

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

НІКОЛЕНКО КСЕНІЯ ВІКТОРІВНА

УДК 1-026.15:316.4-043.77(043)

КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

Київ - 2017

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі гуманітарних і правових дисциплін Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор філософських наук, професор
ПАСЬКО Ярослав Ігорович,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
професор кафедри філософії.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, професор
БОЙЧЕНКО Михайло Іванович,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, професор
кафедри теоретичної і практичної філософії;

доктор філософських наук
ТУРЕНКО Олег Станіславович,
Донецький юридичний інститут МВС України,
доцент кафедри загальноправових дисциплін.

Захист відбудеться 11 травня 2017 року о 13.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.133.07 у Київському університеті імені Бориса Грінченка за адресою: 04053, м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, ауд. 207.

Із дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Київського університету імені Бориса Грінченка за адресою: 04212, м. Київ, вул. Маршала Тимошенка, 13-б.

Автореферат розіслано 10 квітня 2017 року

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Р.В. Мартич

Відповідальний за випуск Товмаш Д. А.
Підписано до друку 07.04.2017. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times.
Ум. друк. арк. 0,92. Обл. вид. арк. 0,9.
Наклад 100 прим. Зам. №12/17-1.
Віддруковано з оригіналів.

Видавець ТОВ «ВАДЕКС»
04074, м. Київ, вул. Березанська 9
тел. 067 502-22-42
сайт: <http://vadex.com.ua/>

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру України
суб'єктів видавничої справи ДК № 4285 від 27.03.2012 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження зумовлена кардинальними цивілізаційними і соціокультурними змінами, що спостерігаються останнім часом в Україні й органічно пов'язані з інноваційними процесами. Глобальний розвиток високих технологій, реконструкція суспільних зв'язків під впливом переорієнтації на мережеві форми соціальних відносин, посилення горизонтальних форм солідарності викликало суттєве підвищення теоретичного і практичного інтересу до потенціалу креативності у сучасному світі. Закономірним результатом такого зацікавлення є актуалізація горизонтальних форм співпраці, побудова мережевої соціальної взаємодії, комунікативної культури, у межах якої функціонують людина і суспільство, влада та громада.

Формування та поширення креативності в умовах соціальних змін передбачає необхідність імплементації у суспільне життя постматеріалістичних цінностей – важливого світоглядного складника для продуктивного розвитку демократичної соціальності, коли відбувся якісний стрибок у розвитку спільнот та груп, сформувалася людина з інновативним типом мислення. Набуває легітимації новий соціальний порядок, що забезпечує сприятливі передумови для розвитку самовираження особистості та соціальної інтеграції суспільства загалом, розширюються можливості для її самореалізації.

З огляду на це проблема поширення соціальних інновацій у контексті формування «дизайну майбутнього», вплив креативності на формування мережевого суспільства є однією із нагальних, яка осмислюється не тільки на індивідуально-психологічному, соціально-психологічному, а й, передусім, на соціально-філософському рівнях.

Практична площина актуальності теми дослідження зумовлюється, по-перше, гострою потребою узгодження процесів соціальної трансформації українського суспільства з тенденціями світових глобальних процесів, які передбачають звільнення людини від усіх форм соціального примусу та зовнішньої залежності, розширення поля соціальної відповідальності в мережевому просторі, посилення в постіндустріальному суспільстві соціальних інноваторів: представників «нового класу» – спільноти інтелектуалів, а по-друге, загальною тенденцією демократичного розвитку українського суспільства, що є похідною від здатності людей об'єднуватись на креативних засадах, створювати платформи для якісно нового соціального дизайну. З урахуванням цього, поза сумнівом, актуалізується потреба гармонізації універсальї креативності з глобальними тенденціями та соціальною трансформацією в Україні.

Стан наукової розробленості проблеми. Різні аспекти креативності протягом тривалого історичного періоду перебували у сфері наукових інтересів Г. Батищева, В. Коваленко, В. Яковлева, А. Анісова, В. Самохвалова, Г. Петрова, Е. Бурмакіна, Д. Брауна, А. Брушлинського, Г. Гачева, Ю. Давидова, В. Зінченка, М. Каган, Е. Князевої, С. Курдюмова, В. Кутирева, А. Лосєва, М. Мамардашвілі, В. Ніколко, С. Рубінштейна, В. Разіна,

А. Субетто, О. Табідзе, Т. Флоренської, П. Енгельмейера.

Проблема креативності у контексті діяльнісного підходу розглядається зокрема й українськими дослідниками: Б. Новіковим, М. Морозовим, Л. Нікітіним, Н. Саноцькою, Ю. Бродетською, П. Герчановською, Л. Яременко.

В сучасному соціально-філософському дискурсі проблема взаємозумовленості креативності та соціальних змін, формування інновативного мережевого суспільства, постає насамперед у межах постіндустріальної парадигми соціального розвитку й висвітлена в роботах М. Кастельса, П. Хіманен, Д. Бела, Р. Інглхарта, Дж. Гелбрайта, П. Дракера, Й. Масуди, Е. Тофлера. У працях цих авторів здійснено структурування й виокремлення системотвірних принципів взаємозв'язку між креативністю і структурними та функціональними змінами в суспільстві: кореляції між ціннісними інтенціями, що забезпечують «стабільність соціального порядку» (Т. Парсонс) та іновативними соціальними практиками влади, репрезентантів громадянського суспільства та бізнесу (Г. Йоас).

Креативність, як важливий чинник глобалізації у контексті розвитку сучасних змін, піддається аналізу в роботах У. Бека, Е. Гіденса, Ю. Павленка, Е. де Сото та інших.

Вказані розвідки заклали фундамент для застосування методологічних принципів і підходів у контексті дослідження впливу креативності на формування демократичної соціальності, проте існує об'єктивна необхідність пошуку нових методологічних інструментаріїв для теоретичного осмислення креативності як чинника змін, що відбуваються в сучасному українському суспільстві.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконувалася у межах теми науково-дослідної роботи кафедри філософських наук Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського «Соціально-філософські проблеми культури» (реєстраційний номер: Д-2004-2), затвердженої ученою радою ДонНУЕТ від 09.03.2010 р., протокол № 5.

Тема дисертації затверджена Вченою радою Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (Протокол № 2 від 29 грудня 2014 р.).

Мета дослідження полягає в здійсненні соціально-філософського аналізу креативності як чинника змін у соціумі. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- здійснити теоретичну реконструкцію історичного генезису філософських рефлексій феномену креативності й визначити його смисловий зміст;
- уточнити специфіку соціально-філософського аналізу креативності;
- визначити соціальну роль креативності як особистісного феномену;
- з'ясувати чинники формування креативності та розкрити зміст її основних функцій;
- дослідити ступінь впливу креативності на сучасні соціальні трансформації;

- розкрити суперечливу сутність соціальної креативності;
- виявити домінуючі чинники соціальних змін у мережевому суспільстві;
- охарактеризувати сучасну ситуацію становлення інновативної культури як виклик для українського суспільства та обґрунтувати можливу реакцію на цей процес.

Об'єктом дослідження є креативність як соціальне явище.

Предмет дослідження – соціально-філософська концептуалізація креативності як рушійної сили соціальних змін.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є міждисциплінарний підхід, який сфокусований на синтезі напрацювань соціальних та гуманітарних наук щодо соціального впливу креативності, компаративістський підхід, що дозволяє порівняти різні виміри креативності в сучасному світі та їх вплив на формування версій мережевого суспільства, соціокультурний підхід для аналізу соціальної зорієнтованості креативності у різних культурно-історичних типах суспільства.

Стрижневим для аналізу є концепт сумісності індивідуального і колективного, що потребує осмислення сучасних соціальних практик, залучення елементів ціннісного підходу до креативності і розглядається у контексті впливу аксіологічно-нормативних засад на сучасні форми соціального партнерства, на формування горизонтальних зв'язків у суспільстві.

Дослідження здійснюється також у міждисциплінарному полі феноменологічної соціології, що надає можливість розглянути креативність як ціннісно-нормативний чинник сучасного мережевого суспільства, а також структурно-функціонального аналізу, який дозволяє зрозуміти роль і значення креативності у функціонуванні стабільного демократичного суспільства.

Наукова новизна одержаних результатів зумовлена вибором теми дослідження, змістом цілей і науково-теоретичних завдань, а також полягає у соціально-філософській рефлексії креативності як чинника соціальних змін. Результати дослідження, що резюмують наукову новизну, можуть бути сформульовані у вигляді окремих тез:

вперше визначено креативність як вид активності соціальних суб'єктів щодо перетворення соціальної дійсності і досягнення соціальної інтеграції в усіх сферах функціонування суспільства;

встановлено специфіку демаркації психологічного та соціально-філософського підходів до креативності: якщо для першого пріоритетне значення мають принципи і методи розвитку творчої особистості, то соціально-філософський підхід акцентує увагу на креативності як чиннику суспільного розвитку, що особливо актуалізується в умовах модерних соціальних трансформацій, коли виникає потреба в розширенні «життєсвіту» інновативної культури;

з'ясовано роль креативності у збереженні онтологічних вимірів людського буття, особливості минулого, сучасного і майбутнього буття залежать від різноманітної спрямованості й форм реалізації потенціалу креативності як особистості, так і суспільства;

уточнено чинники формування креативності як соціального інтегратора та генератора інноваційної культури, якими поряд з інтелектуальними здібностями індивіда, є соціальні якості особистості, що є основою для продукування суспільного діалогу;

отримало подальший розвиток питання про регулятивні чинники креативного акту, якими є креатор як суб'єкт реальності, що виявляє свої здібності у вирішенні суспільних протиріч, оновленні схем мислення й поведінки, діяльності і спілкуванні та нададресат, у ролі якого виступають абсолютна істина, суд неупередженої людської совісті, суд історії, народ тощо;

виявлено особливості впливу креативності на поширення соціального, культурного та символічного капіталів як складових людського капіталу, результатом чого є актуалізація в сучасному суспільстві «цінностей самовираження»;

доведено, що інтелектуали як креативна спільнота громадянського суспільства є рушійною силою інновативних соціальних трансформацій, уособленням ціннісних змін у мережевому суспільстві, продуцентами становлення креативних міст, каталізаторами подальшого розвитку креативного суспільства;

поглиблено розуміння креативності в контексті генезису мережевого суспільства, у якому феномен креативності є найважливішою соціокультурною домінантою і принциповою настановою, детермінантою його розвитку, що є викликом для сучасного українського соціуму, в якому інновативна культура знаходиться на етапі формування.

Теоретичне і практичне значення одержаних результатів. Представлений у дисертації аналіз креативності, а також механізмів її формування на різних рівнях може бути використаний для викладання навчальних дисциплін або їх складових – соціальної філософії (креативність як соціальне явище; креативність мислення і свідомість), соціології (як феномен соціальної дії особистості, спільнот та груп; як процес формування креативного класу/суспільства), культурології (креативність як феномен культури), політології (якість політичного лідера, характерна риса політичного процесу загалом); під час розроблення програм для заходів, спрямованих на розвиток людини, спільноти, суспільства і закріплення колективних та індивідуальних соціальних рис креативності.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною авторською науковою працею. Висновки, узагальнення та положення новизни одержані здобувачем самостійно на основі результатів, отриманих у процесі дослідження.

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри філософських наук Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Результати дослідження розглядалися на таких науково-практичних конференціях: Міжнародна науково-практична конференція «Наука и технологии: шаг в будущее» – (Прага, 2009 р.); II Всеукраїнська науково-

теоретична дистанційна конференція «Інтелект. Особистість. Суспільство» – (Донецьк, 2010 р.); Регіональна наукова конференція «Філософія в сучасному світі» (Донецьк, 2010 р.); Науково-методична конференція «Інновації та якість освіти» (Донецьк, 2010 р.); III Всеукраїнська науково-теоретична інтернет-конференція «Інтелект. Особистість. Економіка» (Донецьк, 2011 р.); Науково-методична конференція «Інновації та якість освіти» (Донецьк, 2011 р.); XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Наукові дослідження – теорія й експеримент» (Полтава, 2012 р.); Міжнародна конференція «Соціальні інновації в сучасному світі» – (Симферополь-Судак, 2012 р.); Всеукраїнська науково-теоретична конференція «Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук» (Дніпропетровськ, 2012 р.); Всеукраїнська науково-теоретична інтернет-конференція «Розвиток сучасного українського соціуму» (Донецьк, 2013 р.); Науково-методична конференція науково-педагогічних працівників університету «Інновації і якість вищої освіти» (Донецьк, 2013 р.); Всеукраїнська науково-методична конференція «Управління якістю підготовки фахівців» (Одеса, 2015 р.); IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Економіка і управління в умовах глобалізації» (Кривий Ріг, 2015 р.); «Міжнародна науково-практична інтернет-конференція Маркетинг і менеджмент в системі національних і світових економічних інтересів» (Кривий Ріг, 2016 р.); X Міжнародна науково-практична конференція «Утвердження українського цивілізаційного простору: духовно-історичні передумови, сучасні тенденції та перспективи розвитку» (Ужгород-2016 р.).

Публікації. Основні результати та висновки дисертації викладено в 16 одноосібних наукових публікаціях, 6 із яких надруковано у фахових виданнях України, 1 – в зарубіжному виданні та 9 в інших виданнях.

Структура і обсяг роботи. Дисертація містить вступ, три розділи, вісім підрозділів, висновки, список використаної літератури. Загальний обсяг роботи 187 сторінок, із яких основного тексту – 169. Список використаної літератури нараховує 204 позиції, із них 15 іноземною мовою.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність дослідження, висвітлено ступінь її розробленості, сформульовано мету і завдання теоретичної розвідки, визначено об'єкт і предмет, а також методологію дослідження. Розкрито наукову новизну, теоретичну і практичну значущість роботи, наведено результати апробації, викладено основні підсумки дисертації та її структура.

Перший розділ – **«Теоретико-методологічні засади аналізу креативності як соціального явища»** – присвячено осмисленню базових теоретичних підходів щодо впливу креативності на розвиток суспільства, показано еволюцію поглядів на креативність у соціальній філософії, здійснено аналіз методологічного інструментарію.

У підрозділі 1.1. – **«Креативність в історико-філософському дискурсі»** – на основі проведеного теоретичного аналізу визначено, що дослідження

креативності як різновиду соціальної активності суб'єктів в усіх сферах існування суспільства відбувалось упродовж усієї історії людства. Еволюція поглядів філософів на особливості прояву креативності розвивалась від античних спроб фіксування цього феномену через середньовічний креаціонізм до розуміння людини-творця в епоху Відродження.

Специфіка прояву креативності, пошук її джерел, структура та функції розкриваються в межах концепції інструменталізму, операціоналізму та прагматизму, які набули широкого поширення в США (У. Джеймса, Дж. Дьюї, П. Бріджмена), враховується значущість досвіду (Е. Гуссерль, А.Н. Уайтхед, Н. Гартман), наголошується на значенні винаходу в межах деконструктивізму (Ж. Дерріда) як практичного корелятора, спрямованого на вирішення проблемних ситуацій. Креативність є способом людської діяльності, джерелом перетворення соціальної дійсності (Г. Йоас), де раціональний, нормативно орієнтований та креативний компоненти є складниками структури соціальної діяльності. Креативність є складником людського капіталу та елементом, що формує цінності діяльності (Р. Батищев, В. Яковлев, А. Анісов, М. Морозов), що пов'язаний зі свідомістю та різними елементами соціальної реальності задля самовираження особистості та інтегративності суспільства.

У підрозділі – 1.2. «Специфіка соціально-філософського аналізу креативності» – зроблено акцент на взаємозв'язок соціальних явищ і феномену креативності, на можливість і здатність створювання та інтеріоризації креативного продукту соціумом.

Креативна діяльність людини специфічно впливає на природу через створення штучних, відсутніх у природі речей, наділених принципово новими властивостями, які дозволяють якісно змінювати соціальні уявлення, а відповідно, й соціальну реальність життєдіяльності людини. Із соціально-філософського погляду досліджується поняття новизни як критерій креативного потенціалу суспільства, природа креативності не є придатною для виділення спрощених або ідеальних елементів, що обґрунтовують алгоритм створення нового, практично неможливо виокремити креативний акт і креативний процес як логічну константу раціонального осмислення/освоєння людиною соціальної дійсності (на відміну від психологічного підходу). Реалізувати принцип пізнаваності креативного через його фактичну відсутність у досвіді. Відтак є можливим тільки визначення основних напрямів, які ставлять питання про джерело змін, тобто здійснення креативного акту, перехід від старого до нового.

Другий розділ – «Креативність як необхідний чинник розвитку суспільства» – віддзеркалює креативність як складову, що пронизує всі сфери людської діяльності і спрямована на перетворення дійсності.

У підрозділі 2.1. – «Соціальна роль креативності як особистісного феномену» – виявляються внутрішні особливості креативного процесу, а також настанови і соціальні сили, які управляють людиною незалежно від різновиду креативної діяльності. Розуміння інновативної діяльності як субстанціональної характеристики соціуму й особистості, що відповідають соціальним

очікуванням, призводить до констатації неминучості існування процесів перетворення діяльності у креативність. Як вищий вид прояву людської активності, креативність є інструментом вирішення соціальних проблем і рушієм соціальних трансформацій. Показано позитивні та негативні наслідки креативності як елемента культури людства. Виокремлюються критерії, за якими можна ідентифікувати результати та наслідки креативної діяльності: продуктивного і репродуктивного, конструктивного і деструктивного; збереженні звичного й усталеного, інтуїтивного осягнення світу.

У підрозділі 2.2. – «Шляхи формування креативності» – розглядаються культурні і соціальні засади мислення людини, необмежений розвиток її інтелекту як своєрідні суспільні цінності, які приводять до створення креативного продукту. Аналізується когнітивна інформація як чинник обумовлення креативності, де необхідними є наявність самостійності та гнучкості мислення, здатність відчувати проблему тощо. Креативне розуміється як докорінне перетворення дійсності, створення соціального продукту, якого не існувало раніше. Інструментом трансляції креативного є система освіти, в якій суттєве значення надається моральності, що виступає соціальним цензом креативного та поняттю мотивації (зовнішньої та внутрішньої) як спонукального чинника. Внутрішні інтенції особистості й соціальна зумовленість тих чи інших поведінкових актів спричиняють формування креативності, що дозволяє шляхом зміни, розвитку, удосконалення модернізувати сформований порядок речей, іноді навіть у формі відходу від усталеної культурної норми. Креативний діалог є інтегратором соціальної цілісності та генератором креативної культури, тому необхідним є створення спеціального креативного середовища – сукупності організацій і установ, спрямованих на досягнення креативного результату в межах діалогу.

Підрозділ 2.3. – «Вплив креативності на модерні трансформації» – містить відомості про креативність як інновативний соціальний процес, що дає можливість продукувати нові форми людського життя, змінювати і коригувати соціальне буття, формувати суспільні тенденції і напрями.

Креативний потенціал розглядається як сукупність можливостей реалізації нових форм і способів соціального партнерства, міра виявлення креативної сутності людини. Аналізується поняття креативного продукту, деривату, якому обов'язково притаманні новизна та цінність. Доводиться думка, що креатор є суб'єктом реальності, що вирішує суспільні протиріччя. Виокремлюється концепція нададресата як регулятивний складник соціальної концепції креативності. Підприємницький аспект креативності може бути використаний у розвитку місцевого самоврядування, наслідком цього процесу є поява нового виробництва та інших видів діяльності, які дозволяють суттєво скоротити витрати (фінансові, людські, енергетичні), підвищити дохід на одиницю витрачених ресурсів і відповідати суворому екологічному законодавству. Виокремлюються компоненти та різновиди креативності, підкреслюється думка, що її сутність залежить від інтуїтивного сприймання явищ.

Третій розділ – «Креативність як імператив формування людського капіталу в умовах глобальних змін» – присвячено проблемам соціуму, що глобалізується, і ролі креативності в ньому.

Підрозділ 3.1. – «Соціальна креативність як підставовий чинник для змін ціннісних орієнтацій: життєсвіт та цінності самовираження» – розкриває сутність інновативного як простору когнітивної потенційності, що об'єднує суспільство в одній семантичній площині, пов'язуючи носіїв цих концептів, формуючи мережеві форми комунікації та креативний ресурс.

Розвиток суспільної свідомості пов'язаний з акумуляцією проявів різних процесів в історії і сприяє розширенню життєвого світу людини. Зміна соціальної структури суспільства, специфіка суспільної інтеграції, трансформація суспільної свідомості розглядаються у кореляції з поширенням у суспільстві соціальної креативності, в основі якої є людський капітал, що включає соціальний, символічний, культурний та інші види капіталів і ґрунтується на цінностях самовираження.

У підрозділі 3.2. – «Інтелектуали як рушійна сила соціальних змін мережевої культури» – досліджено джерела соціальних змін, носієм яких виступають інтелектуали, осмислюється їхня роль як «нового класу».

Цінність креативності на соціальному рівні призводить до постійного її розвитку і культивування її ролі в спільнотах та групах. Міська свобода і феномен європейського міста розуміються як особливий ідеальний спосіб існування креативної людини у системі соціальної регуляції міської життєдіяльності. Сучасні теорії розвитку креативності розкривають її сутність, де соціальний досвід креативності інтелектуалів є підставовим чинником мережевого суспільства – це теорія еурології (розуміння нового в соціальній діяльності), загальна теорія креативності (зادля виявлення сутності), уречевленого результату, концепція дотеоретичного знання (П.Бергер, Т.Лукман), теорія вирішення проблем, раціонального критицизму, інформаційного суспільства, що розширює свій потенціал, індивідуальної ідентичності, прагматизму, телеологічності (Ж. Лакан).

У підрозділі 3.3. – «Інновативна культура як соціальний виклик для України, проблеми та перешкоди» – сучасне українське суспільство розглядається в контексті побудови мережевої культури інновативних громад, етики трудового процесу, зовнішньої мотивації праці, зорієнтованості на масове виробництво, поєднання локального і глобального. Аналізується поняття соціальної держави як підґрунтя для вирішення суспільних потреб, де креативність виступає її інструментом. Доводиться, що орієнтування на виключно ліберальні та суто ринкові ідеї є негативним складником соціально-креативного процесу.

Сучасне українське суспільство характеризується потребою в посиленні інтенсивності та інноваційності виробничих відносин, водночас нарощуючи інтелектуальний капітал нації. Шляхом до покращень може виступати досвід західних держав. Поява інтересу до чинників економічної ефективності, соціалізації та гуманізації розвитку, екологізації виробництва зумовлюють

подальший розвиток креативності як суспільної потреби.

ВИСНОВКИ

Дисертаційна робота «Креативність як чинник соціальних змін» містить низку положень і висновків теоретичного та практичного характеру.

1. В історико-філософському дискурсі соціальна креативність вивчалась у багатоманітності проявів її специфіки, відбувався пошук її першоджерел, виявлялася структура, типи і функції, розкривались механізми її формування, способи утворення, спроби пояснити її сутність через опис діяльності видатних особистостей. У сучасному соціально-філософському дискурсі креативність розглядається як соціально-значущий феномен і вид активності соціальних суб'єктів, як чинник перетворення соціальної дійсності і складник людського капіталу, як детермінанта формування ціннісних орієнтацій особистості та засіб її самовираження і самоствердження в соціальному діалозі, що загалом закладає підвалини для інтегративної взаємодії в усіх сферах функціонування суспільства.

2. Актуальним вмінням для особистості, одним із винятково необхідних для її самореалізації та соціальної значущості, є вміння приймати нестандартні рішення. Поняття креативності, що позначає новітні досягнення суспільства загалом і всеохопну якість особистості зокрема, замінює більш усталене поняття творчості. Саме тому до філософської мови входять і активно в ній використовуються такі категорії, як: «креативність», «креативний акт», «креативний потенціал», «креативна сутність», які вказують на творче освоєння дійсності. Креативність замінює поняття творчості, однак не виключає його. Під креативністю розуміється різновид продуктивної діяльності соціального суб'єкта зі створення нового у процесі пізнання і практичного суспільно необхідного перетворення дійсності. Як особливість прояву креативності у період соціальних змін визначають підвищений креативний потенціал суспільства, що, з одного боку, дозволяє простежити формування та розвиток креативності як конструктивного явища, а з іншого боку, ускладнює процес дослідження, оскільки креативність може виступати самоцінністю й не нести соціального змісту. Отже, демаркаційна межа у дослідженні креативності між соціальною філософією та іншими науками полягає в тому, що з соціально-філософського погляду вона досліджується як соціальне явище, що має свою мету, наслідки і результати. Спроби виявити її джерело, відобразити сутнісні моменти, виявити соціальні складники визначають специфіку її соціально-філософського аналізу.

3. Креативність пронизує всі сфери людської діяльності й спрямована на перетворення дійсності. Людина як активний суб'єкт перетворювальної діяльності є носієм креативної активності, і до неї висуваються спеціальні вимоги. Суспільство активно сприймає і заохочує активність, що спрямована на зміну соціальної дійсності, спрощення або удосконалення рутинних дій індивіда. Одночасно зі змінами, що стрімко відбуваються і зачіпають суспільство, трансформується погляд на креативність: раніше креативність

розглядали виключно як якість, властиву тільки геніям науки і мистецтва, на сьогодні вона необхідна для освіти, навчання і роботи людини. Креативність розглядається як різноманітна за природою, чутлива до контексту і прив'язана до культури. Попередні, сучасні та майбутні соціальні зміни залежать від креативного потенціалу особистості й соціальних очікувань суспільства. Креативність здійснюється в онтологічному сенсі через соціальний ценз.

4. Інтелектуальні складники особистості та інтуїтивні спроби осягнення світу є необхідними елементами розвитку соціальної системи. В умовах інформаційного суспільства, інтеграційних і глобалізаційних процесів сучасності креативність стає неодмінною вимогою подальшого вдосконалення умов існування людини і суспільства. Формування елементів креативного акту на особистісному рівні здійснюється за допомогою системи освіти через засвоєння всіх складників соціального досвіду. Інтегратором соціальної цілісності й генератором креативної культури є діалог, до якого залучені всі верстви суспільства. Діалог між суб'єктами соціуму виявляється креативним, культуротвірним тільки при спробі знайти спільне рішення, саме колективна робота може бути найбільш ефективною, приводячи до швидкого досягнення результату (принцип синергії). Форми креативного діалогу в соціумі можуть бути досить різноманітними: від самопрояву особистості як бажання заявити про себе, до опредметнення середовища і створення гіпертексту культури, що зумовлює відповідну специфіку суспільної взаємодії і суспільної інтеграції/дезінтеграції.

5. Трансформації сучасного суспільства зумовлені специфікою соціальних інновацій, які є наслідком креативних процесів, що інтерпретуються як необхідні в суспільній свідомості. Такі вимоги суспільства спричиняють цілу низку змін аксіологічного плану, зокрема адміністративного ресурсу, коли потрібні інші підходи та цінності в розумінні людської праці, що виявляються в креативному орієнтуванні. Креативність стає головним складником подальшого розвитку постіндустріального суспільства, що зумовлює зміни в соціально-економічній структурі соціуму та його культурному середовищі, які характеризуються розмиванням жорстких міжструктурних зв'язків. Суб'єктом вирішення соціальних протиріч виступає креатор (творець, автор), що корелює свої дії відповідно до концепції нададресата як вищого морального, аксіологічного, онтологічного цензу, що й зумовлює креативне з соціальної точки зору.

6. Категорія життєвого світу, яка акумулює різні інтерпретації минулого і сучасного, є важливою в контексті дієздатного мережевого суспільства та протиставлення цінностей демократії тоталітарній системі. Життєвий світ, існуючи на перетині особистості, культури, суспільства, включає в себе різноманітні сфери індивідуальної й суспільної свідомості і здійснює вирішальний вплив на креатора, виступаючи джерелом його діяльності. Креативність у суспільствах може розвиватися за наявності соціального капіталу в мережевому соціумі. Явище соціального капіталу притаманне для

горизонтального типу взаємовідносин і фокусує увагу на моральних та креативних ресурсах суспільства, що при використанні збільшуються, сприяючи актуалізації в сучасному суспільстві «цінностей самовираження». Такі цінності (значущість, повага, екзистенціальна безпека, економічний захист, сила держави, саморозвиток, свобода) можуть бути імплементаваними у мережах громадянської активності, сприяти ефективній роботі уряду, економіки та транслюватись через сфери суспільної свідомості, репрезентуючи людський капітал.

7. Креативне суспільство – це сукупність особистісних і соціальних ресурсів, здатних існувати в епоху інформації та високих технологій. Суб'єктами креативного суспільства є інтелектуали, що укорінені в інституціональній системі й посилюють свій вплив на всі сфери суспільного життя. Креативним простором для інтелектуалів виступає місто, уособлюючи свободу та ідеальний спосіб існування креативної людини. Місто обумовлює якісно нове співіснування приватної і публічної сфер, перетворює внутрішній зміст і провокує появу нових форм діяльності людини; сприяє відтворенню нових типів соціального партнерства та відкритості репрезентантів громадянського суспільства. Воно історично конституювалось через концептуалізацією бюргерського стилю життя, ціннісних орієнтацій, які позначаються на самоусвідомленні сфери публічного та приватного жителами європейських індустріальних та постіндустріальних міст.

8. Мережеві форми існування суспільства пов'язані з соціокультурними версіями соціальної держави. Її нормативна модель може бути актуальним вектором розвитку України за умови імплементації горизонтальної системи взаємовідносин у межах громадянського суспільства, демократичних національно-культурних практик, що сприяють розвитку людини та створюють основу для людської гідності. Наприкінці 1990-х років стали очевидними межі соціальної креативності, яка побудована лише на необмежених ринкових засадах, що пов'язані з класичним лібералізмом. Сучасна соціальна держава починає розв'язувати питання, пов'язані з соціальними вимірами креативності. Саме створення європейського аналогу соціальних мереж в Україні має сприяти формуванню вільної особистості та зміцненню суспільних зобов'язань з боку громадянського суспільства.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Ніколенко К. В. Соціокультурне перетворення сучасного суспільства в контексті креативності / К. В. Ніколенко // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2011. – Випуск 44. – С. 344–349.
2. Ніколенко К. В. Креативність як соціокультурний фактор існування людства / К. В. Ніколенко // Наукові записки. Серія «Філософія». – Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2012– Вип.10. – С. 187–196.

3. Ніколенко К. В. Особенности формирования креативности в условиях украинского общества / К. В. Ніколенко // Интеллект. Особистість. Цивілізація., 2012. – Вип.10. – С. 120–126.
4. Ніколенко К. В. Соціальна роль креативності в сучасній культурі / К. В. Ніколенко // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Научный журнал. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология», 2012. – Том 24 (65). – №1-2. – С.178–183.
5. Ніколенко К. В. Современные теории креативности: проблемы и перспективы анализа / К. В. Ніколенко // Вісник Дніпропетровського університету. Науковий журнал, 2012. – Том 20. – №9/2. – С.30–35.
6. Ніколенко К. В. Креативність та інновації як провідні риси сучасної культури / К.В. Ніколенко // Філософія і політологія в контексті сучасної культури, 2015. – Вип.1 (9). – С. 53–60.

Статті у зарубіжних виданнях:

7. Ніколенко К. В. Креативность как предмет исследования / К. В. Ніколенко // Философский альманах «Современность: мир мнений», 2009. – № 3-4. – С. 103–109.

Публікації в інших виданнях:

8. Ніколенко К. В. Креативность. Методология исследования / К. В. Ніколенко // Філософія у сучасному світі: матеріали регіональної наукової конференції. – / Донецький нац. ун-т. – Донецьк: ДонНУ, 2010. – С. 31–32.
9. Ніколенко К. В. Соотношение понятий «творчество» и «креативность» (социально-философский анализ) / К. В. Ніколенко // Интеллект. Особистість. Економіка: 3-я Всеукраїнська науково-теоретична інтернет-конф. (Донецьк, 31 січ. 2011 р.) / Донецький націон. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – С. 184–187.
10. Ніколенко К. В. Развитие креативности на занятиях с психологией / К. В. Ніколенко // Інновації і якість вищої освіти: збірник тез доповідей учасників науково-методичної конференції науково-педагогічних працівників університету. / Донецький націон. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – С.421–422.
11. Ніколенко К. В. Креативность – элемент научного бытия / К. В. Ніколенко // Наукові дослідження - теорія та експеримент 2012: Матеріали восьмої міжнародної науково-практичної конференції, (Полтава, 28-30 трав. 2012р.) / Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка. – Полтава: Вид-во «ІнтерГрафіка», 2012. – Т.3 – С. 116–120.
12. Ніколенко К. В. К вопросу о законодательном регулировании креативности / К. В. Ніколенко // Соціальні інновації у сучасному суспільстві // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Симферополь, Судак, 3-5 жовт. 2012 р.) / Судакська Міська Рада, Кримський виститут бізнесу УЕУ. – Судак: Кримський інститут бізнесу УЕУ. – 2012. – С. 70–75.

13. Ніколенко К. В. Соотношение духовного и креативного в деятельности человека / К. В. Ніколенко // Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції. (Дніпропетровськ, 7-8 жовт. 2012 р.) / М-во освіти і науки України, Національна Металургійна академія України. – Частина II Дніпропетровськ: Свідлер. – 2012. – С. 51–53.
14. Ніколенко К. В. Креативность действия как центральная категория исследования Х. Йоаса. / К. В. Ніколенко // Розвиток сучасного українського соціуму: Матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної інтернет-конференції (Донецьк, 31 січн. 2013) / Донецький націон. унів. економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ. – 2013. – С.30–33.
15. Ніколенко К. В. Особливості формування креативності при викладанні гуманітарних дисциплін / К. В. Ніколенко // Управління якістю підготовки фахівців. Збірник тез Всеукраїнської науково-методичної конференції. (Одеса, 11-12 берез. 2015 р.) / М-во освіти і науки України, Одеський державний екологічний університет. – Одеса: ТЕС. – 2015. – С. 81–83.
16. Ніколенко К. В. Креативність як одна з особистісних властивостей концепції глобального менеджменту / К. В. Ніколенко // Маркетинг і менеджмент в системі національних і світових економічних інтересів: матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Кривий Ріг, 21 січ. 2016 р.) / Донецький націон. ун. економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Кривий Ріг: Октан-Принт. – 2016. – С. 167–168.

АНОТАЦІЯ

Ніколенко К.В. Креативність як чинник соціальних змін. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук за спеціальністю 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – Київський університет імені Бориса Грінченка. – Київ, 2017.

Обґрунтовується концепція соціальних змін у контексті креативності, доводиться думка, що мережеві форми організації сучасного суспільства, основні критерії та механізми соціальних зрушень, імплементація у суспільне життя постматеріальних цінностей, логіка трансформації соціальних процесів та їх континуації залежать від креативності як необхідної інваріанти кооперативних форм співіснування.

Концептуально-теоретично і методологічно пояснюється специфіка взаємозумовленості креативності людей і відчутних соціальних змін, які пов'язуються з актуалізацією ціннісного вибору в українському суспільстві.

У дослідженні підкреслюється важливість інновативності й інтелектуалів як специфіки прояву креативного процесу в мережевих суспільствах.

Ключові слова: креативність, мережеве суспільство, ціннісні зміни, інновативність, адаптація, соціальні трансформації.

АННОТАЦИЯ

Николенко К.В. Креативность как фактор социальных изменений. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.03 – социальная философия и философия истории. – Киевский университет имени Бориса Гринченко. – Киев, 2017.

В диссертации обосновывается концепция социальных изменений в контексте креативности, доказывается мысль о том, что сетевые формы организации современного общества, основные критерии и механизмы социальных изменений, имплементация в общественную жизнь постматериальных ценностей, логика трансформаций социальных процессов и их континуации зависят от креативности как необходимой инварианты кооперативных форм сосуществования, их способности к изменению, стремления к ценностям самовыражения, свободы и инновативности.

Исследуется специфика личностных проявлений креативного акта с целью определения внутренних закономерностей креативного процесса как такового, для всестороннего анализа сущностных проявлений и результатов креативности на социальном уровне.

Креативность исследуется с метафизической, деятельностной, онтологической, морально-этической и компенсаторной точек зрения. Понимается как социально затребованное качество, находящее практическое применение в различных областях деятельности человека.

Характеристика общественной значимости креативного процесса рассматривается сквозь призму понятия креативного потенциала и креативных способностей. Креативность – необходимая составляющая современного общества, выступающая определённым критерием результативности и качества преобразующей деятельности, способна детерминировать социальные изменения и систему ценностей. Анализируется понятие нового как социальной составляющей креативного процесса, которое не всегда одобрительно воспринимается обществом, но, с формированием креативной личности, появлением креативного продукта, креативной ценности как необходимых современных явлений, трансформируется само понимание изменений, воспринимаемых в качестве необходимых особенностей современного социума.

Рассмотрены следующие теории креативности: эврологии, овеществлённого результата человеческой деятельности, теории «креатора» (соотношение морального и креативного), психически неосознаваемого процесса, концепции дотеоретического знания, теории решения проблем, рационального критицизма, расширения потенциала информационного общества, индивидуальной идентичности, прагматизма, телеологичности и др. Делается акцент на социальной составляющей креативного процесса.

Концептуально-теоретически и методологически объясняется специфика взаимообусловленности креативности человечества и разительных социальных изменений, связанных с актуализацией ценностного выбора в украинском обществе.

Рассмотрены теоретические и практические составляющие креативности на разных этапах существования человечества. В исследовании подчёркивается значимость инновативности как следствия проявления креативного процесса.

Ключевые слова: креативность, сетевое общество, ценностные изменения, инновативность, адаптация, социальные трансформации.

SUMMARY

Nikolenko K.V. Creativity as a factor of social change. - Manuscript.

Thesis on gaining scientific degree of Candidate of Philosophical sciences in specialty 09.00.03 – social philosophy and philosophy of history. - Borys Grinchenko Kyiv University. – Kyiv, 2017.

Substantiates the concept of social change in a creative context, it grounds the opinion that the network forms of modern social organization, the basic criteria and mechanisms for social change, the implementation of post-materialist values into social life, the logics of transformation in social processes and their continuities depend on creativity as an essential invariant of cooperative forms of coexistence.

The specificity of interdependence between people's creativity and tangible social changes associated with the actualization of values choice in the Ukrainian society, is explained conceptually, theoretically and methodologically.

The importance of innovation and intellectuals as a specific revealing factor of creative processes manifestation in terms of a network society has been highlighted in the research.

Key words: creativity, network society, value changes, innovation, adaptation, social transformations.