



Ірина ЛИСАКОВА

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та
інноваційних технологій соціокультурної
діяльності Національного педагогічного
університету імені М.П. Драгоманова
(м. Київ), ORCID 0000-0002-4531-6514

Ключові слова: креативність, креа-
тивне суспільство, стратегія розвитку
освіти, креативний клімат, синергетич-
ний підхід, культурні та креативні інду-
стрії (ККИ).

Стаття присвячена розгляду умов розбудови в Україні креативного суспільства та ролі освіти в цьому. Оскільки для креативного суспільства головною метою є виявлення та максимальне використання інтелектуальних ресурсів людей, то це показує запит на професіоналізм, високий освітній рівень та реалізацію творчого потенціалу особистості. Така концепція знаменує перехід від індивідуальної креативності до креативності, як соціального явища. Креативне суспільство характеризується горизонтальними мережевими зв'язками, самоорганізацією, формуванням креативного класу та розвитком креативних та культурних індустрій. Все це провокує зміни в освіті, яка має переду-

УДК 37.014

DOI 10.31392/NPU-VOU.2022.4(87).03

СТРАТЕГІЇ ОСВІТИ ДЛЯ КРЕАТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА

© Лисакова І., 2022

сім соціальну місію, а її “продукт” безпосередньо впливає на всі сфери життя. Отже, мова йде не тільки про освітні програми, спрямовані на технології майбутнього, поширення творчих інкубаторів та підтримку стартапів. Йдеться про формування гуманітарного інтелектуального капіталу країни, його культурне різноманіття, посилення культури партнерства і довіри, створення креативних екосистем, в яких заклади вищої освіти є ключовими інституціями.



агострення проблеми виживання людства та збалансованого розвитку ставлять перед суспільними інститутами, і зокрема, освітою, нові завдання. Імплементация європейських цінностей в освіті утверджує подолання тоталітарного підходу до особистості, зменшення тиску технологічної цивілізації, посилення відповідальності за майбутнє. Досвід європейських кра-

ін демонструє деякі шляхи розвитку освіти для креативного суспільства. Це створення креативних освітніх екосистем, втілення проєктів освіти впродовж життя, розширення контактів з виробництвом (особливо в галузі креативних індустрій), зміцнення ролі закладів вищої освіти в розвитку регіонів, інвестування в творчі інкубатори і хаби. Одночасно йде пошук новітніх методів розвитку індивідуальної креативності.

Орієнтуючись на європейську освітню спільноту, Україна також робить кроки до освіти майбутнього. Серед іншого, це створення моделі освітнього технопарку, фінансування наукових досліджень в закладах вищої освіти, розширення їх міжнародних зв'язків, підвищення ролі підприємництва і стартапів в їх діяльності, розширення можливостей навчання впродовж життя, дуальна освіта. Тобто, в країні намітився перехід до впровадження в освіту інноваційних моделей, що ґрунтуються на творчому мисленні.

Саме такого підходу вимагають цілі економічного і соціокультурного розвитку країни: до 2030 року Україна має досягти підвищення долі креативних та культурних індустрій у економічних показниках ВВП до 10 % [2]. Тобто, креативні та культурні індустрії, в яких творча думка людини є головною виробничою силою, знаменують собою новий виток розвитку економіки. Креативність сьогодні – це масштабна і безперервна практика, що має багато вимірів і виявляється у різних формах, які взаємно доповнюють одна одну. Якщо в уявленнях епохи романтизму творчість вважалася прерогативою митців, то зараз хіба що не всі існуючі професії несуть в собі елементи креативності. Отже, суспільство також переходить на новий щабель розвитку, в якому креативність сприяє зародженню нових соціально-економічних стосунків. Їх визначними рисами є підживлення технічної та економічної креативності художньою творчістю, тісна взаємодія з культурою, а також створення такого середовища, в якому можливий розвиток та процвітання креативності – певного «креативного клімату».

Такий «клімат» встановлюється в середовищі, де отримання навичок та знань відбувається не тільки заради отримання вигод з перерозподілу доходів, а заради інноваційного розвитку цілого суспільства. У соціально-економічному житті все більше посилюється роль знання та інновацій, які надають можливість для збільшення соціальних ресурсів суспільства. Люди з оригінальними ідеями і незалежним мисленням потребують формування спільного етосу, ціннісних орієнтацій, культурного тезаурусу.

Інноваційний розвиток суспільства базується на економіці знань, яка, в свою чергу, ґрунтується на якісному змісті освіти, що забезпечує можливість втілення гуманітарно-інтелектуального капіталу в практичні результати виробничої діяльності. Серед стратегічних завдань України визначені: «...підвищення рівня спроможності, що реалізується як шляхом культурно-просвітницької діяльності, підвищення інноваційної культури, так і через освітню діяльність, спрямовану на забезпечення успішної кар'єри молоді після завершення навчання у закладах вищої освіти за одним з обраних напрямів: започаткування власної справи, робота на підприємстві, що відповідає сучасному технологічному рівню, або наукова (викладацька) робота» [5]. Отже, основним стратегічним завданням системи освіти є приведення її у відповідність з інноваційним курсом розвитку країни та побудова креативного суспільства.

Основи креативного суспільства базуються на твердженні, що людина – це головна цінність суспільства. Тому до переліку цих основ належать цінність людського життя, свобода і безпека особистості, прозорість та відкритість інформації для всіх, справедливість і рівність, самоврядування. Також це творча ідеологія, право на всебічний розвиток та особисту самореалізацію, що ґрунтується на безкоштовній та однаково доступній для всіх освіті [150].

Таким чином, концепція креативного суспільства базується на визнанні індивідуальної креативності як базисної соціаль-

ної цінності, а також переростанні її у соціальне явище через впровадження інновацій. Креативне суспільство характеризується орієнтацією на саморозвиток людини, інноваційні форми її діяльності, широкий доступ до культурних благ і послуг. Також креативне суспільство задовольняє потреби у визнанні, спілкуванні та ідентичності, оскільки максимально розкриває творчий потенціал людини. Найбільш важливою характеристикою креативного суспільства є пошук нового, який втілюється у всіх видах діяльності, а особливо в інтелектуальному та освітньому напрямках. Тобто, на перше місце виходить формування людського капіталу для забезпечення соціально-економічного розвитку країн.

Ще у 1970-х роках Д. Белл підкреслював, що у постіндустріальному суспільстві навколо інформації та знання вибудовується система соціального контролю та інноваційного розвитку. М. Кастельс одним з перших запропонував називати таке постіндустріальне суспільство «мережевим суспільством», де основні соціальні системи і практики, вся соціальна тканина складаються на основі інформаційних мереж. М. Кастельс також стверджував, що саме технологічна та освітня політика є стратегічними напрямками позитивних змін у суспільстві [81].

Один з сучасних дослідників суспільного та економічного розвитку К. Андреев описує креативне суспільство як новий економічний уклад, що характеризується певними особливостями – швидкістю інформаційного обміну, електронною формою комунікації, новими способами організації виробництва та споживання, горизонтальним характером взаємодії між учасниками економічних відносин та збільшенням ступеня автономності їх поведінки [62, с. 14–15].

Теорія соціальних систем, запропонована Нікласом Луманом, також описує креативне суспільство як утворення з горизонтальними зв'язками. Він описує його складові (економіку, право, науку, політику, мистецтво, освіту, релігію, ЗМІ, сім'ю) як функціональну соціальну систему на осно-

ві спільної творчості. Таке суспільство є функціонально диференційованим, а основним соціальним викликом є непередбачувані обставини, тобто, множина можливостей для встановлення комунікації і розвитку [93].

Перелічені соціально-економічні теорії підкріплюються фактами стрімкого перетворення світу на постінформаційний світ, в якому монополія на інформацію діє гранично короткий проміжок часу, а швидкість оновлення інформації така, що декілька технологічних революцій відбуваються на очах одного покоління. В цих умовах стратегічною перевагою стає саме здатність перманентно породжувати нове, тобто, творча здатність або креативність. Інформація та знання залишаються важливим, але вже допоміжним ресурсом.

Основними економічними ознаками креативного суспільства є стабільне інвестування в креативність у формі затрат на інновації; розвиток венчурного капіталу; зростання кількості професіоналів, зайнятих креативною роботою в різних галузях; зростання практичної віддачі від затрат на інновації; розвиток інноваційних інфраструктур [74, с.44].

Таким чином, концепція креативного суспільства передбачає всебічний розвиток ініціатив у партнерських взаєминах із світом, у розширенні та врахуванні взаємовпливів, у структуруванні в процесі устремління до кращого. Принцип горизонтальних зв'язків, коли жодна з груп населення не вважає себе соціальним аутсайдером, також яскраво виражений. Оскільки для креативного суспільства головною метою є виявлення та максимальне використання інтелектуальних ресурсів людей, то це виявляє запит на професіоналізм, високий освітній рівень та реалізацію творчого потенціалу особистості.

Ще однією умовою розвитку креативного суспільства є формування креативного класу, тобто тих людей, що займаються інноваційними розробками в різних галузях. Р. Флорида зазначав, що «... креативний клас знаходиться в авангарді процесу

переходу від системи цінностей, в основі якої лежить задоволення нагальних матеріальних потреб, до такої системи цінностей, в якій особлива увага приділяється відчуттю співпричетності, самовираженню, сприятливим можливостям, якості навколишнього середовища, а також різноманітності та якості життя» [105, с. 16].

Особливостями формування креативного класу є культурне різноманіття та толерантність. Залишаючи поза увагою деякі принципи Р. Флориди щодо толерантності, які критикуються його опонентами, слід відзначити безумовну обґрунтованість тези про важливість міжкультурного обміну. З одного боку, надзвичайний розвиток цифрових технологій та глобалізація мереж обміну інформацією зробили культурний простір різноманітним і динамічним. З іншого боку, обмін інформацією змінює парадигму споживання не тільки культурного продукту, а й всіх інших. В свою чергу, культурне споживання пов'язане з освітою, стилем життя, дозволям, ідентичністю. В результаті культурного обміну змінюються ставлення, звички, відносини, що урізноманітнює і збагачує соціальне середовище, сприяє народженню нових ідей.

Сама поява такого явища як креативні та культурні індустрії є чинником становлення креативного суспільства. Розвиток інформаційно-комунікаційної індустрії на початку XXI століття є дуже стрімким і повністю перетворює культурний ландшафт всього світу, оскільки не тільки найбільш забезпечені, а й менш економічно успішні країни отримали вільний доступ до мережі Інтернет, соціальних мереж, смартфонів, а з ними – до музики, фотографій, текстів, ігор та ін. Так, віртуальне ігрове середовище стало найбільш популярним видом проведення дозвілля, а культурний контент зайняв ліву частку глобального інтернет-трафіку. Внаслідок цього збільшилася економічна привабливість цієї сфери діяльності, й інформаційно-комунікаційні індустрії стали практично базовими для креативних індустрій.

Їх поступовий розвиток та розгалуження привели до розмежування понять креа-

тивних та культурних індустрій. Їх демаркують, розглядаючи перші як особливе відношення до творчої праці взагалі, а друге – як процес створення сукупності символів і текстів, що впливають на розуміння світу, створення громадського «Я» людини, фантазій, емоцій, ідентичності. В останні роки (практично, з початку третього десятиліття XXI ст.) два поняття поєднуються в єдине: «креативні та культурні індустрії» (ККІ) або, в суто економічному ракурсі – «креативний та культурний сектор економіки» (ККС). Тобто, поступово ці два поняття стали взаємно доповнювати одне одного і розумітися як потужна рушійна сила економіки та основа для оновлення суспільства, його креативного розвитку.

Так, у спільному дослідженні Європейського інвестиційного фонду (EIF), консорціуму Deloitte Digital та міжнародної дослідницької агенції з креативного розвитку KEA European Affairs «Market analysis of the cultural and creative sectors in Europe» дається таке визначення: «Культурні й творчі сектори (CCS) визначаються як всі сектори, діяльність яких базується на культурних цінностях та/або художньому або іншому самовираженні, незалежно від того, чи орієнтована ця діяльність на ринок чи ні, незалежно від типу структури, що здійснює її та типу фінансування. Ці види діяльності містять розробку, створення, виробництво, поширення та збереження товарів та послуг, що втілюють культурне, художнє чи інше творче самовираження, а також пов'язані з ними функції – такі як освіта чи управління. Культурний і творчий сектори містять, зокрема, архітектуру, архіви, бібліотеки та музеї, художні ремесла, аудіовізуальні засоби (включно з кіно, телебаченням, відеоіграми та мультимедіа), матеріальну та нематеріальну культурну спадщину, дизайн, фестивалі, музику, літературу, виконавське мистецтво, видавничу справу, радіо та образотворче мистецтво» [12].

Отже, креативні та культурні індустрії на сучасному етапі свого розвитку охоплюють практично всі сектори економіки, оскільки в них усіх необхідний творчий потенці-

ал людини, обмін творчою енергією працівників, які заробляють на власних ідеях, знаннях чи навичках.

Найбільш новітні дослідження креативних та культурних індустрій вирізняють певні зміни, що в них відбуваються. У світі глобальних мереж через еволюцію цифровізації та зміну поведінки людей (як виробників і споживачів), креативність виходить за межі індивідуальної творчості. Навіть найбільш традиційні, залежні від культурної спадщини креативні індустрії трансформуються внаслідок еволюції технологій і стають більш «усупільненими». Сучасна творчість розглядається як «паливо» та «двигун» креативної економіки та відноситься до акту генерації нових ідей в ракурсі технологічних застосувань [11].

Не менш цікаві факти містяться у інших дослідженнях останніх років. Звіт Коледжу мистецтва та дизайну Otis 2020 року охоплює роль творчості в економіці в цілому (що включає дослідження людей творчих професій, людей нетворчої роботи у творчих галузях, а також працівників творчих професій, які працюють у будь-якій іншій галузі) [13].

Іншим значущим документом є лонгitudне опитування дев'яти країн Організації з розвитку економічного співробітництва (ОЕСР), проведене консалтинговою компанією Deloitte протягом 2011–2018 років і випущене у 2021 році [14]. Зокрема, в цьому документі зазначається, що зайнятість у креативних індустріях становить 7% від загальної зайнятості, і це друга за величиною група після 23% зайнятих у сфері ІТ, програмного забезпечення та комп'ютерів (за даними на 2018 рік). У звіті Deloitte також зазначено, що оцінка творчої зайнятості поза креативними секторами є найбільшим джерелом відмінностей між країнами на більш-менш подібному рівні економічного розвитку.

Таким чином, можна, спираючись на ці дослідження, констатувати, що частка креативності в будь-якій праці невпинно зростає, що не може не позначитися на соціокультурному середовищі.

На початку 2000х років, коли почали бурхливо розвиватися креативні індустрії, менеджери європейських університетів стали створювати освітні програми, скеровані на розвиток у студентів творчого підприємництва, інвестувати у творчі інкубатори, вступати в інноваційні партнерства з підприємствами різних форм власності, навіть виокремлювати з «тіла» університету дочірні підприємства (spin-out) для диверсифікації своєї діяльності в означеному напрямі. Це дозволило розширити коло зв'язків навчальних закладів та наблизити освіту до виробництва. На жаль, інкорпорування стратегій ринку в діяльність освітніх закладів та їх прагнення до економічної гнучкості ознаменували вихід освіти за межі своєї традиційної історичної місії як соціальної, а не виробничої інституції.

Зміни у фінансуванні закладів вищої освіти та нові акценти в освітній політиці країн світу визначають взаємозв'язок між освітньою діяльністю та економікою в цілому. Переважно цей взаємовплив є непрямым, нематеріальним, у формі передачі технологій і знань, а також як «формування умів». Складність полягає в тому, що світ розвивається надто стрімко, і зараз важко передбачити, яким він буде навіть через 10 років. Називають як оптимістичні сценарії розвитку, так і песимістичні, навіть апокаліптичні. Однак заклади освіти (зокрема, вищої) несуть особливу відповідальність за розвиток суспільства майбутнього не тільки в галузі технологій. Важливо, щоб тенденція передачі знань була достатньо широкою, а не фокусувалася лише на техніці та технологіях, оскільки «культурний продукт» освіти є набагато ширшим.

Найбільш реальним виразом такої тенденції можуть бути ініціативи зі створення центрів професійного розвитку працівників креативних галузей, пропонування більш широкого спектру навчальних програм за потребами у спеціалістах креативних та медіа-підприємств. Перелік дисциплін, відображених у цих програмах, також має бути дуже широким і поєднувати предмети мистецтва та гуманітарних наук з ди-

зайном, технологіями, медіа та комунікаціями. Взаємодія між університетами та креативними індустріями може бути цариною для формування передумов креативного суспільства.

В мережі культурних та креативних індустрій є багато крупних «гравців» – таких, як медіахолдинги. Але в цій мережі за кількістю переважають малі та середні підприємства. Їх вільні союзи утворюють кластери – спільноти підприємств різних форм і напрямів діяльності, які стають центрами інноваційного середовища певної території – регіонів, великих і малих міст і сіл – використовуючи їх культурні особливості та людський капітал.

Але кластеризація важлива ще й тим, що формує культуру довіри і партнерства заради загальної мети. Без певного рівня співпраці та координації конкуренція буде постійно загрожувати малим підприємствам та самозайнятим особам. Конкурентна перевага в креативному суспільстві стає сумою успішних зв'язків та активізації людського капіталу. Стратегія успіху змінилася: «Тепер лідер не той, хто забрався на вершину гори, а той, хто знаходиться в центрі кола» [21, с. 188]. Тому особливого значення набуває виховання культури відкритості, довіри, партнерських стосунків. Отже, роль закладів освіти полягає також в підтримці тенденції до співпраці та координації, пошуку партнерів та встановлення стосунків з ними. Навчальні заклади найбільш «креативно розвинених» країн (таких, як Велика Британія, Сингапур) стали активно включатися в місцеві креативні екосистеми.

Креативні екосистеми розглядаються як новітні утворення для ефективної співпраці, продуктивних комунікацій, формування місцевих креативних кластерів, розвитку креативного підприємництва. Навчальні заклади, що стають ключовими інституціями креативних екосистем, виступають і як передові дослідницькі центри, і як центри тяжіння для талановитої молоді, і як центри толерантності і культурного різноманіття, сприяючи утворенню «креативного клімату» певного місця. Партнерські

зв'язки в креативних екосистемах здійснюються на інституційному рівні, але реалізуються людьми і заради людей.

Керуючись загальносвітовими тенденціями та курсом на євроінтеграцію, українська освіта своїми стратегічними напрямками розвитку обирає аксіологічні аспекти, а також зростання свідомого ставлення до здобуття якісної освіти як базової європейської цінності. Вона спирається на турботу про учнів чи студентів, повагу до їх самобутності; на врахування індивідуальних якостей людини у межах побудови індивідуальної освітньої траєкторії; на партнерські взаємодії зі здобувачами освіти.

У 2021 році Міністерство освіти і науки України презентувало модель Національного освітнього технопарку – добровільне об'єднання менеджерів освіти, територіальних громад, науковців, педагогічних колективів, батьків здобувачів освіти, громадських організацій, роботодавців і бізнесу, яке забезпечить належну синергію розвитку освіти. Проект названо «СІМ НОТ»: Синергія, Інтеграція, Менеджмент, Національний Освітній Технопарк [34]. Технопарки створюються з метою посилення інтеграції освіти, науки, бізнесу та надання якісних освітніх послуг. Одним з перших учасників діяльності національного освітнього технопарку став Білоцерківський коледж сервісу та дизайну. На його базі створено навчально-практичний центр, інформаційно-ресурсний центр і лабораторію інформаційно-комунікаційних технологій.

Сучасний освітній простір насичений крім закладів вищої освіти величезною кількістю освітніх проектів, програм, неформальних та інформальних видів освіти, відеокурсів та ін. Це дає можливість обирати та поєднувати різні варіанти освіти, доповнювати та розширювати їх. Часто ці програми пропонують освоєння професії за досить нетривалий час, а також спираються переважно на практичні професійні навички. З іншого боку, такі освітні програми надають можливість розвивати ті сторони особистості, які залишилися «в тіні»,

розширювати професійні обрії, знайомити зі світовим культурним досвідом.

З 2019 року в Україні почала роботу Національна агенція кваліфікацій – «місток» між ринком праці та освітою. Одним із завдань цього агентства є розробка і зіставлення професійних та академічних стандартів у певних галузях, їх координація. Такі агенції мають також полегшити визнання результатів неформальної та інформальної освіти, що дуже важливо для реалізації принципів освіти впродовж життя [45].

Національний фонд досліджень провадить грантові програми наукових досліджень та розробок у закладах вищої освіти, а також підтримку центрів колективного користування обладнанням. Цей крок полегшує, крім всього іншого, співпрацю та науковий обмін ідеями, що також «працює» на цілі креативного суспільства. Ще один напрям, який свідчить про просування України до освіти креативного суспільства – це розвиток дуальної освіти. Співставлення і поєднання теоретичних основ, що отримуються у закладі вищої освіти, з тими знаннями і навичками, що існують в умовах реального виробництва, полегшить

студентам адаптацію до професійних вимог після закінчення вишу.

Підводячи підсумок слід сказати, що потенціал освіти для креативного суспільства може бути реалізований, оскільки уряд України поставив розвиток креативних екосистем в топ державних завдань найближчого часу. До такої системи входять творці та інноватори, креативні хаби та соціальні підприємці, стартапи та інвестори, місцеве самоврядування та влада, місцеві громади та все громадянське суспільство в цілому. Тобто, згуртованість всього суспільства навколо креативної ідеї може дати очікувані результати.

Модель розвитку освіти, що заснована на креативності як способі реалізації людського потенціалу, дозволить вирішити комплекс модернізаційних завдань, які формують перехід до креативного суспільства. Це дозволить перетворити освітню сферу на джерело оновлення української економіки та суспільства, укріпити соціальні зв'язки, забезпечити вдосконалення суспільної структури, трансформувати країну відповідно до глобальних тенденцій та вивести на передові позиції в світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Ляшенко, В., Котов, Е.,** (2015). Україна XXI: неоіндустріальна держава або «крах проєкту»? : монографія. URL: <https://iie.org.ua/monografii/lyashenko-v-i-kotov-ye-v-ukrayina-hhi-neoindustrialna-derzhava-abo-krah-proektu-2015-r/>.
2. Міжнародний форум «Креативна Україна» (19 листопада 2020). URL: YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3O0XoLgQaUI>.
3. Міністерство освіти і науки України. Новини. (2022). URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/sergij-shkarlet-odnim-iz-vazhlivih-rishen-u-2021-roci-stalo-zbilshennya-posadovih-okladiv-osvityan>.
4. Міністерство освіти і науки України. Освіта. (2022). URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/nacionalne-agenstvo-kvalifikacij-nrk>.
5. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, Розпорядження № №526-р (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text>
6. **Андреев, К.** Одноранговая экономика. URL: https://play.google.com/books/reader?id=vRd9DwAQBAJ&pg=GBS.PT15.w.0.0.49_50&hl=en

REFERENCES

1. **Lyashenko, V., Kotov, E.,** (2015). 21st Ukraine: a neo-industrial state or the "collapse of the project"? : monograph. <https://iie.org.ua/monografii/lyashenko-v-i-kotov-ye-v-ukrayina-hhi-neoindustrialna-derzhava-abo-krah-proektu-2015-r/>. [in Ukrainian]
2. International forum «Creative Ukraine» (November 19, 2020). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3O0XoLgQaUI>. [in Ukrainian]
3. Ministry of Education and Science of Ukraine. News. (2022). <https://mon.gov.ua/ua/news/sergij-shkarlet-odnim-iz-vazhlivih-rishen-u-2021-roci-stalo-zbilshennya-posadovih-okladiv-osvityan>. [in Ukrainian]
4. Ministry of Education and Science of Ukraine. Education. (2022). <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/nacionalne-agenstvo-kvalifikacij-nrk>. [in Ukrainian]
5. On the approval of the Strategy for the development of the sphere of innovative activity for the period until 2030, Order No. No. 526-p (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text>. [in Ukrainian]

7. **Журавлев, В. А.** (2011). Креативное общество – новая парадигма развития стран в XXI веке. Креативная экономика, № 8. С. 42–49.

8. **Кастельс, М.** (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. ГУ ВШЭ. 608 с.

9. **Квортруп, Л.** Общественная система образования – Введение в педагогическую теорию Никласа Лумана. <https://gtmarket.ru/library/articles/7379>.

10. **Флорида, Р.** (2011). Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. Классика XXI.

6. **Andreev, K.** Peer-to-peer economy. https://play.google.com/books/reader?id=vRd9DwAAQBAJ&pg=GBS.PT15.w.0.0.49_50&hl=en [in Russian]

7. **Zhuravlev, V. A.** (2011). Creative society - a new paradigm for the development of countries in the 21st century// Creative economy, No. 8. P. 42–49. [in Russian]

8. **Castells, M.** (2000). Information age: economy, society and culture: Trans. with English State University of Higher Education. [in Russian]

9. **Kvortrup, L.** Public education system – Introduction to the pedagogical theory of Niklas Luhmann. <https://gtmarket.ru/library/articles/7379>. [in Russian]

10. **Florida, R.** (2011). Creative class. People who change the future. Classic XXI. [in Russian]

11. Creative Industry 4.0 Towards a New Globalized Creative Economy, 2021. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf.

12. KEA European Affairs: «Market analysis of the cultural and creative sectors in Europe». URL: <https://keanet.eu/wp-content/uploads/ccs-market-analysis-europe-012021 EIF-KEA.pdf>.

13. Otis College Report on the Creative Economy. Электронный документ. URL: <https://www.otis.edu/creative-economy/2021>.

14. The Future of the Creative Economy A report by Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>.

15. Foundations of the creative society. Creative society. URL: <https://creativesociety.com/8-foundations-of-a-creative-society>.