інновацій як основи креативної економіки, виходячи з того, що четверта промислова революція характеризується розвитком цифрових технологій, глобалізацією і зміною взаємодій між особистістю і суспільством.

Теоретичний дискурс особливостей формування креативно-знанневих цінностей підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу сформувався завдяки інформаційній революції, переходу суспільства

від інформаційного до «суспільства знань» і від «суспільства знань» до інноваційного суспільства [4].

Тому формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу ідентифікується нами як створення життєвого суспільного простору як індивіда, так і країни та визначається нами як цивілізаційний розвиток, а його результати як культурне надбання нації, що збагачує світове культурне надбання.

Формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу починається ще з питання термінології, і тому аналіз поняттєво-термінологічного апарату має для нас неабияку актуальність та практичне значення. Тому прагнення створити загальне теоретичне поле для аналізу процесу формування світоглядних цінностей креативних підприємців має бути пов'язане зі спробою визначити структуру будь-якого життєздатного дискурсу, у нашому випадку - світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу. Відтак сучасна освіта має бути готовою відповідати на виклики глобалізації, модернізації, інтелектуалізації суспільства, що потребує підготовки креативного підприємця, готового працювати в умовах ринкової економіки, визначати потреби у майбутніх фахівців і формувати вимоги до їх компетенції відповідно до потреб та динаміки ринку праці. Регулятор ринку освітніх послуг має стимулювати розвиток навчальних програм у кореляції з підготовкою фахівців, які здійснюються у тісній співпраці «освіта-наука-роботодавці-виробництво» [5].

Не всі терміни і поняття, що використовуються у даній статті, трактуються однозначно, що потребує критичного підходу, критичного мислення, конструктивної методології, в основі якої культуротворчість. З переходом від постіндустріального до інформаційного і від нього до «суспільства знань» життєвий світ людини значно змінився: відбувається формування постматеріальних цінностей, віртуалізація і автономізація її життєвого шляху. Задача науки, освіти, культури в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу дотриматися баланс між прогресом і гуманізмом. Так, у сфері праці це може бути упровадження нових технологій мотивації – гейміфікація і креативізація, які дозволяють людині отримати

Формування концепції креативної особистості як фактор креативно-знанневої економіки в умовах викликів глобалізації

задоволення від роботи., а отже самореалізуватися і розвиватися.

Відмітимо, що техногенний тип розвитку сучасної цивілізації приніс людству велику кількість досягнень, проте породив і велику кількість криз, що становлять загрозу людській цивілізації, - екологічний, економічний, антропологічний, що вимагають формування нової матриці цінностей, які відповідали б ідеалу збереження біосфери і людства. Тому філософія відіграє особливу роль у формуванні світоглядних цінностей та орієнтирів цивілізаційного розвитку [6].

Виступаючи самосвідомістю культури, філософія здійснює рефлексію над її фундаментальними світоглядними універсаліями і формує нові смисли, що адресовані майбутньому розвитку цивілізації. Культура, представляючи світ цінностей та оцінок, зумовлює вищі смисли людського буття і виступає у якості центрального об'єкта неоксіологічного аналізу.

Саме через призму неоксіології (нових цінностей буття, в тому і цінностей підприємництва), що представляє методологічну основу даного аналізу, нам уявляється можливим виявити ціннісну значимість різних сфер культури та їх адекватну оцінку у творчості людини. Тому ми намагалися довести, що культура виступає головною домінантою та ключовим фактором формування креативних конкурентоспроможних фахівців, а нові умови вимагають еволюції від «homo economicus» до «homo creativus» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки [7].

Ми культивуємо ідею, що сьогодні філософія повинна розвиватися як практична філософія підприємництва і креативно-знаннєвої економіки визначається як міждисциплінарний напрямок досліджень, який вивчає ціннісні засади дій людини в умовах плінного життєвого світу.

Не тільки трансформація філософської раціональності, але й парадигмальні зміни соціально-культурного характеру сучасної кризової ситуації викликали до життя нові форми буттєвості філософського знання, що акцентують його практичну корисність. Філософія як методично організована практика мислення отримує систематичні імпульси для своєї актуалізації у сферах конкретного соціального досвіду, а саме підприємництва, креативної економіки, формування світогляду майбутніх підприємців, що й виражає її практичну спрямованість. З цієї точки зору, ми культивуємо ідею, що теоретичне знання (філософське) опосередковується суспільними,

культурними, економічними контекстами, а практичне життя у всьому спектрі соціальних «полів стає навантаженим і навіть перенавантаженим». До конкретних технологій практичної філософії і відноситься тема формування людини економічної, людини креативно-творчої, людини підприємницької - її світогляду та її цінностей, її буття, її «життєвого світу» [8].

Ми намагалися створити концепцію креативної особистості як фактор креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів глобалізації, розуміючи під ними систему теоретичних поглядів, об'єднаних науковою ідеєю (креативності, творчості), в результаті чого представлено широке коло проблем даної теми, включаючи аналіз наступних компонентів та напрямів:

1) Homo economicus як основа формування творчого підприємництва та його трансформації в соціальний капітал нації.

2) Культура як головна домінанта та ключовий фактор формування світоглядних цінностей конкурентоспроможних фахівців.

3) Від «homo economicus» до «homo creativus» в умовах глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки [9].

Основними напрямками проведеного дослідження є формування цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу, під якими ми розуміємо наступні:

1. Підвищення якості освіти, професійної підготовки, виробничої культури й етики як основи підготовки успішного креативного підприємця та формування соціального капіталу нації.

В сучасних умовах еволюції суспільства від постіндустріального до інформаційного і «суспільства знань» збільшується інформаційна компетентність, якою повинні володіти випускники ВНЗ. Загальновизнані визначення сучасного суспільства як інформаційного, «суспільства мережевих структур», «суспільства знань», «смарт суспільства» вказують на зростання саме інформаційної компетентності як однієї з ключових компетенцій, що забезпечує соціальну мобільність індивіда, та підготовку інформаційних менеджерів.

Під інформаційною компетентністю, яка так необхідна для соціально-творчого і креативного підприємництва, розуміється здатність (вміння) особистості знаходити, зберігати, перетворювати різноманітну інформацію і приймати необхідні альтернативні креативні рішення. Розвиток освіти базується на якості освіти, інноваційній освіті та креативній

особистості, яку повинна сформувати вища школа. Якщо в країні вдасться сформувати правильно побудовану інноваційну систему, то почнуть спрацьовувати креативно-творчі ідеї і проекти, з'являться успішні інноваційні компанії, що вимагає формування нового інноваційного мислення. Саме курс на інноваційно-креативний розвиток дає можливість у подальшому створювати продукти з глобальним ринком, для чого слід готувати глобальних менеджерів з глобальним інноваційним мисленням [10].

Прикладом можуть слугувати Apple, Microsoft та інші компанії, продукція яких витребувана у всьому світі і приносить зверхприбутки, забезпечуючи економічне процвітання та соціально-економічну стабільність своїм країнам. Тому необхідна інноваційна концепція освіти та розвитку інноваційного соціального підприємництва, для чого ВНЗ повинні готувати інноваційних підприємців [11].

Проблема взаємозв'язку освіти і бізнесу потребує комерціалізації освіти. Саме тому ВНЗ сьогодні повинні базуватися на:

- 1) принципах безперервності і комплексності профорієнтаційного прогресу;
- 2) його випереджаючого і превентивного характеру;
- 3) принципу персоналізації;
- 4) принципу інноваційної спрямованості на створення нового особистісно-значимого освітнього продукту;
- 5) принципу соціокультурної орієнтації навчального процесу;
- 6) принципу контекстуального включення, тобто орієнтації на розроблення конкретних освітньо-профорієнтаційних проектів всередині освітньої системи;
- 7) принципу варіативності предметно-змістовного наповнення освіти у відповідності з профорієнтаційними орієнтаціями студентів.

2. Homo economicus як основа формування творчого підприємництва та його трансформації в соціальний капітал нації.

Ми акцентуємо увагу на тому, що слід розвивати концепт креативного підприємництва, в основі якого будуть працювати люди як Homo economicus - креативні особистості в усіх сферах підприємництва [12]:

- 1) буде розвиватися бізнес, який створює додану вартість у підприємстві;
- 2) Homo economicus будуть створювати культурно-креативні продукти; буде

розвиватися мережеве підприємництво, де концентрується творчо-культурна діяльність;

- 3) будуть створюватися координаційні центри для розвитку творчого підприємництва, що буде сприяти розвитку креативної економіки.

Креативне підприємництво є концепцією, що постійно змінюється та ґрунтується на творчо-креативних началах, здатних генерувати вплив на економічне зростання та інтелектуальний розвиток особистості. Креативне підприємництво повинно стати джерелом високого доходу, створення нових робочих місць, в яких витребуваним є інтелектуальний (соціальний) капітал, сприяти соціально-культурній інтеграції та ідентичності, культурному розмаїттю та розвитку людського потенціалу.

Національній системі освіти слід бути готовою до того, щоб долати можливі негативні наслідки глобальних зсувів, що характеризують сучасну освіту як соціокультурний феномен у цілому. У сучасному світі глобальної інформатизації та комп'ютеризації свідомості проблема удосконалення змісту освіти набуває першочергового значення [13].

Сучасне суспільство стає більш прагматичним, технократичним, а освіта економічно доцільною. Тому гуманітарна наука в умовах скорочення годин на її викладання все ж таки повинна виступати засобом саморозвитку, самореалізації, самовираження і самоствердження особистості, так як в найбільшій мірі людина розкриває свої здібності у професійній сфері [14].

3. Культура як головна домінанта, детермінанта та ключовий фактор формування креативної особистості як фактор формування інноваційно-креативної економіки, для якої потрібні конкурентоспроможні фахівці. Поняття філософії як соціального феномена (як форми суспільної свідомості) уступає місце уявленням філософії як феномена культури (наприклад, у якості самосвідомості), в результаті чого має бути витребувана філософія для формування цінностей молоді (світоглядних, інноваційних, творчо-креативних).

Дилема соціоцентризму і культуроцентризму у розумінні філософії вирішується на користь соціоцентризму на основі того, що соціокультурне є соціальне у його культурному різноманітті. Філософія завдяки цьому виступає рефлексією культур, що забезпечує соціокультурний розвиток,

застосування культур на практиці, включаючи і соціальне підприємництво [15].

Соціальне креативне підприємництво включає в себе не тільки економічні, соціальні, але й культурні чинники, які пов'язані із завданнями технологій, завданнями інтелектуальної власності, розвитку знаннєвої економіки, яка має вимір інтелектуально-культурного розвитку. Креативні індустрії виступають серцем креативно-творчого і культурного підприємництва.

Сучасне розуміння світоглядних орієнтацій підприємництва базується на міждисциплінарному синтезі економіки, бізнесу, підприємництва, культури і техніки, де домінування сфери послуг і творчого контенту є пріоритетними.

Саме вища школа повинна формувати культуру особистості, культуру цивілізації, тому що ситуація, що склалася, характеризується часто культурою «неоварварства» (агресивною, ксенофобською) культурою, архаїзацією свідомості (реанімації окультизму, містики). Саме людство (розумна цивілізація) потребує формування культури як головної домінанти та ключового фактору формування креативної особистості як фактору формування інноваційно-креативної економіки та трансформації людини розумної в людину споживача, у зв'язку з чим повинні трансформуватися стиль і якість життя.

Суспільство майбутнього як «суспільство знань» базується на інформації та знаннях, тому в такому суспільстві зростає потреба у висококваліфікованих, грамотних, освічених спеціалістах, які володіють гуманітарними компетентностями:

ефективна організація діяльності; готовність приймати самостійні рішення; критичне мислення; побудова відносин співробітництва; висока міра відповідальності; ініціативність; соціальна зрілість; культура і грамотність мови і мовлення; економічна та управлінська грамотність; знання мов; уміння працювати в команді; робота на результат.

Зміни ідеалу освіти від «людини знання» до «людини культури» (В. Біблер) свідчить про необхідність зміни змісту освіти, націленої на культуру як широку інклюзивну концепцію буття людини у світі через творчі культурні, соціальні, інноваційні практики. В умовах прискорення і стиснення часу в умовах інформаційного суспільства зростає роль освіти як виду духовно-культурної практики, що транслює і відтворює соціальний досвід людства [16].

4. Еволюція людини від «homo economicus» до «homo creativus» в умовах

глобалізації та глобальних рейтингах креативної економіки.

Креативні індустрії сьогодні перевищують обсяги щорічних надходжень і вчетверо перевищують темпи зростання промислового виробництва. Частка зайнятих у креативному підприємстві досягла 25% молодих підприємців (наприклад, туризм). Очікується тенденція перетікання креативних підприємців до сектора саме креативних індустрій, які все з часом збільшуються. Лише ціннісні орієнтації на інтелектуальний продукт, креативність, культурні цінності, синергія та співробітництво можуть привести завдяки креативному підприємству до процвітання країни у перспективі. Креативність включає технології, талант та толерантність та входить в Індекс глобальної у креативності (Україна - 45 місце).

Сучасний ринок праці характеризується процесами інформатизації та віртуалізації. У сучасних умовах Інтернет-технології проникли у професійну сферу так глибоко, що зачіпають не тільки трудову діяльність, алей етап пошуку та відбору вакансій, спілкування всередині професійної спільноти. Комп'ютерні та Інтернет-технології стають основним знаряддям праці сучасного працівника, в той час, як традиційні, пов'язані з фізичною працею, відходять на інший план та їх використання змінюється роботизацією. Освіта є одним з найважливіших елементів інструментів розвитку інтелектуального потенціалу людини і суспільства покращення і конструювання людини у соціокультурному контексті. Якщо раніше головною задачею освіти вважалася передача знань і контроль за їх освоєнням, тобто домінувала когнітивна (пізнавальна парадигма освіти), то в сучасних умовах інноваційного розвитку головною задачею освіти є формування у студентів і учнів знань та вмінь самостійно мислити і створювати інновації у різних сферах діяльності, що означає перехід на креативну (творчу) парадигму освіти. У цьому випадку когнітивна (пізнавальна) освіта стає тільки початковим етапом креативного(творчого) освіти. Найкращі результати в освіті і професійній діяльності досягаються шляхом креативного і аналітичного (логічного) мислення.

Як висновок зробимо, що майбутнє вищої освіти:

Креативно-інформаційна та інноваційна парадигма освіти як якісно новий рівень формування інноваційного типу мислення, що базується на інформаційних ресурсах і сприяє на основі креативної методології і досягнень сучасної науки становленню нового типу

соціального та суспільного інтелекту як особистості, так і країни.

Креативно-інтелектуальна та знаннева парадигма освіти об'єднує інформаційну, інтелектуальну та інноваційну парадигми і забезпечує умови для матеріального, соціального, культурного та інтелектуального розвитку як кожної людини, так і соціуму в цілому та сприяє формуванню креативної особистості. Протягом усього викладу ми намагалися дотримуватися конструктивного критичного погляду з метою, щоб вийти за межі перевірених методів і моделей минулого,

визнати їхні недоліки й обмеження та розширити концепції формування цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу та сформувати **концепцію** креативної особистості як фактор креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів глобалізації.

Перспективи подальших наукових досліджень – подальша розробка концепції формування креативної особистості як фактор креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів глобалізації та її упровадження у практику ВНЗ.

Список використаних джерел

1. Воронкова, В. Г. Формирование нового мировоззрения, нового человека, нового общества будущего. *Антропологічні виміри філософських досліджень*. Дніпропетровськ. 2013. № 3. С. 79–80.
2. Воронкова В.Г. Гуманізація освіти, науки, політики, влади, суспільства // Ін-т вищої освіти АПН України, Нац пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2008. №1-2(7). С. 204-220.
3. Власенко, Ф. П. Віртуальна реальність як простір соціалізації індивіда. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2014. Вип. 56. С. 208–217.
4. Дзьобань, О. П., Соснін, О. В. Інформаційна безпека: нові виміри загроз, пов'язаних із інформаційно-комунікаційною діяльністю. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2015. Вип. 61. С. 24-34.
5. Кивлюк, О. П. Глобалізація та інформатизація освіти в предметному полі філософії освіти. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2014. Вип. 57. С. 192–200.
6. Кириченко, М. О. Інформаційна аксіологія як вчення про цінності ідеології інформаційного суспільства. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. Дніпро. 2017. Вип.2. С. 185–192.
7. Максименюк, М. Ю., Нікітенко, В. О. Формування парадигми інформаційно-комунікативного суспільства як різновиду складної соціальної системи і взаємодії. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2016. Вип. 66. С. 266–278.
8. Мельник, В. В. Культура как основание межкультурного взаимодействия в условиях усиления миграционных процессов. *Гілея*. Київ. 2014. Вип.102. С. 220-223.
9. Нікітенко, В. О. Сучасна геокультура як геокультурний феномен. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2013. Вип. 53. С. 261 - 270.
10. Нікітенко, В. О. Геокультурні цінності в умовах сучасного світового розвитку : соціально-філософський вимір. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2013. Вип. 54. С. 266 – 280.
11. Пожуєв, В. І. Осмислення місця і ролі інформації в сучасному суспільстві. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2010. Вип. 42. С. 4–13.
12. Пожуєв, В. І. Глобальне інформаційне суспільство як новий соціальний та економічний феномен ХХІ століття. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2013. Вип.52. С. 5–14.
13. Савченко, С. В. Концепції «суспільства знань» як стратегічного ресурсу держави у гуманітарно-науковому дискурсі. *Гілея*. Київ. 2015. Вип. 91. С. 236-241.
14. Савченко, С. В. Взаємодія культури і освіти в умовах інформаційного суспільства та культурної глобалізації: соціально - філософський вимір. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя. 2014. Вип.59. С. 117-126.
15. Сидоренко, С. В. Формування концепції глобального громадянського суспільства в сучасних умовах: теоретико-методологічні виміри. *Гілея*. Київ. 2012. Вип. 65 (10). С. 268-277.
16. Шаров С. В. Самостійна робота як умова формування професійної компетентності майбутніх фахівців //Сучасні тенденції розвитку української науки: матеріали Всеукр. наук. конф. (21-22 липня 2017 р., м. Переяслав-Хмельницький). Переяслав-Хмельницький, 2017. №. 5. С. 35-38.
17. Рижова І.С. Дизайнерська діяльність: сутність, структура, механізм, спрямованість // Гуманітарний вісник Запорізької державної. 2005.№22. 156-169.
18. Рижова І.С. Соціально-філософська парадигма сучасного дизайну // Гуманітарний вісник Запорізької державної. 2008. №33. 111-129.
19. Рижова І.С. Smart-технології як фактор розвитку сучасного дизайну // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Issue 69. 174-183

20. Олексенко Р.І. (2017). Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу. Мелітополь: ФОП Однорог Т.В.. 228 s. ISBN 978-617-7566-09-9.

REFERENCES

1. Voronkova, V. G. (2012). Formation of reflective models-synergic samoupravlencheskogo society: the civilizational context. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 49. 17-28* [in Russian].
2. Voronkova V.G. Humanization of education, science, politics, power, society //Institut higher education APs of Ukraine, National ped. UN-t. M. P. Drahomanov, K.: Publishing House of the NEC name M. P. Dragomanov National Pedagogical University, 2008. №1-2 (7). 204-220 [in Ukrainian].
3. Vlasenko, F. P. (2014). Virtual reality as a space of socialization of the individual. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue. 56. 208-217* [in Ukrainian].
4. Dzoban, A. P. And and Sosnin, A. V. (2015). Information security: new dimensions of threat-related information and communication activities. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 61. 24-34* [in Ukrainian].
5. Kivliuk, O. P. (2014). Globalization and Informatization of education in the subject field of the philosophy of education. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue. 57. 192-200* [in Ukrainian].
6. Kirichenko, M. O. (2017). Information axiology as the doctrine of the values of the ideology of the information society. The philosophy and political science in the context of modern culture. *Dnipro. Issue 2. 185-192* [in Ukrainian].
7. Maksimenuk, M.Yu. and Nikitenko, V.O. (2016). The formation of the paradigm of information-communicative society as a kind of complex social systems and interaction. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 66. P. 266-278* [in Ukrainian].
8. Melnyk, V. V. (2014). Culture as a basis for intercultural interaction in the context of increasing migration processes. *Gileja. Issue.102. 220-223* [in Ukrainian].
9. Nikitenko, V. O. (2013). Modern geokultura Jak geokulturnij phenomenon. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 53. 261-270* [in Ukrainian].
10. Nikitenko, V. O. (2013). Geokulturni values in today's world development: a socio-philosophical dimension. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 54. 266-280* [in Ukrainian].
11. Pozhuev, V. I. (2010). Making sense of the place and role of information in modern society. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 42. 4-13* [in Ukrainian].
12. Pozhuev, V. I. (2013). Informacijne Globalne suspilstvo Jak socialnij Ta ekonomichnij a new phenomenon of the 21 century. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 52. 5-14* [in Ukrainian].
13. Savchenko, S. V. (2015). Konceptii suspilstva knowledge derzhavi from resource strategichnogo Jak gumanitarno-naukovomu diskursi. *Gileâ. Kiev. Issue 91. 236-241* [in Ukrainian].
14. Savchenko, S.V.(2014). Interaction of culture and education in the conditions of the information society and cultural globalization: a socio-philosophical dimension. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. Zaporizhzhya. Issue 59. 117-126* [in Ukrainian].
15. Sydorenko, S. V. (2012). The formation of the concept of global civil society in modern conditions: theoretical and methodological dimensions. *Gileâ. Kiev. Issue. 65 (10). 268-277* [in Ukrainian].
16. Sharov S.V. (2017). Independent work as a condition of formation of professional competence of future specialists//modern trends of development of Ukrainian Science: materials of all Ukrainian. Sciences. confit. (21-22 July 2017, Pereiaslav-Khmelnytskyi). Pereiaslav-Khmelnytskyi, 2017. Nr. 5. 35-38 [in Ukrainian].
17. Ryzhova I.S.. Design activities: the essence, structure, mechanism, focus // Humanitarian Bulletin of Zaporozhie State. 2005. Issue 22. 156-169.
18. Ryzhova I.S. Socio-philosophical paradigm of modern design // Humanitarian Bulletin of Zaporozhie State. 2008 Issue 33. 111-129.
19. Ryzhova I.S. Smart-technology as a factor of development of modern design//Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy. 2017. Issue 69.174-183
20. Олексенко Р.І. (2017). Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу. Мелітополь: ФОП Однорог Т.В.. 228 s. ISBN 978-617-7566-09-9.

Oleksenko, Roman - Doctor of Philosophy, Associate Professor, Head of the Department of of philosophy, Melitopol State Pedagogical University named after Bogdan Khmelnytsky (Melitopol, Ukraine) E-mail: roman.xdsl@ukr.net, ORCID: 0000-0002-2171-514X

FORMATION OF THE CREATIVE PERSONALITY CONCEPT AS A FACTOR OF THE CREATIVE KNOWLEDGE ECONOMY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract. Urgency of the research is the formation conditions for creative personality, which are the result of the creative knowledge economy, where the given type of personality is the main component. Target setting is the

phenomenon of the creative personality as a phenomenon and the basis for the formation of a similar concept. Information society and social entrepreneurship are the key factors for the formation and development of the creative knowledge economy. Actual scientific researches and issues analysis. We rely on authors who investigate the "knowledgeable-intellectual" society, which is based on a knowledgeable-intellectual personality. The main works are written by V. Andrushenko, T. Andruschenko, V. Vashkevich, V. Voronkova, O. Kivliyuk, V. Melnyk, V. Nikitenko, R. Olexenko, O. Sosnin. Uninvestigated parts of general matters defining: conceptualization of the creative personality concept through the global world challenges. The research is based on theoretical aspects of the concept formation for the creative personality as a factor of the creative knowledge economy formation. The research objective is the use of socio-axiological and neo-axiological approaches and methods that allow to get through the conditions of the creative individual formation in response to the challenges of globalization and the information society. The statement of basic materials. Personal value orientations, which are essential for the formation of the information-knowledge economy or neo-economy are the main cores of axiology. The research shows that creativity stimulates the production of innovative material and spiritual goods, promotes acceleration of commercialization and the final consumption of material and spiritual goods. It is found that Homo economicus is the basis for the formation of creative entrepreneurship and its transformation into the social capital of the nation. The essence of culture as the main dominant component and the key formation factor for creative and valuable competitive specialists are revealed. **Conclusions.** The evolution from "homo economicus" to "homo creativus" is revealed in the conditions of globalization and global rankings of the creative economy; the concept of creative personality as a factor of creative and knowledge economy in the conditions of globalization challenges is created; holistic representation of the creative personality as a factor in the formation of the knowledge-information economy is presented.

Key words: information and knowledge society, creative personality, creativity, creative and valuable orientations, non-axiological approach.

Стаття рекомендована до публікації д.філософ.н., проф. В.Г. Воронковою (Запоріжжя, Україна)

Надійшла до редколегії: 01.10.2017

Прийнята до друку: 05.10.2017

Олексенко Роман Іванович, доктор філософських наук, доцент, професор, завідувач кафедри філософії, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького (Мелітополь, Україна), Мелітополь, вул. Гетьманська, 20, Запорізька обл. 72312 Україна.

E-mail: roman.xdsl@ukr.net, ORCID: 0000-0002-2171-514X