

УДК 316.612

КОНЦЕПЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА

© Старовойт О. В.

Мета статті – сформуувати концепцію інноваційної особистості як об'єкта і суб'єкта інноваційного суспільства, в основі якого соціокультурні зрушення, пов'язані з інформаційною цивілізацією. Великої актуальності набуває розробка поняттєво-категорійного апарату інноваційної особистості як соціокультурного феномена, в основі розвитку якого задіяні підвалини культури. Методи дослідження – соціокультурний і синергетичний, що дозволяють виявити нові характерні особливості інноваційної особистості, яку формує інноваційне суспільство. Все це демонструє загальноцивілізаційний рівень, що свідчить про вищий щабель розвитку суспільства та виражає інноваційні явища, що демонструють якісний розвиток сучасного соціуму в усіх сферах життєдіяльності – економічній, політичній, соціальній, духовній. Висновок: інноваційна особистість та умови її формування є результатом того виду соціуму, який називають інноваційним.

Ключові слова: інноваційна особистість, інноваційне суспільство, креативність, соціокультурний розвиток, соціокультурні інновації

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

Актуальність теми дослідження в тому, що інноваційна особистість суть вираження активності інноваційного суспільства, що представляє собою «стрибок з третього в перший світ». Саме інноваційне суспільство культивує своїм основним ресурсом інтелектуальний ресурс, який уособлює інноваційну особистість. Економіка інновацій, що лежить в основі інноваційного суспільства виступає локомотивом технологічних та соціальних перетворень, основою побудови конкурентоспроможного суспільства, об'єктом і суб'єктом зрушень, до яких може привести тільки інноваційна особистість як суб'єкт трансформаційних процесів. Суть економіки інновацій у тому, що саме інновації, які має творити і виробляти інноваційна особистість, виступають головним фактором розвитку як економічного базису, так і суспільства в цілому, що проходить етап трансформації в інформаційну епоху. Сьогодні склалася ситуація таким чином, що тільки інноваційна особистість як головний фактор інтелектуального ресурсу, може сприяти розвитку інноваційного суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спираються автори

На нашу думку, великого впливу в дослідженнях культурологічних проблем досягла Франкфуртська школа як одна з найбільш впливових течій в неомарксизму, яка сформувалася у 30-і рр. ХХ ст. під керівництвом М. Горкхаймера. Головні теоретики Франкфуртської школи – М. Горкхаймер, Т. Адорно, Е. Фромм, Г. Маркузе, Ю. Габермас, які на протязі сорока років

намагалися осмислити культурні реалії та їх внутрішню драму з позицій непримиримого опанування існуючому. До кола їх ідей відноситься осмислення культури як «кризи цивілізації» та утвердження соціальної зумовленості кризи західної культури. Сучасний світ інноваційної культури осмислюється такими філософами, як С.Бистрицький, С. Крилова, М.Михальченко, Т. Розова, О. Попович, С. Пролєєв, для яких важливим є кумуляція культурного досвіду як певної сукупності навичок культурних досягнень, які накопичила сучасна цивілізація на протязі свого культурного розвитку. Саме це накопичення та регенерація культурних знань привели до становлення і розвитку інноваційного суспільства, в якому інноваційна людина зайняла центральне місце як така, що має перманентно накопичувати свої знання, які привели до збагачення культурного ресурсу цивілізації та готовності суспільства перетворити їх на інновації.

У контексті аналізу інноваційного суспільства та інноваційної особистості виокремлюються роботи, що закладають розуміння інноваційності як одного з стрижневих компонентів цивілізаційної динаміки. Дана традиція пов'язана з іменами М. Ліпмана, П. Штомпки, С. Гантінгтона, Р. Інглхарта, У. Бека, в контексті роздумів яких інноваційне суспільство представлено як соціальний тренд сучасності, пов'язаний як з постіндустріальним перетворенням економіки, так із становленням культурної матриці постмодерну.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Проблема ситуація

Проблемна ситуація даної розвідки в тому, що досягнення інноваційного суспільства залежать не тільки від матеріальних факторів - рівня розвитку продуктивних сил, повноти державного бюджету, упровадження нових технологій і т.п., але і від духовних факторів – волі нації, здатної визначити свої цілі; культурних факторів, в основі яких духовні і моральні цінності; суспільний порядок, що базується на базових духовних цінностях. У світі постійно відбувається удосконалення менеджменту соціокультурної діяльності, гуманітарних технологій як духовної основи суспільства, без яких неможливий стійкий розвиток країни.

Мета дослідження – сформувати концепцію інноваційної особистості як соціокультурного феномена, що є об'єктом і суб'єктом інноваційного суспільства.

Дана мета реалізується в наступних задачах: 1) виявити концептуальні положення про інноваційну особистість як суб'єкта інноваційного суспільства, в основі якого задіяні культурні виміри; 2) розкрити характерні особливості інноваційної особистості; 3) сформувати концепцію «креативного міста».

Методологія дослідження інноваційної особистості як соціокультурного феномена представляє сукупність уявлень взаємопов'язаних етапів, закономірностей і форм розвитку культури інноваційного суспільства, в якому людина виступає креатором дійсності. Для адекватного пізнання людини інноваційного суспільства необхідно виокремити форми, рівні, методи, процедури логіки культурологічного процесу як системи методів і процедур, усвідомлення різноманітних елементів і процедур у цілісному методологічному процесі, що допомагають подолати різні відхилення від еталону науковості та сприяти формуванню концепцію соціокультурного менеджменту, що використовується в інноваційному процесі.

Методи та дослідження – соціокультурний і синергетичний, що дозволяють виявити нові характерні особливості інноваційної особистості як соціокультурного феномена, що формує інноваційне суспільство. Самоорганізація як здатність до самовідтворення, збереження і розвитку, в основі якого культурна багатоманітність світу, що спирається на інноваційний розвиток держав на основі не тільки економічного дива, але й залучення соціокультурного менеджменту, в основі якого традиції, культура народу, високе служіння вільному розвитку особистості.

Стратегія неоднорідності буття завоювала свої позиції у математиці і природознавстві. Так, нелінійна математика відкриває нові форми можливостей вираження закономірностей природи

і суспільства. Природа і суспільство розглядаються як нестационарні структури з неklasичними ознаками: адитивність малих причин, нестійкість, нерівновагомність, багатоваріантність. Нелінійність перехрещується з сучасними теоріями самоорганізації і синергетики, які розглядають складні об'єкти, в тому числі і інноваційне суспільство, як відкриті системи з невизначеним напрямком розвитку, тому використовуються для аналізу такі поняття, як бифуркація, аттрактор, нерівновагомність, відкритість системи.

Обговорення проблеми

Людина є унікальною істотною, яка індивідуальна, егоспецифічна, егоунікальна, на яку впливає вся сукупність відносин, тому людина є визначенням культурної форми індивіда, яка інтегрує біологічні, органічні, уроджені передумови і реалізує їх в різноманітних культурних ситуаціях. Інноваційна людина як максима дискурсосмислоє своє Его, направляє його в бік свободи, пізнання своєї суті-екзистенції, сприяє культу інновацій і знань, що дозволяють сформувати нове знання, як направлене на пізнання інноваційного суспільства як світу інновацій та виокремлення в ньому функцій культури в цілому.

Як свідчить аналіз, становлення і розвиток інноваційного суспільства потребує переведення господарсько-інноваційного розвитку на інноваційний шлях розвитку. Існує по меншій мірі два шляхи раціонального пояснення питання про необхідність розробки концепції упровадження інноваційного розвитку держави, що базуються на методології аксіологічного та синергетичного підходів.

Перший спосіб – побудувати концептуальну модель в контексті пояснення співвідношення понять «інноваційна особистість», «інноваційне суспільство», «креативність», «соціокультурний розвиток», «соціокультурні інновації». Іншими словами, концептуальна модель покликана пояснити необхідність упровадження інноваційного суспільства, як і якими шляхами, відповідаючи на питання: що представляють собою інновації та інноваційне суспільство, у чому їх суть?

Другий спосіб формування концепції інноваційної особистості як соціокультурного феномена – інструментальний – пов'язаний з відповіддю на питання: як, яким чином можливо вирішити цю проблему, які інструменти слід використати і чому? Інструментальний аспект у якості головного покликаний розглянути суб'єктивний фактор, пов'язаний з людською інноваційною діяльністю та формуванням інноваційної особистості як соціокультурного феномена. Проте успішність побудови інноваційного

суспільства завдяки соціокультурному менеджменту та соціокультурній діяльності не зводиться тільки до суб'єктивного фактору, а представляє собою вірно обрані пріоритети розвитку та їх успішну реалізацію.

Тому з формальної точки зору предметом дискусії є соціокультурний менеджмент як основа формування інноваційної особистості. Проте основна ідея цього процесу в тому, щоб обґрунтувати положення про те, чи можливе програмування успішної діяльності не тільки окремої інноваційної особистості, але й цілої держави. Досвід інноваційного розвитку «азіатських тигрів» (і не тільки) свідчить, що держава може звершити економічне диво, здійснивши стрибок з «третього віту» у високорозвинутий завдяки інноваційній діяльності та соціокультурного менеджменту. Наприклад, Сінгапур через 30-40 років після постановки цілі досяг високого інноваційного розвитку. Цим же шляхом пішла й Малайзія, яка стрімким економічним зростанням продемонструвала, що мусульмани також мають здібності до інноваційного винахідництва. Фінляндія по рівню людського розвитку вийшла на перше місце в Європі і розділяє перше місце у цьому рейтингу з Сінгапуром. Таке ж чудо здійснила католицька Ірландія, яка показує цілий ряд прикладів інноваційного розвитку. У зв'язку з цими перемогами неможливо недооцінювати соціокультурний менеджмент та менеджмент інноваційної діяльності, що вплинули на формування інноваційного суспільства та інноваційної особистості як соціокультурної системи.

Соціокультурна система тієї чи іншої країни – це поняття, що використовує Ю. Габермас у своїх культурологічних творах, під якою він розуміє культурну спадковість. Сукупність культурних цінностей, а також суспільні інститути, через посередництво яких спадковість у процесі соціалізації і професіоналізації отримує нормативну силу. Завдяки соціокультурному менеджменту та соціокультурній діяльності розвивається інноваційна діяльність, що забезпечує умови, необхідні для оптимального інноваційного розвитку та його культури. Культурні інновації, що упроваджуються завдяки інноваційному розвитку, використовуються для пояснення таких явищ культури, які на попередньому етапі розвитку етносу були відсутніми.

Шляхи появи інноваційних явищ є різноманітними: 1) внутрішній етап розвитку культури як винахідництва чи нововведення (культурні мутації); 2) зовнішній, коли відбувається вплив у двох формах інновацій – залучення і стимулювання культурної трансформації. Залучення – це найбільш розповсюджений вид інноваційної ку-

льтури. Проте зовнішні запозичення не тільки приводять до залучення того чи іншого нововведення, але й породжують стимульовану трансформацію. Тому формування інноваційного розвитку проходить три етапи: 1) етап відбору, у процесі якого не всі інновації проходять фільтр даної культури (запозичення також проходять вибірково); 2) етап модифікації, що враховує специфіку культури даного народу; 3) етап інтеграції, коли інновації перестають сприйматись як дещо нове, а виступають вже як традиція.

На нашу думку, все ж таки модернізація країни відбувається завдяки розвитку інноваційного менеджменту та інноваційної діяльності особистості, тобто таких перетворень, що базуються на інтелектуальній та культурній компоненті. Соціокультурний менеджмент покликаний керувати упровадженням нової техніки і передових технологій в економіці, яка повинна сприяти формуванню інноваційної особистості як соціокультурного феномена. Сутність інновацій не вичерпується змістом нововведення, а має культурологічну сутність і природу, а це означає, що інноваційний розвиток економіки слід розглядати як соціокультурне явище. На практиці, тобто в менеджеральній соціокультурній діяльності це свідчить про вимоги виходу за межі чисто економічного підходу і створення умов для реалізації інновацій в усіх сферах суспільного життя, які будуть відігравати роль ресурсної підтримки, включаючи і культурну. Отже, інноваційна діяльність, що культивується соціокультурним менеджментом, – це комплексна діяльність у сфері економіки, яка включає в себе сукупність наукових, технічних, освітніх, організаційних, фінансових, культурологічних заходів, які в своїй сукупності приводять до формування інноваційної особистості як суб'єкта і об'єкта інноваційної творчості.

Інноваційний процес, детермінований соціокультурним менеджментом, представляє собою синергію науки, техніки, культури, з однієї сторони, і держави, освіти, науки, підприємництва, – з іншої. Саме тому, у власному смислі слова соціокультурний менеджмент в інноваційному процесі та соціокультурній діяльності як смислова інновація представляє собою основу інтелектуально-культурного ресурсу, направленою на досягнення економічного успіху. Тому інновація по своїй природі є соціокультурним феноменом, тому що належить не тільки до сфери науки, техніки, менеджменту, маркетингу, але й культури. Поняття «інновація» (новація) належить цілому світу культур, вона характеризує не просто нове знання, а нове вирішення проблеми у сфері культури як сфери засвоєння людиною культуротворчості, конструювання лю-

диною свого буття як буття своєї культури. Це означає, що інноваційний шлях розвитку, детермінований культурою та соціокультурним менеджментом, формує і інноваційну особистість як суб'єкт інноваційного розвитку, враховуючи знання, інтелектуально-творчу, технологічно-культурну, гуманітарну складові соціокультурного процесу. Внаслідок цього інноваційна людина як суб'єкт інноваційно-творчого процесу націлена на формування креативного підходу до дійсності, яку вона хоче переробити згідно з законами краси, сталого розвитку та саморозвитку особистості. В контексті інноваційного розвитку суб'єктом культурологічного підходу до інноваційної діяльності є інноваційна особистість як креатор дійсності, інтелектуального особистісного розвитку, як розвитку складних людино-творчих систем, що базуються на інтелектуальному ресурсі для отримання додаткової цінності – позитивного інноваційного утворення в культурі, досягнення нового ступеня розвитку системи в її устремлінні до саморозвитку. Соціокультурний менеджмент та його використання в інноваційній діяльності – це сфера духовного виробництва і необхідна передумова використання культуротворчих можливостей особистості, що виступають компонентами інноваційної сфери.

В контексті розвитку інноваційного процесу в сучасну епоху можемо виділити поняття **«креативне місто»**, що є вираженням соціокультурного менеджменту та соціокультурної діяльності, концепції, що поєднує дім, роботу, час відпочинку у єдиний життєвий безпечний простір. Концепція креативного міста відображає нову парадигму розвитку цивілізації, зумовлену вимогами інформаційного суспільства, і виходить з передумови, що творчі здібності властиві всім громадянам, тільки слід навчитися їх перетворювати у високоцінні товари та послуги. На зміну фетишизації машин і техніки, а також культу споживацтва, приходить соціальна орієнтація розвитку особистості як людини творчої – *Yomo cretoris*. В індустріальну епоху місцевий простір складався з трьох чітко відокремлених просторів - місце роботи, місце відпочинку і місце дозвілля. З появою нової економіки і хайтек-продукції особливу увагу стали приділяти новій системі організації взаємодії людина-техніка (вперше поняття технополіси з'явилося у США в 1960-рр.). У 1970 рр. в Японії концепцію технополісів прийняли на державному рівні, була розроблена «стратегія технополісів» - свідоме використання наукового і культурного потенціалу в ім'я процвітання японської нації. Організацією простору роботи слугувала і концепція технопарків, що спираються на інноваційний

прогрес та соціокультурний менеджмент. Взаємодія людина-природа знайшла своє відображення у понятті екополісу, що дозволяє сполучати переваги міського і сільського середовища. Проте тільки в концепції «соціополісу» ліквідується роз'єднання між місцями роботи, відпочинку і дозвілля. Середовище проживання людини розглядається як єдине ціле, а робота як творчий акт. Креативне місто стає ареною публічного простору і місцем обміну між ідеями та інноваціями, а інноваційна (креативна) особистість об'єктом і суб'єктом креативного «міста»

Таким чином, інноваційна особистість як активний учасник інноваційного процесу, повинна володіти певними якостями і властивостями, які спонукають її до інноваційної діяльності як до творчого процесу щодо перетворення дійсності. Відповідність особистісних якостей інноватора сучасним вимогам розвитку інноваційного суспільства є головною умовою виникнення інновації, що визначається роллю людини як суб'єкта творчості і необхідністю подолання на шляху її впровадження як об'єктивних труднощів, так і супротиву організацій, груп і окремих особистостей. Принципово важливим є факт володіння інноватором креативністю, тобто здатністю до висування нових ідей, що володіють корисним соціальним, економічним, культурним ефектом.

Згідно з сучасними уявленнями, інноваційна особистість як соціокультурний феномен володіє інноваційним мисленням, тобто здатністю сприймати і оцінювати зовнішні об'єкти паралельно з перманентною розробкою і освоєнням нових методів взаємодії з ними. Завдяки цьому людина як соціокультурний феномен здатна до інноваційної поведінки, що виражається як у створенні нових об'єктів матеріальної і духовної культури, так і в творчому залученні нових способів діяльності. Мотивація інноваційної поведінки достатньо різноманітна і включає в себе мотиви творчості, суспільної корисності, особистісного просування в соціальній ієрархії. Успіх діяльності людини-новатора як соціокультурного феномена в значній мірі визначається зацікавленістю суспільства у появі інновацій і здатністю соціальних, економічних та інших інститутів до їх впровадження.

Висновки

Управління інноваційною діяльністю є предметом соціокультурного менеджменту, в основі якого механізми соціокультурної діяльності та управління людино-творчими системами. Інноваційна діяльність людини є процесом творчим, що базується на інтелектуальній компоненті, є результатом фантазії, творчого процесу, відкриттів, винахідництва і раціоналізації у вигляді

інноваційно-досконалих процесів, в основі яких культуротворча діяльність. Інновація – це результат інвестування в розробку і отримання нового знання і послідовний процес упровадження цього винаходу з фіксованим отриманням додаткової цінності. Тому інноваційний розвиток сучасного соціуму можливий лише на культурному базисі, сутність якого складає ін-

новаційно-культурний розвиток. Інноваційна економіка розглядається не просто як господарська діяльність, а як основний вид культуротворчості, в якому гармонічно інвестовані потенційні можливості науки, освіти, бізнесу і технологій, культури і творчості особистості, що радикально трансформують соціальні відносини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аберкромби Н. Социологический словарь : Пер. с англ. / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. Тернер; перероб. и доп. – М. : ЗАО Издательство «Экономика», 2004. – 620 с.
2. Воронкова В.Г., Романенко Т.П., Андриякитене Регина. Генеза від інформаційного суспільства до «smart-суспільства» в контексті історичної еволюції сучасного світу : теоретико-концептуальний контекст / В.Г.Воронкова, Т.П.Романенко, Регина Андриякитене // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : Вид-во «Гілея», 2017. – Вип. 116. – С. 128-133.
3. Донникова И. А. Культурогенная сущность социальной самоорганизации: [Монография] / Ирина Анатольевна Донникова. – Одесса : Печатный дом, 2011. – 280 с.
4. Князева Е. Н. Основания синергетики. Синергетическое мировидение / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. / 3-е издание, дополненное. – М. : Книжный дом : «ЛИБРОКОМ», 2010. – 256 с.
5. Колин К. К., Урсул А. Д. Информация и культура: введение в информационную культурологию / К. К. Колин, А. Д. Урсул. – М.: 2015. – 286 с.
6. Лазаревич А. А. Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания / А. А. Лазаревич; науч. ред. И. Я. Левяш. - Минск : Беларуская навука, 2015. - 537 с.
7. Марков В. И. Глобальный кризис человечества и кризис культуры: методологические заметки / В. И. Марков // ВЕСТНИК КемГУКИ. 2014. – № 29. – С.18 - 28.
8. Микешина Л. А. Диалог когнитивных практик: из истории эпистемологии и философии науки / Л. А. Микешина; [науч. ред. И. И. Ремезова]. - М. : РОССПЭН, 2010. - 574 с.
9. Паринов С. Информационное общество: контуры будущего // Аудиториум. [On-line]. Метод доступа:
<http://www.auditorium.ru/v/vconf.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&idthesis=54>
10. Старовойт О. В. Філософські засади формування інноваційної культури : монографія / Олена Василівна Старовойт. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015.- 383 с.
11. Трубіна М. А. Теоретико-методологічні засади аналізу інноваційної сфери регіону в умовах глобалізації та євроінтеграції / М. А. Трубіна // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя : Вид - во ЗДІА, 2013. – № 54. – С. 91-105.
12. Хакен Г. Информация и самоорганизация : Макроскопический поход к сложным системам : пер. с англ. / Г. Хакен; предисл. Ю. Л. Климонтовича. – Изд. 2 - е, доп. – М. : Комкнига, 2005. – 248 с.
13. Ягодзінський С. М. Глобальні інформаційні мережі у соціокультурній перспективі: монографія / С. М. Ягодзінський. - К. : Аграр Медіа Груп, 2015. - 276 с.

REFERENCES

1. Abercrombie N. Sociological Dictionary: Trans. from English. / N. Abercrombie, S. Hill, B. Turner; Revised and expanded - M.: Publishing House "Economiika", 2004. - 620 p.
2. Voronkova V.H., Romanenko T.P., Andryukaytene Regina. The genesis from the information society to «smart-society» in the context of the historical evolution of modern world: theoretical and conceptual context / V.H.Voronkova, T.P.Romanenko, Regina Andryukaytene // Gilea: Research Journal. Collected Works / Ed. V.K. Vashkevych.-: Printed "Gilea", 2017. - Vol. 116. - P. 128-133
3. Donnikova I.A. Culturogenic essence of social self-organization: [Monograph] / Irina Anatolevna Donnikova. - Odessa: The Printing House, 2011. - 280 p.
4. Knyazeva, E. N. Foundations of synergetics. Synergetic worldview / E. N. Knyazeva, S. P. Kurdyumov. / 3rd edition, augmented. - M.: Book House: LIBROKOM, 2010. - 256 p.
5. Kolin K.K., Ursul A.D. Information and Culture: An Introduction to Information Culturology / K. K. Kolin, A. D. Ursul. - Moscow: 2015. - 286 p.
6. Lazarevich A.A. The formation of the information society: communicational-epistemological and cultural-civilizational foundations / A.A. Lazarevich; Sci. Ed. I. Y. Levyash. - Minsk: Belaruskaya Navuka, 2015. - 537 p.
7. Markov V.I. Global crisis of mankind and the crisis of culture: methodological notes / V.I. Markov // VESTNIK KemGUKI. 2014. – № 29. – P.18 - 28.
8. Mikeshina L.A Dialogue of cognitive practices: from the history of epistemology and philosophy of science / L.A. Mikeshina; [Sci. Ed. I. I. Remezov]. - M.: ROSSPEN, 2010. - 574 p.

9. Parinov S. *Information Society: Contours of the Future* // Auditorium. [Online]. Access method: <http://www.auditorium.ru/v/vconf.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&idthesis=54>
10. Starovoit O. V. *Philosophical foundations of forming innovative culture: monograph* / Olena Vasylyvna Starovoit. - NPU Dragomanov Publishing, 2015. - 383 p.
11. Trubina M. A. *Theoretical and methodological basis of analysis of region's innovative areas in the context of globalization and European integration* / M. A. Trubina // *Journal of Humanities: National Zaporizhia Engineering Academy [coll. of science. pap.]* - Zaporizhia: ZDIA Publishing, 2013. - № 54. - P. 91-105.
12. Hacken G. *Information and self-organization: A macroscopic approach to complex systems: Trans. from English.* / G. Hacken; Pref. by Y. L. Klimontovich. - 2nd ed., ext. - M.: Komkniga, 2005. - 248 p.
13. Yagodzinsky S.M. *Global informational networks in sociocultural perspective: monograph* / S.M. Yagodzinsky. - K.: Agrar Media Group, 2015. - 276 p.

СТАРОВОЙТ Е. В. – доктор філософських наук, доцент кафедри менеджмента і інноваційних технологій соціокультурної діяльності Національного педагогічного університету ім. М.П.Драгоманова (Київ, Україна) E-mail: helenst0001@rambler.ru

ИННОВАЦИОННАЯ ЛИЧНОСТЬ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Цель статьи – сформировать концепцию инновационной личности как объекта и субъекта инновационного общества, в основе которого социокультурные сдвиги, связанные с информационной цивилизацией. Большую актуальность приобретает разработка понятийно-категориального аппарата инновационной личности как социокультурного феномена, в основе развития которого задействованы основания культуры. Методы исследования – социокультурный и синергетический, которые позволяют выявить новые характерные особенности инновационной личности, которую формирует инновационное общество. Все это демонстрирует общецивилизационный уровень, что свидетельствует об высшей уровне развития общества и выражает инновационные явления, которые демонстрируют качественное развитие современного социума во всех сферах жизнедеятельности – экономической, политической, социальной, духовной. Вывод: инновационная личность и условия ее формирования есть результатом того вида социума, который называют инновационным.

Ключевые слова: инновационная личность, инновационное общество, креативность, социокультурное развитие, социокультурные инновации

STAROVOIT, OLENA - Doctor of Philosophical Sciences, Associate Professor at the Department of Management and innovative technologies, social and cultural activities, National Pedagogical Dragomanov University (Kiev, Ukraine) E-mail: helenst0001@rambler.ru

INNOVATION PERSONALITY AS A SOCIOCULTURAL PHENOMENON

The purpose of the article - to form the innovative concept of personality as object and subject of innovative society, based on social and cultural changes related to information civilization. Great importance is to develop conceptual-categorical apparatus innovative personality as a sociocultural phenomenon, the basis of which involved the foundation of culture. The purpose of the research is innovative conceptualization of personality as a social and cultural phenomenon that is the object and the subject of innovation society. Methods of the research - sociocultural and synergy that can detect new innovative characteristics of personality, that creates innovative society. Innovative personality demonstrates the level of general civilized society, which indicates a higher level. Innovation personality as a sociocultural phenomenon creates innovative processes demonstrating a qualitative development of modern society in all spheres of life - economic, political, social and spiritual. Conclusion: innovative personality and the conditions of its formation is the result of the kind of society that called innovative. This type of society requires appropriate innovation infrastructure that meets the highest technological way.

Keywords: innovative personality, innovative society, sociocultural development, sociocultural innovation.

Рекомендовано до публікації д-р філос.наук, проф. Пунченко О.П.
Дата надходження 23. 03.2017