

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук і соціальних технологій
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота

освітньо-кваліфікаційний рівень - бакалавр

на тему: **«УЯВЛЕННЯ ПРО ЗГУРТОВАНІСТЬ ПРЕДСТАВНИКІВ
КРЕАТИВНОГО КЛАСУ»**

Виконала: студентка 4-го року навчання,
спеціальності
0.54 «Соціологія»

Чуркіна Єлизавета Костянтинівна

Керівник: Яковлев М.В.,
кандидат політичних наук,
доцент

Рецензентка
Осипчук А. Д.,
кандидатка соціологічних наук, доцентка

Кваліфікаційна робота
захищена
з оцінкою

«_____»

Секретар ЕК: Артикуца С.С. _____

«____» _____ 2019 р.

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ	4
1.1. Категоріально-понятійний апарат дослідження стратифікаційних порядків.....	4
1.2. Концепція Креативного класу: склад, цінності, класова свідомість представників.....	9
1.3. Категоріально-понятійний апарат дослідження соціальної згуртованості.....	13
1.4. Феномен креативності у соціальних дисциплінах.....	16
1.5. Розвиток креативних індустрій в Україні: можливості, завдання та проблеми.....	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЗГУРТОВАНOSTІ: ТРАДИЦІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ.....	25
2.1. Світовий досвід дослідження особливостей Креативного класу	25
2.2. Дослідження складових соціальної згуртованості українського суспільства.....	30
2.3. Моделі, індикатори та індекси вимірювання креативності.....	36
2.4. Український досвід дослідження професій.....	41
РОЗДІЛ 3. СПРИЙНЯТТЯ ЗГУРТОВАНOSTІ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ЙОГО ПРЕДСТАВНИКАМИ.....	45
3.1. Фокус-група як якісницький метод збору та аналізу даних у соціології.....	45
3.2. Складові інструментарію дослідження згуртованості Креативного класу: питання для гайду фокус-групи.....	47
ВИСНОВКИ.....	66
ДОДАТКИ.....	70
Список використаних джерел.....	90

ВСТУП

Із часів Євромайдану громадянське суспільство в Україні стикається з новими труднощами, перебираючи на себе нову роль у житті українців. На перший план виходять такі поняття як особиста відповідальність та персональна ідентичність. Розглядаючи розвиток та становлення Креативного класу саме в умовах активізації індивідуальної ініціативності, можна помітити трансформацію поняття соціальної згуртованості, класичні складові якої (довіра до інституцій, прийняття інакшості, громадська активність, довіра до оточуючих) об'єднуються змістовно із концептом класової свідомості представників Креативного класу - усвідомленого співвідношення себе з іншими у вимірі обов'язків перед ними та очікувань.

Трансформаційні зміни у суспільстві в основних сферах життя українців (протягом останніх 4-ох років) мають істотний вплив на таку характеристику як «соціальна згуртованість». Вона здатна відобразити суспільні тенденції та настрої населення стосовно продуктивних змін через можливу загальну співпрацю на відновлення стабільності у державі. Серед українців після Революції Гідності 2013-2014 рр. довіра до співгромадян та окремих соціальних інституцій зросла, що дає змогу казати про розвиток культури довіри до людей. Щоразу все більше громадян готові брати на себе відповідальність за втілення змін у країні, не чекаючи рішень «зверху». Конфлікт на сході України призвів до консолідації та усвідомлення спільної мети.

Паралельно із тим, відбувається модифікація цінності грошей та ставлення до них: гроші перестають бути єдиною метою професійної діяльності, виступаючи в якості інструменту реалізації проектів. Із активним використанням цифрових технологій та стрімким розвитком культурних галузей креативні індустрії демонструють потенціал покращення загального економічного стану країни зарахунок ефективного генерування інтелектуальної власності, фокусуючись на індивідуальній творчості, талантах і творчості. Чотири роки тому на Всесвітньому економічному форумі у Давосі креативність було названо однією з найважливіших навичок до 2020 року. Минулого року в українському законодавстві з'явилося таке поняття як «креативні індустрії». Варто

наголосити, що ця індустрія надає Україні 4% ВВП, а за даними CANnual Report 2018, Україна увійшла до Топ-3 країн Східної і Центральної Європи, у яких рекламна індустрія має сильний вплив на економіку країни в цілому¹.

Отже, особиста відповідальність та громадська залученість (у її різноманітних проявах) представників Креативного класу чинять безпосередній вплив на чіткіше визначення та розуміння спільної, для великої кількості людей, мети.

З'ясування питання згуртованості Креативного класу стає особливо **актуальним** в контексті потенційної можливості відбудови української економіки зарахунок креативних індустрій та регіонального розвитку. Попри те, що дослідження Креативного класу в Україні проводяться, абсолютна їх більшість є теоретичними або пов'язані з культурним і креативним потенціалом міст України. **Метою** кваліфікаційної роботи є з'ясування уявлень про соціальну згуртованість представників Креативного класу. **Об'єктом** є громадяни України, які обіймають посади у сферах зайнятості, що характеризуються як креативні (за Р. Флоридою). **Предметом** виступає згуртованість представників Креативного класу в Україні. Досягнення поставленої мети вимагає виконання таких **завдань**:

1. Виявити та описати феномен згуртованості Креативного класу в Україні;
2. Розглянути основні напрями досліджень, пов'язаних зі складовими соціальної згуртованості та особливостями Креативного класу;
3. Розробити гайд для проведення фокус-груп з дослідження згуртованості Креативного класу в Україні;
4. Провести дослідження сприйняття згуртованості Креативного класу його представниками.

¹ Пташка, О. (2019). *Творчість заразлива. Поширюйте її*. Режим доступу: <https://business.ua/spetsproekty/item/4633-tvorchit-zarazlyva-poshyriuite-ii-ukraina-uvishla-do-top3-eksporteriv-kreatyvnykh-tovariv-sered-krain-z-perekhidnoiu-ekonomikoiu>

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ

1.1. Категоріально-понятійний апарат дослідження стратифікаційних порядків

Найбільш популярними альтернативами до класового аналізу є багатовимірний стратифікаційний аналіз М. Вебера, аналіз професійної диференціації Е. Дюркгайма, підхід А. Токвіля, сфокусований на громадянському суспільстві, і напрямки досліджень, пов'язаних із стратифікацією влади та формуванням еліт. Хоча деякі з цих теорій висвітлюються Е. Райтом, Р. Бріном, Д. Грускі і Е. Вейнингером як можливості оновленого класового аналізу, у той самий час ці підходи можуть виступати й як теоретичне підґрунтя для альтернативного розгляду (на противагу класовій теорії) нерівності та антагонізму в розвинених суспільствах².

А. Токвіль розглядає соціальну нерівність та сучасну динаміку цього феномену у багатьох аспектах як дзеркальне відображення класової перспективи, запропонованої К. Марксом. Хоча К. Маркс зазначає про класову поляризацію, А. Токвіль висвітлює аспект прогресивного вирівнювання умов, розширення демократичних практик та поширення егалітарних норм. Соціальна взаємодія та мобільність, як зазначає А. Токвіль, стають більш відкритими та частішими, у той момент як власність стає рівномірно розділеною, а новий («демократичний») соціальний порядок - не лише егалітарним, але й індивідуалістичним. Індивід, а не корпоративний колектив стає центром ініціатив³. Отже, рівність та демократія сприяли розвитку так званої подібності (alikeness), що уможливила соціальне вирівнювання. Соціальні парадигми К. Маркса та А. Токвіля розкривають дві основні риси сучасної соціальної

² Wright, E. (2005). *Approaches to Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from: <https://www.aacademica.org/erik.olin.wright/47.pdf>

³ Tocqueville, A. (2002). *Democracy in America*. The Pennsylvania State University. Retrieved from: <http://seas3.elte.hu/coursematerial/LoikoMiklos/Alexis-de-Tocqueville-Democracy-in-America.pdf>

ієрархії, пропонуючи дві прагматичні точки зору на сучасні тенденції. Для Маркса, класовий поділ визначає нову форму ієрархічного гноблення, експлуатації та домінування, які виступають в ролі прихованого плану «вільного робочого контракту», ліберальної ідеології та егалітарних норм⁴. Марксистам також приписують висвітлення цих аспектів соціальної нерівності, пов'язання класової нерівності з ключовими характеристиками сучасного капіталізму: приватна власність на капітал та товарну працю. Підсумовуючи ідеї А. Токвіля, можна казати про те, що у сучасному суспільстві економічні нерівності збігаються та подеколи затьмарюються вирівнюванням норм та громадянських статусів.

Е. Дюркгайм пропонує іншу альтернативу класовому теоретичному розгляду. Соціальні нерівності, за Е. Дюркгаймом, розглядаються в контексті прогресуючої соціальної диференціації, яка є результатом зростаючих соціальних взаємодій або «моральної щільності» (*moral density*). Той факт, що нові соціальні функції, які виникають у процесі диференціації, є ієрархічно організованими, менш важливий для Е. Дюркгайма, аніж режим цієї організації. Хоча в традиційних суспільствах соціальні ієрархії є жорсткими та ідеологічно виправданими, у сучасних суспільствах вони є більш відкритими⁵. Можна зробити висновок про те, що, на відміну від К. Маркса, Е. Дюркгайм передбачає фрагментацію та декомпозицію ієрархічних угруповань. Він також вказує на те, що відносини між професійними групами будуть скоріше гармонійними, аніж конфліктними, через посилення регулювання економічних змагань між професійними асоціаціями та державою. Професійні групи стають центральним елементом нової системи стратифікації через те, що вони наділені ідентичністю, статусом та матеріальними винагородами.

Д. Грускі, продовжуючи ідею Е. Дюркгайма, пропонує розглядати професії як основні одиниці сучасної соціальної ієрархії. Професії є продуктом спонтанної диференціації та «органічної» соціальної кластеризації. Вони формують

⁴ Marx, K. (1959). *The Communist Manifesto, and Other Writings by Karl Marx*, 3(9). edited by M. Eastman. New York, The Modern Library.

⁵ Durkheim, E. (1933). *The Division of Labor in Society* (translated by Simpson G.). New York, Macmillan. Retrieved from: <http://fs2.american.edu/dfagel/www/Class%20Readings/Durkheim/Division%20Of%20Labor%20Final%20Version.pdf>

«моральні спільноти» (не лише асоціації) та зумовлюють появу сильних ідентичностей⁶. Професії також є визнаними державою, через що є залученими до усіх форм винагород, наданих державою. Крім того, професії слугують каналами для досягнення кар'єрних прагнень та сприяють схожості стилю життя, смаків та споживання серед представників того чи іншого роду занять. Однак аргументація Д. Грускі стає дещо проблематичною, коли він пропонує розглядати професійну належність як базис класової належності. Поєднання двох концептів - клас та професійна група - не видається абсолютним. Його формулювання ідеї Е. Дюркгайма про експлуатацію стає ще більш проблематичним через те, що йде всупереч функціоналістській парадигмі, яка лежить в основі професійної диференціації. Так само, як Ф. Паркін та Р. Мерфі, Д. Грускі стверджує, що професійні групи стають головними «каналами для закриття» - що може розглядатися як з експлуаторської точки зору, так і з оборонної.

Основні засади некласового соціального аналізу нерівності та конфлікту були закладені М. Вебером. Він також формулює альтернативне бачення соціальної стратифікації, за якої формується соціетальна (структурно-функціональна цілісність) сила та життєві шанси, кориговані ринком, встановленими культурними нормами та організаційною владою, особливо всередині держави⁷.

З кінця 30-их років XX століття з'являються твердження, що новий клас - це клас бюрократії, технократів, менеджерів. Як припускає В. Мельниченко, причиною для появи нових теорій стають якісні зсуви у сучасному суспільстві, пов'язані із трансформацією особистості, соціальних зв'язків, суспільних можливостей, світогляду⁸. Д. Белл у другій половині 1960-х років розробляє теорію постіндустріального суспільства, якому притаманні перевага зайнятості в різноманітних сферах обслуговування, переорієнтація економіки та культури на задоволення переважно культурних потреб. Д. Белл стверджує, що в умовах

⁶ Grusky, D. (ed.). (2001). *Social Stratification*. Boulder, CO, Westview Press. Retrieved from: <http://www.unibielefeld.de/soz/we/we3/Diewald/Gruskysocialkstrat.pdf>

⁷ Weber, M. (1968). *From Max Weber* (translated by Hans H. Gerth and C. Wright Mills). London, Routledge and Kegan Paul.

⁸ Мельниченко, О. (2014). Середній клас: ознаки та функції, напрями та засоби державного регулювання його розвитку. *Вісник Національного університету цивільного захисту України* (1), 84-92.

сучасної епохи науково-теоретичне знання стає головною силою економічного росту та соціального прогресу, відкриваючи можливості для розвитку нового соціального прогресивного «класу знання»⁹. П. Друкер вводить термін «knowledge worker» (працівник знань), виділяючи частину населення в окрему групу «працівників розумової праці»¹⁰. П. Друкер зазначає про протиріччя між інтелектуалом - носієм інженерної інновації та капіталістичним підприємцем: перший зацікавлений у якості продукту, другий - у прибутку, який вдається отримати.

З 1980-их років все більше уваги приділяється професіоналам - еліті нового середнього класу, який наділений унікальним людським капіталом. Відбувається також зміщення акценту з аналізу середнього класу на загальний аналіз його професіонального потенціалу. Е. Гоулднер виділяє «новий клас», включаючи до нього технічну інтелігенцію, представників гуманітарних та «вільних» професій, звертаючи увагу на те, що саме вони контролюють культурний капітал, а їхнє привілейоване положення в суспільстві зумовлено роллю передачі знань¹¹. Е. Гоулднер також стверджує про «культуру критичного дискурсу», властиву представникам нового класу. Д. Голдторп зазначає, що для представників нового класу характерні високий ступінь автономності роботи та можливість незалежного прийняття рішень¹².

Більшість теорій, які розглядають положення нового класу, наголошують на певному виді розумової праці як класовому критерію. Р. Райх наголошує, що саме від здатності людей обробляти, аналізувати та розповсюджувати інформацію залежить економічний розвиток та глобалізація. Так з'являється категорія «символічні аналітики» («symbolic analysts»), до якої входять представники професій, пов'язаних з обробкою інформації та креативністю¹³. Р. Райх протиставляє новий клас двом іншим, уже сформованим, - «робітникам

⁹ Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.

¹⁰ Drucker, P. (1999). Knowledge-Worker Productivity: The Biggest Challenge. *California Review Management*, 41(2). Uni of California.

¹¹ Gouldner, A. (1979). *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*. New York: Seabury Press.

¹² Goldthorpe, J., Keith H. (1974). *The Social Grading of Occupations: A New Approach and Scale*. Oxford: Clarendon Press.

¹³ Reich, R. (2009). *The importance of Symbolic Analysts to working America*. The American Prospect. Retrieved from: <https://prospect.org/article/importance-symbolic-analysts-working-america>.

рутинної праці» та обслуговуючому персоналу. К. Леш говорить про те, що ядро класу, який починає формуватися, визначається не так рівнем доходів чи ідеологією, скільки способом життя. За К. Лешем, соціальні групи, які складають новий клас, наділені професійною ерудицією та здатністю маніпулювати інформацією¹⁴.

Варто зазначити, що П. Бурдьє описував такий феномен, згідно якого високий рівень споживання і виробництва мистецтва зумовлює виникнення певної ілюзії «соціального злету» у вищого класу: відчуття того, що їхні смаки та переконання не є прив'язаними до класових позицій, але є універсальними¹⁵.

Як зазначає Голенкова, в останні роки глобалізації та перманентної економічної кризи, постає питання про новий і не менш важливий базис для стратифікації сучасних постіндустріальних економічно розвинених суспільств, а саме поділу суспільства на основі економічної (не)стабільності¹⁶. Виникає нова стратифікаційна група - прекаріат, яку інколи називають «нестабільною» чи «небезпечним класом»¹⁷. До прекаріату входять групи індивідів, які не мають стабільного положення на ринку праці чи гарантій зайнятості, незалежно від розміру доходів, здобутої освіти, самоідентифікації.

Прихильники нео-веберіанства та дослідники еліт висвітлюють формування вертикальних спільнот у межах національної владної ієрархії. Дослідники обох напрямків стверджують про схожий спосіб життя, канали комунікацій, спільного ворога та ефективне лідерство як ключові фактори, що спричиняють розвиток спільнот. Найголовнішим «симптомом» зв'язків в середині спільноти є спільна ідентичність, заснована на суспільному «маркуванні». Така ідентичність, а також самоідентифікація, стають основою дій, зв'язаних спільністю інтересів (солідарність). Як приклад «общинного владного

¹⁴ Леш, К. (2002). *Восстание элит и предательство*. Москва. Логос-прогресс.

¹⁵ Travers, M. (1999). Qualitative Sociology and Social Class. *Sociological Research Online*, 4 (1). Retrieved from: <http://www.socresonline.org.uk/4/1/travers.html>.

¹⁶ Голенкова, З. (2013). Новые социальные группы в современных стратификационных системах глобального общества. *Социологическая наука и социальная практика*, 3.

¹⁷ Стэндинг, Г. (2014). *Прекариат: новый опасный класс* (пер. с англ. Усова Н.). Ad Marginem.

угруповання» Я. Пакульські наводить політичну еліту, що характеризується мінімальним рівнем згуртованості всередині групи¹⁸.

Отже, можна побачити, що послаблення класової диференціації відбувається за рахунок професійної диференціації та ринкової фрагментації, пізніше - підживлення корпоративних угод, що, зрештою, призводить до розщеплення класових еліт, організацій (партії та профспілки), ідеологій.

1.2. Концепція Креативного класу: склад, цінності, класова свідомість представників

Теорія креативного класу Р. Флориди виникає як логічне продовження спроби відобразити соціальні зміни, які мають місце у сучасному постіндустріальному суспільстві. Варто зазначити про одну із головних ознак переходу від індустріального періоду до постіндустріального: Мельниченко звертає увагу на те, що в індустріальний період віддавалася перевага сировині та ресурсам, задіяним у масовому виробництві; у той час як за умов постіндустріального суспільства приділяється велика увага креативному та інтелектуальному потенціалу людини. Тому однією з рис постіндустріального суспільства є збільшення числа людей, здатних вирішувати, створювати та перетворювати тих, кого можна зачислити до креативного класу¹⁹.

Р. Флорида зазначає, що ідентичність Креативного класу - це щось глибше, ніж набір змінних схильностей і вподобань, бо основа її - в економічних умовах, які змінилися. Належність до певного класу впливає з економічних функцій, які виконують люди. Р. Флорида проводить міжкласове розмежування за видом виконуваної праці: «у той час як представники Робітничого класу працюють здебільшого фізично, представники Креативного класу працюють передусім власним розумом»²⁰.

¹⁸ Wright, E. (2005). *Approaches to Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from: <https://www.aacademica.org/erik.olin.wright/47.pdf>

¹⁹ Мельниченко, В. (2012). Креативный класс: история концепта и его роль в анализе развития регионов. *Арктика и Север*, 12 (4). Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-klass-istoriya-kontsepta-i-ego-rol-v-analize-razvitiya-regionov>

²⁰ Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ*. (пер. з англ. Яковлев М.), с.31. Київ. Наш формат.

За результатами польових досліджень та інтерв'ю, проведених Р. Флоридою та описаних у першому виданні книги «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє», представники Креативного класу не вважали себе належними до унікальної соціальної групи, через що дослідник підсумував, що, можливо, цей клас і не стане таким виразним, яким був промисловий Робітничий клас. Однак, як Р. Флорида зазначає далі, на момент перевидання книги та оновлених статистичних даних з нової класової структури, Креативний клас став самосвідомішим.

Р. Флорида визначає Креативний клас за сферами зайнятості, у яких задіяні люди, розподіляючи його на дві складові, маючи на увазі під класом сукупність людей, які мають спільні інтереси і схильні думати, відчувати і поводити себе у схожий спосіб, риси схожості визначаються економічною функцією - тим видом праці, який забезпечує їм засоби для існування. Р. Флорида наголошує на тому, що для сучасної інформаційної економіки характерний не робочий клас чи середній клас; у сучасному суспільстві збільшується кількість людей, які займаються креативною працею, тобто працею, ключовою складовою якої є «створення нових форм, які мають смисл» - інновації, які оптимізують робочий процес на виробництві товарів чи послуг. За Р. Флоридою, креативний клас не є гомогенним, через що дослідник виділяє «суперкреативне ядро» (до складу якого також входять «лідери думок» сучасності, які впливають на формування суспільних поглядів) та периферію (куди відносяться «креативні професіонали», які працюють у галузях, що характеризуються потужною компонентою знання)²¹.

Суперкреативне ядро складають працівники, що представляють такі професії:

1. професії в галузі програмування і математики;
2. професії в галузі архітектури та інженерної справи;
3. професії в галузі природничих та соціальних наук;
4. професії в галузі освіти, професійної підготовки та бібліотечної справи;
5. професії в галузі мистецтва, дизайну, розваг, спорту та засобів масової інформації.

²¹ Флорида, Р. (2018). *Ното creatívus: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 365. Київ. Наш формат.

До креативних професіоналів Р. Флорида відносить працівників, що представляють такі професії:

1. управлінські професії;
2. професії в галузі бізнесу та фінансових операцій;
3. професії в галузі юриспруденції;
4. професії в галузі охорони здоров'я;
5. керівні професії в галузі продажів та управління продажами.

Важливо зазначити, що представників технічних професій Р. Флорида також включає до Креативного класу через їхню «здатність застосовувати масштабний корпус складного знання для роботи над фізичними матеріалами та залучення до креативного розв'язання задач»²². Р. Флорида наводить приклад дослідження, проведеного С. Барлі, який наголошує на зростаючій важливості та впливовості групи представників технічних професій, оскільки ці працівники беруть на себе все більше відповідальності для переосмислення своєї ж роботи й ухвалення рішень. Через що класичне розмежування між роботою тих, хто ухвалює рішення («білі комірці»), та тих, хто виконує накази («сині комірці»), розмивається.

Креативний клас виступає тією силою, яка зумовлює економічний розвиток постіндустріальних міст. Варто також взяти до уваги різницю в автономності між креативним та іншими класами: представники першого отримують свої, власні гроші, проектуючи та створюючи щось нове, у той час як представникам робочого та обслуговуючого класу платять за виконання певної роботи в рамках певного робочого плану.

Р. Флорида пише про те, що підйом Креативного класу зумовлений також початком зсуву у цінностях, нормах, ставленнях. Базуючись на даних, отриманих у ході інтерв'ю та фокус-груп, дослідник згрупував цінності у три основні блоки.

Індивідуальність. Представники Креативного класу віддають перевагу індивідуальності та самовираженню, що призводить до того, що індивіди

²² Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 56. Київ. Наш формат.

прагнуть до створення індивідуалістичних ідентичностей, які б відображали їхню креативність²³. Представники цього класу орієнтуються на певну автономність та незалежність від традиційних норм та правил, які диктуються інституціями та поширюються на різні соціальні групи у суспільстві.

Меритократія. Грошова винагорода перестає бути єдиною вагомою мотивацією в роботі. Її заміщують відчуття підвищеної відповідальності, мотивація, творча стимуляція. Р. Флорида зазначає також про те, що для представників Креативного класу важлива повага з боку їхніх колег. Можна казати про те, що подібна система організації роботи позитивно впливає на реалізацію людського потенціалу.

Різноманіття та відкритість. Провівши інтерв'ю та фокус-групи із представниками Креативного класу, Р. Флорида підсумовує, що дана особливість виступає фактором вибору місця роботи чи проживання як можливість бути прийнятим в колектив чи оточення незалежно від раси, інтересів, сексуальної орієнтації, маючи змогу стати частиною нового середовища і просуватися в ньому далі. Прийняття різноманітності в представників цього класу сприймається як знак того, що «тут радо приймають нестандартних людей»²⁴. Р. Флорида згадує про дослідження цінностей, проведене Р. Інглартом, під час якого дослідником було виявлено зсув з питань економічного зростання до цінностей, що стосуються стилю життя, який Р. Інгларт називає зсувом від цінності «виживання» до цінності «самовираження».

Р. Флорида зазначає про те, що під час дослідження та ведення хроніки становлення та поширення впливу Креативного класу, його представники не бачили себе як клас - тобто як групу людей, об'єднаних властивими їм ознаками й спільними для них проблемами. Дослідник проводить паралель із попередніми історичними епохами та класами, які виникали за попередніх

²³ Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 70. Київ. Наш формат.

²⁴ Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 71. Київ. Наш формат.

великих перетворень, та гуртувалися задля керування суспільствами. Проте у даному випадку простежується розбіжність: Р. Флорида ставить у приклад американське суспільство, де панівний клас, представники якого володіють центрами влади у промисловості, медіа, мистецтві, проте практично не усвідомлюють власного існування - як наслідок, не здатні свідомо скеровувати розвиток суспільства²⁵. Автор наголошує на необхідності вироблення класової свідомості: будь-яка концепція персональної ідентичності вимагає продуманого уявлення про те, як людина співвідноситься з іншими людьми, у чому її обов'язки перед ними і що вона очікує від них. «Креативному класові вже настав час подорослішати й узяти на себе відповідальність. Проте спершу нам треба зрозуміти, хто ж ми такі»²⁶.

Цікавою видається також точка зору громадського діяча М. Зархіна, який зазначає про те, що у зв'язку зі зміною складу домінуючої еліти приходить нова група людей, яка зростає кількісно та «якісно» в плані цінностей, мотивацій та вподобань²⁷. Незважаючи на те, що наразі зарано казати про остаточно сформовану самосвідомість цієї нової групи людей, все ж, на думку М. Зархіна, виразними є відмінності від попередньої еліти, наприклад, у ставленні до грошей: вони перестають бути самою метою професійної діяльності, але виступають у якості інструменту реалізації проектів; ще одна зазначена різниця стосується пріоритетів представників нового класу: на перший план «виходить» доступ до людського інтелекту з наявними креативними навичками, на відміну від традиційного доступу до капіталу.

1.3. Категоріально-понятійний апарат дослідження соціальної згуртованості

Як соціальна згуртованість повинна бути визначена та виміряна, обговорюється з 1950-х років. По сьогодні не існує широко визнаного визначення або методу вимірювання даного соціального феномену. Дане

²⁵ Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 10. Київ. Наш формат.

²⁶ Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с.10. Київ. Наш формат.

²⁷ Зархін, М. (2017). *Зміна світових еліт та цінностей*. Виступ на засіданні «Львівського клубу». Режим доступу: <https://zbruc.eu/node/64076>

поняття змістовно переплітається й з визначенням інших соціальних феноменів, через що витoki досліджень знайдено вже у Г. Ле Бона, який сформулював визначення колективної поведінки. Теорія «зараження», на думку Дж. Бруна, постає найдавнішим прототипом концепції соціальної згуртованості. Е. Дюркгайм вперше використав поняття «соціальна згуртованість»; у роботі «Про розподіл суспільної праці» феномен визначається як взаємозалежність між членами суспільства, що розділяють прихильність та солідарність та постає в якості риси суспільства, що впорядковує його²⁸. Дюркгайм стверджує, що згуртоване суспільство залежить від поширеної лояльності, яку громадяни зобов'язали один одному, а згодом і державі, оскільки вони пов'язані між собою.

Із початку 20-ого століття соціальні дослідники проводять експериментальні дослідження соціальної згуртованості, виводячи нові теорії та визначення даного феномену. Підхід Д. Локвуда до визначення даного феномена полягає у тому, що дослідник обмежується силою (чи слабкістю) первинних соціальних зв'язків. Центральним у Локвуда виступає розрізнення понять «соціальна інтеграція» (відносини між суб'єктами) та «системна інтеграція» (відносини між частинами у соціальній системі)²⁹. Соціальна інтеграція розкладається на такі складові частини як громадянська інтеграція, цілісність основного інституційного порядку громадянства на макросоціальному рівні та соціальну згуртованість, сили первинних та вторинних мереж на мікро- та мезосоціальному рівнях.

Як зазначає у статті О. Оржель, в українському науково-експертному дискурсі термін «згуртування» зустрічається рідко; в контексті ідеї об'єднання Сходу та Заходу й подолання політичних регіональних відмінностей, примирення політичних еліт та пошуку національної ідеї згадуються визначення консолідації та інтеграції українського суспільства³⁰. Дослідниця пропонує

²⁸ Е. Дюркгайм (1991). Про розподіл суспільної праці. Режим доступу до ресурсу: <https://vrm-politstudies.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0134/134389.28ords6d1k.pdf>.

²⁹ Lockwood, D. (1999). Civic integration and social cohesion. *Capitalism and Social Cohesion*, p. 63–83. Retrieved from: DOI <https://doi.org/10.1057/9780230379138>.

³⁰ Оржель, О. (2012). Концептуальні підходи до визначення соціального згуртування. Режим доступу до ресурсу: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2012-01\(7\)/12ooyvsz.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2012-01(7)/12ooyvsz.pdf).

визначення ознак згуртованої громади «від зворотнього», наводячи приклад роботи британських вчених, які виявляли причини конфліктів, що мали місце у громадах Великої Британії на початку 2000-х.

Вони встановили, що ознаками незгуртованих громад є: відсутність взаємодії та довіри один до одного; просторова та соціальна роз'єднаність; відносно висока поляризація в середині спільноти, низький рівень життя в цілому або окремих груп та низька залученість цих груп до процесу ухвалення рішень щодо спільного майбутнього спільноти. Дослідники зазначають про можливість «паралельного існування», за якого представники різних груп не мають нічого спільного, не розуміючи мотивів поведінки один одного, і як наслідок - відчують страх. Такий тип співіснування представників громад, за даними досліджень, характерний для поліетнічних багатокультурних суспільств³¹.

Соціальну згуртованість як поняття нелегко операціоналізувати з точки зору «людських суб'єктів як соціальних істот» (real human subjects, as social beings), але це легше зробити, якщо концептуально закріпити рівень контактів: якщо соціальна інтеграція мінімізує нерівність статусів та доступ до соціальних благ, то соціальна згуртованість максимізує солідарність та спільну ідентичність. Але результати та наслідки соціальної згуртованості визначити доволі важко. Існує або, можливо, виникає невирішений конфлікт між згуртованістю як солідарністю та мінімізацією нерівності.

Європейські інституції в різний спосіб (за рахунок різних визначень поняття соціальної згуртованості) позиціонують цей соціальний феномен як ціль своїх соціальних та економічних програм. М. Жаннотт зробила вагомий внесок, проаналізувавши підхід до соціальної згуртованості трьох європейських інститутів: Європейського Союзу, Ради Європи та Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР)³². Дослідниця зазначає про те, що імпліцитне визначення поняття соціальної згуртованості присутнє у всіх трьох інституціях, і постає у досить вузькому розумінні економічного та

³¹ Growing regions, growing Europe. Fifth progress report on economic and social cohesion (April, 2008). Retrieved from: http://ec.europa.eu/employment_social/social_inclusion/docs/sec256printed_en.pdf.

³² Jeannotte, M. (2008). Promoting social integration. Retrieved from: http://www.un.org/esa/socdev/social/meetings/egm6_social_integration/documents/Jeanotte_Concepts.pdf

матеріалістичного благополуччя: охоплення елементів, пов'язаних із соціальним благополуччям, культурною та демократичною єдністю. Основні елементи, що визначають соціальну згуртованість у трьох європейських інститутах:

- демократична/політична згуртованість;
- економічний добробут;
- соціальний добробут;
- культурна згуртованість.

У той самий час дослідниця зазначає про наявність більшого консенсусу щодо потенційних загроз соціальній згуртованості: безробіття, бідність, нерівність доходів, соціальна відчуженість, відчуженість від інформаційного суспільства.

1.4. Феномен креативності у соціальних дисциплінах

Уперше термін «креативність» було використано психологом Д. Сімпсоном у 1922 році. На думку ученого, креативність – це здатність людини відмовитися від стереотипних способів мислення, «здатність до руйнування загальноприйнятого, звичайного порядку походження ідей у процесі мислення»³³. Проте виділення окремого поняття «креативність» було зроблено в 50-х рр. XX ст. Дж. Гілфордом. Він зазначав, що креативність – це здатність відмовлятися від стереотипних способів мислення³⁴. О. Сакало вказує на те, що «якщо протестантська етика М. Вебера стала свого роду духовного-ментальною основою раннього капіталізму, то креативність виступає основою сучасного суспільства»³⁵. Автор під креативністю розуміє певний тип мислення, який бере свій початок, перш за все, у професійній культурі, поширюючись далі на усю систему соціальних цінностей, у той же час змінюючи наше уявлення про самих себе як соціальних та економічних об'єктів, тобто трансформуючи нашу ідентичність. За межами особистісно-орієнтованих підходів у психології є

³³ Ильин, Е. (2009). *Психология творчества, креативности, одаренности*, с. 156. Питер: СПб.

³⁴ Гилфорд, Дж. (1965). *Три стороны интеллекта* (пер. с англ. Голубева И). Москва. Прогресс, 443-456.

³⁵ Флорида, Р. (2018). *Ното креативіс: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 78. Київ. Наш формат.

припущення, що креативність може мати різні значення в різних культурних контекстах³⁶.

Представник другого покоління Чиказької школи, Г. Беккер пише про те, що під креативністю має розумітися процес виникнення, трансформації або адаптації ідей, артефактів, систем, які будуються як відмінні від тих, що вже існують у даному контексті - у конкретній галузі чи інституційному домені³⁷. Р. Флорида зазначає про те, що креативність - це не просто вроджена властивість людей, вона є безпосередньо тим, що відрізняє нас, в економічному сенсі, від інших видів. Саме креативність дозволяє генерувати ідеї вдосконалення та покращення теорій чи проектів, експериментуючи та поєднуючи з іншими ідеями, тим самим створюючи нові форми. У чому людина переважає як тварина економічна, так це в її здатності продукувати ідеї, а не лише матеріальні речі. Д. Саймонтон, дослідник у галузі психології творчості, визначає креативність як акт привнесення у світ чогось корисного, ефективного і неочевидного, того, що поєднує в собі новизну, корисність та несподіваність.

Важливо також згадати про розрізнення креативності та творчості як форм позитивної девіації. Як зазначає А. Віхрева, творчість носить індивідуальний характер, у якості його продукту виступає художній емоційний образ, абстрактна ідея³⁸. У той час як креативність направлена на створення соціально орієнтованого предмету, який має прикладне значення. На думку А. Овруцького, креативність може виступати як властивість особистості, характеристика соціальної групи, так і як процес створення чогось нового та оригінального, відповідно, як продукт такого креативного процесу³⁹.

Як зазначає Н. Андреасін, існує також альтернативний підхід до того, як визначати креативність; дослідниця зокрема звертає увагу на людей, які

³⁶ Sternberg, R., Kaufman, J. (2002). *The creativity conundrum: A Propulsion model of kinds of creative contribution*. New York, Psychology Press.

³⁷ Cluley, R. (2012). Art Words and Art Worlds: The Methodological Importance of Language Use in Howard S. Becker's Sociology of Art and Cultural Production. *Cultural Sociology* 6(2), 201-216. Retrieved from: DOI: 10.1177/1749975512440223.

³⁸ Вихрева, А. (2017). Креативность и гениальность как проблема: социологический подход. *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*, 39 (3), 3141-3145. Retrieved from: <http://e-koncept.ru/2017/970955.htm>.

³⁹ Овруцкий, А. (2010). Личность, экономика, общество: креатив и креативность. *Психология в экономике и управлении (1)*. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/02/11/1214888638/3.pdf>.

продукують певний тип креативного (творчого) продукту⁴⁰. Аналізуючи досягнення професіоналів в області архітектури, математики та фізики, було зроблено висновок про те, що існують певні спільні риси, які поділяються такими професіоналами; такі спільності розглядалися як характеристики творчих людей та їхній особливий когнітивний стиль.

Із середини 1980-их років термін «креативність» з'являється також і в дослідженнях, присвячених аналізу економічних систем. М. Горелов вказує на те, що для характеристики креативності в даному контексті використовується такий критерій феномену як новизна, на протипагу оригінальності ідеї (що обґрунтовується у психологічних дослідженнях)⁴¹. За підходом Олдхема і Каммінгса, новизна продукту чи ідеї може бути встановлена, якщо вони представляють собою значиму нову комбінацію вже існуючих властивостей або набувають абсолютно нових⁴². Також дослідники звертають увагу на те, що креативність характеризує особистісні досягнення (рівень індивіда), а успішне впровадження креативних ідей - на рівні організації - визначаються як інновації.

1.5. Розвиток креативних індустрій в Україні: можливості, завдання та проблеми

Як зазначає А. Холодницька, креативні індустрії – це сукупність поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності). Відповідно до Експортної стратегії України на 2017-2021 роки, сектор креативних індустрій можна схематично зобразити так:

⁴⁰ Andreasen, N. (2011). A Journey into Chaos: Creativity and the Unconscious. *Brain, Mind and Consciousness: An International, Interdisciplinary Perspective, MSM*, 9(1), 42-53. Retrieved from: doi: [10.4103/0973-1229.77424](https://doi.org/10.4103/0973-1229.77424).

⁴¹ Горелов, Н. (2012). Знание и креативность – основные черты нового социума. *Российское предпринимательство* (2). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/.../znanie-i-kreativnost-osnovnye-cherty-novogo-sotsiuma.pdf>.

⁴² Oldham, G. (1996). *Employee creativity: personal and contextual factors at work*. The free press. New-York.



Рис. 1.1. Складові сектора креативних індустрій⁴³

Як наголошує М. Скиба, для того, аби забезпечити розвиток креативного сектора, необхідним є поєднання таких напрямків діяльності:

1. функціонування професійних мереж та асоціацій;
2. зміцнення організаційного потенціалу, досягнення чого можливе зарахунок налагодження системи безперервної освіти;
3. удосконалення та розвиток бізнес-інкубаторів;
4. створення креативних кластерів і хабів;
5. інтернаціоналізація інноваційних індустрій⁴⁴.

Редакцією Ліга.нет було вперше проведено аналіз об'ємів креативних ринків в Україні (була використана методологія британського департаменту культури, медіа і спорту: до креативної економіки було віднесено такі сфери як дизайн, кіно, ТБ, радіо, фото, відео, реклама, архітектура, видавництво, ІТ, мистецтво і музика). Результати показали, що у 2017 році із 16,4 мільйонів зайнятих громадян близько 2,9% осіб задіяні в сферах креативної економіки. Найбільш крупним сектором являється ІТ: кожен зайнятий у цьому сегменті приносить українській економіці 30.000\$ на рік, що в рази перевищує аналогічні показники з інших галузей креативної економіки, які, за словами Ю. Антонюка, необхідно підтримувати на рівні держави зарахунок запровадження спеціальних програм,

⁴³ Холодницька, А. (2018). Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство* 14 (1). Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf.

⁴⁴ Скиба, М. (2016). *Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету*. Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/03/21/7046534/>.



Рис. 1.2. Економіка креативності України. Оцінка учасників ринку⁴⁵

які б сприяли розвитку креативних інтелектуальних сервісів, продуктів і стартапів.

За підтримки Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» було підготовлено дослідження розвитку культурних та креативних індустрій. Як зазначено у звіті, розвиток культурних та креативних індустрій є одним із пріоритетних напрямків «Довгострокової стратегії розвитку культури до 2025 року». У 2016 році Міністерством культури було створено відділ проблем розвитку культурних і креативних індустрій. Незважаючи на потенціал розвитку креативних хабів та низку створених стратегій та платформ залучення громадськості, поруч із тим існують проблеми та завдання, які мають бути вирішені задля інтегрування національної культурної продукції у більш широкий план розвитку креативної економіки⁴⁶. На вищому рівні деякі інституції ЄС визнають роль культури у досягненні Цілей сталого розвитку. Зокрема це пов'язано із результатами проведених досліджень, які показують, що даний сектор може безпосередньо чи опосередковано впливати на економіку країн. У ході даного дослідження було проведено аналіз ситуації в Україні, зокрема було виділено такі можливості:

- динамічний розвиток стартапів та висококваліфікована робоча сила у галузі ІТ як чинник розвитку креативної економіки;

⁴⁵ Юрасов, С. (2017). Как украинцы делают деньги на идеях. Режим доступа: http://project.liga.net/projects/just_business/

⁴⁶ Фарінья, К. (2017). *Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні*. Culture&Creativity. EU-Eastern Partnership Programme

- лібералізація безвізового режиму з ЄС як сприятливий фактор для вільного пересування та полегшення взаємодії з ЄС;
- процес децентралізації як можливість розвитку соціально-культурної структури на місцевому рівні;
- популяризація та підтримка споживання «національного культурного продукту»;
- зростання ролі громадського суспільства щодо впровадження локальних ініціатив та залучення громад в галузі культури.

Не можна також не зазначити про проблематику інструменталізації культури: багато представників творчих професій вбачають імовірність комерціалізації культури через потенційне впровадження всеохоплюючої концепції культурних і креативних індустрій. За словами П. Сакко, подібна реакція відображає логіку доіндустріальної культури 1.0, «в якій виробники отримують винагороду не як частину ринкової транзакції, а як символічний обмін подарунками між митцем або виробником культурного продукту та меценатом — незалежно від того, чи це особа, чи сама держава»⁴⁷. У 2016-2017 рр. в Україні була застосована система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО. Кількісні показники за 2014 рік були наближені до стандартів ЄС (частка культурних і креативних індустрій у національному ВВП склала 4,44%, а зайнятість у сфері культури — 3,17% від загальної зайнятості).

Що важливо, Р. Флорида також зазначає про три найважливіші чинники економічного розвитку: технології, талант, толерантність. Разом вони складають Індекс креативності - загальний показник регіонального економічного потенціалу, а також пояснюють, чому деякі міста та регіони не спроможні «втримати» креативних професіоналів. Детальніший розгляд Індексу креативності як базового індикатору регіонального економічного розвитку й довготривалого економічного потенціалу представлено у Розділі 2.

⁴⁷ Сакко, П. (2011). *Культура 3.0: Нова перспектива для ЄС на 2014-2020 рр. Розробка програм структурних фондів*. Європейська мережа експертів з культури. Брюссель. Режим доступу: <http://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>

Отже, перейдемо до визначення ключових для цього дослідження понять. Досягнення поставленої мети вимагає прояснення основних понять, без чого неможлива подальша розробка та апробація інструментарію дослідження, спрямованого на комплексне опрацювання згуртованості представників Креативного класу.

Креативний клас - термін, запропонований Р. Флоридою, для позначення працівників, які залучені до таких робочих функцій, які полягають у створенні нових форм, які мають смисл⁴⁸.

Соціальна згуртованість - властивість мережі соціальних зв'язків, що включає в себе як участь у суспільному житті, так і первинні зв'язки на рівні місцевої громади⁴⁹.

Класова свідомість - уявлення про те, як індивід співвідноситься з іншими, у чому його обов'язки перед ними і що він очікує від них⁵⁰.

Соціальна стратифікація - поділ суспільства на перманентні групи категорій, пов'язаних між собою взаємозв'язком переваги та підпорядкованості⁵¹.

Престиж професій - співвідносна оцінка суспільної значущості професій, що складається в суспільній думці; престижність професій як явище суспільної думки має ціннісно-нормативну природу і субординує ставлення до професій залежно від їх значущості і привабливості для індивідів на підставі певної системи цінностей⁵².

Волонтерство - форма благодійності, що здійснюється добровільно, безкорисливо та усвідомлено фізичними особами, що виражається через особисте надання робіт та послуг та ґрунтується на принципах законності,

⁴⁸ Флорида, Р. (2018). *Homo creativus: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 55. Київ. Наш формат.

⁴⁹ Friedkin, N. (2004). Social Cohesion. *Annual Review of Sociology*, 30(1). Retrieved from: DOI: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110625

⁵⁰ Флорида, Р. (2018). *Homo creativus: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 85. Київ. Наш формат.

⁵¹ Gisbert, P. (2014). *Fundamentals of Sociology*. Laxmi Publications. New Delhi

⁵² Кохан, В. (2009). *СОЦІОЛОГІЯ: Тематичний словник-довідник*. Електронна бібліотека Державного університету телекомунікацій.

гуманності, гласності, рівності та здійснюється для досягнення суспільно-значимих цілей⁵³.

Територіальна громада - це жителі, об'єднані постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр⁵⁴.

Громадянське суспільство – сфера суспільних відносин поза сім'єю, державою та бізнесом, де люди об'єднуються для задоволення та/або просування спільних інтересів та відстоювання спільних цінностей.

Перейдемо до **операціоналізації основних понять**:

► **Соціальна згуртованість представників Креативного класу:**

• *Мікро-рівень:*

- ❖ рівень міжособистісної довіри;
- ❖ сила первинних зв'язків;
- ❖ ризик соціальної ізоляції.

• *Мезо-рівень:*

- ❖ сила та природа взаємозв'язків із вторинними групами, сусідами, робочими групами.

• *Макро-рівень:*

- ❖ ступінь, до якого практики взаємодії та переконання у суспільстві включають загальне почуття належності, структуру підтримки у скрутні часи.

Також у роботі буде опрацьовано **горизонтальний двовимір** згуртованості (згуртованість в межах громадянського суспільства):

• *Горизонтальна суб'єктивна згуртованість:*

- ❖ відчуття загальної довіри;
- ❖ готовність до співпраці.

⁵³ Про благодійну діяльність та благодійні організації. Закон України від 5 липня 2012 року. п.4 ч. 1. ст. 5

⁵⁴ Про місцеве самоврядування в Україні. Закон України від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР

- *Горизонтальна об'єктивна згуртованість:*

- ❖ соціальна залученість та волонтерство.

► **Класова свідомість представників Креативного класу:**

- *Класова статусна свідомість:*

- ❖ фактори самоідентифікації з певним класом, взаємозв'язок із тими, хто поділяє таку ж позицію у соціальній структурі.

- *Класова структурна свідомість:*

- ❖ розпізнання та виділення різних класових позицій у суспільстві;

- ❖ виділення чинників поділу суспільства на класи;

- ❖ розпізнання класових позицій та характеристик за видом професії.

- ❖ наявність переконань про класові бар'єри у суспільстві.

- *Класова свідомість по інтересах:*

- ❖ розпізнання соціальних класів за висловлюваною точкою зору.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ЗГУРТОВАНOSTІ: ТРАДИЦІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

2.1. Світовий досвід дослідження особливостей Креативного класу

Міграція Креативного класу: кейс-стаді, Швеція

Р. Флорида висвітлює мобільність робочої сили як центральний ресурс, досліджуючи регіональний розвиток. Талановиті робітники розглядаються як носії знань, через це стаючи все більш конкурентно активними. Тому географія знань також може бути названою географією таланту. Один із основних аргументів щодо Креативного класу - це те, що талановиті та творчі люди стають важливим ресурсом для інтенсивного виробництва знань; збільшується попит на талановитих та креативних. На відміну від традиційних ресурсів, представники Креативного класу - мобільні. Отже, регіони мають приваблювати та утримувати талановитих робітників для просування та ведення бізнесу. Як виявляє Р. Флорида під час аналізу, фірми частіше змінюють місцезорозташування, близьке до кваліфікованої робочої сили, а не Креативний клас переміщується територіально задля отримання роботи. Отже, регіональний розвиток пов'язаний не лише із фактором робочої зайнятості, яка приваблює креативну робочу силу.

Центральним аргументом Р. Флориди є те, що представники Креативного класу є високомобільними. Однак проведене дослідження не виявило доказів щодо високого рівня міграції Креативного класу: представники цього класу не мігрувати частіше за представників «некреативних» класів; фактори, які асоціюються в людей з кліматом (наприклад, середовище проживання), зазначалися лише декількома респондентами, тобто не виявилися такими впливовими; у той час як молодь є найбільш схильною до міграції групою,

утворилося дві хвилі міграції: перша хвиля - це група, що складається з молодих людей, які переміщаються задля отримання вищої освіти (у місця з найбільш комфортним кліматом); друга хвиля складається з більш старших мігрантів, які переміщаються після здобуття освіти (у місця з більш низьким, на думку респондентів, кліматом). Дослідження виявило, що найбільша мігрантська активність людей з низьким рівнем освіти характерна у віці 20 р., що ймовірно пов'язано із переїздом з місця народження до більших міст з університетами та іншими заходами освіти. Ці регіони також ранжувалися як такі, що мають «гарний клімат для людей». Для людей із вищою освітою більшість релокацій характерна у віці 19-28 років. Цей період зазвичай пов'язаний із закінченням університету та виходом на ринок праці. Отже, базуючись на емпіричних знахідках, було висунуто твердження про те, що люди переміщаються в інші регіони в молодому віці у зв'язку із можливістю здобути освіти. Пізніше, після завершення університету, наступна хвиля міграції пов'язана із виходом людей на ринок праці: подалі від найбільших міст, але в регіони, які ранжувалися як «нижчі». Підсумовуючи, дослідники стверджують, що міграція до регіонів з високим рівнем клімату відбувається до того, як індивіди стануть частиною Креативного класу; до того ж, коли люди «вступають» у Креативний клас, вони схильні рухатися в протилежному напрямку.

Основною причиною міграції, за результатами дослідження, виявилось працевлаштування. Фактори, що асоціюються із кліматом для людей (такий як, наприклад, середовище проживання) зазначалися лише декількома респондентами, через що виявилися менш впливовими.

Варто зазначити про те, що у Швеції та інших скандинавських країнах рівень мобільності не може бути прямо порівняний із північноамериканським, оскільки соціальна система загального добробуту не спонукає людей переміщатися у

пошуках роботи, у той час як нестача соціальної захищеності у Північній Америці це спричиняє⁵⁵.

Креативний клас у Польщі:

вплив на інноваційний розвиток регіонів країни

Метою дослідження було встановлення існування Креативного класу у Польщі та опрацювання взаємозв'язку між наявністю Креативного класу та рівнем інновацій у польських регіонах (воєводствах). Дослідження проводилося на основі емпіричного матеріалу, зібраного Центральним офісом статистики у 2009-2013 рр⁵⁶. Дані містять інформацію про кількість діючих суб'єктів господарювання, які класифікуються як такі, що належать до креативного класу. Розмір Креативного класу у географічній області визначався набором галузей і кількістю підприємств, які діють в цих галузях в межах даної області. Рівень регіональних інновацій визначався на основі індикаторів - кількістю патентів та прав інтелектуальної власності на винаходи, наданих у 2012 році місцевим суб'єктам. Коефіцієнт кореляції Пірсона для польських регіонів (воєводств) рівний 0.931 при значущості, меншій за 0.001, що вказує на сильну кореляцію між розміром творчого класу в кожному воєводстві і кількістю патентів та правом інтелектуальної власності на захист винаходів.

Результати дослідження виявили, що географічні регіони з більшою часткою креативних підприємств демонструють значно вищий рівень інновацій порівняно із регіонами з меншою часткою таких суб'єктів. Дослідження показало, що з 2009 року частка суб'єктів, що належать до креативної індустрії, по відношенню до всіх динамічно діючих суб'єктів, внесених до Національного офіційного реєстру суб'єктів господарювання, постійно зростає. Було встановлено, що Мазовецьке воєводство на 2013 рік з найбільшою кількістю динамічно діючих

⁵⁵ Hansen, H., Niedomysl, T. (2009). Migration of the creative class: evidence from Sweden. *Journal of Economic Geography* (9), 191–206.

⁵⁶ Karasek, A., Dermol, V. (2015). The Creative Class in Poland and Its Impact on Innovation in Polish Regions. *Management* 10 (4), 299–314.

суб'єктів господарювання є найбільш інноваційним з усіх регіонів Польщі.

Роль «жорстких» та «м'яких» факторів для акомодатії креативного знання:

думка Креативного класу з Дубліну

Беручи до уваги тезу про те, що Креативний клас бере безпосередню участь в економічному зростанні регіону, дане дослідження присвячене емпіричному аналізу ступіню відповідності креативних працівників Дубліну характеристикам «Креативного класу» (за Р. Флоридою). Було встановлено задоволеність працівників «жорсткими» та «м'якими» факторами, що пов'язані з міським середовищем проживання; виявлено найважливіші причини залучення креативних працівників у регіон Дубліна; також була опрацьована мобільність професіоналів в контексті зміни місця роботи та проживання.

Дослідження виявило, що працівники, які ведуть професійну діяльність у межах економіки креативного знання, залучаються в регіон через «класичні» фактори: можливість професійної зайнятості, наявність родини чи родичів в регіоні та місце народження. Результати виявили високий рівень незадоволеності працівників «жорсткими» факторами, що асоціюються із середовищем, де вони проживають. Натомість задоволеність «м'якими» факторами була значно вищою, що стосувалося майже усіх активностей, особливо шопінгу у місті, розважальних закладів (пабів, ресторанів, кіно). Дослідники зазначають про те, що саме «м'які» фактори відіграють важливу роль у заохоченні талановитої робочої сили з перспективою на майбутнє. Це означає, що задоволеність «м'якими» умовами життя може бути важливим «утримувачем» робочої сили у Дубліні.

Таблиця 2.1. Категоризація «жорстких» і «м'яких» факторів, пов'язаних з умовами проживання в місті⁵⁷

«Жорсткі» фактори	«М'які» фактори
Громадські послуги: безпека на вулицях, поліцейські служби, соціальна безпека; медичні послуги	Заклади культури та відпочинку: громадські простори, фестивалі та культурні заходи, галереї та музеї, паби, ресторани, кінотеатри, торгівельно-розважальні об'єкти, спортивні заклади
Транспортна інфраструктура: громадський транспорт, транспорт у межах міста, транспортне з'єднання міста і передмість, наявність велосипедних доріжок	Міське середовище: чистота вулиць та парків, стан пішохідних доріжок, шумове забруднення, забрудненість повітря, затори, послуги рециклінгу
Вартість проживання: житло і пов'язані з ним послуги, продукти харчування та напої, заклади дозвілля, транспортування	Толерантність та відкритість: іммігранти, меншини, різні сексуальні орієнтації, різні соціально-економічні статуси

Отже, «м'які» фактори пов'язані із привабливістю міста, нематеріальною природою життєвого середовища (наприклад, культурні об'єкти), рівнем толерантності та відкритості у містах. У той час як «жорсткі» фактори стосуються так званих «класичних» умов: доступність державних послуг, інфраструктура, вартість життя.

Цікавим видається також висновок про те, що працівники креативної економіки вважають Дублін толерантним містом: зокрема, існує тверде переконання, що це місто є відкритим для людей різних національностей (про що зазначило 64, 3% респондентів); Дублін також сприймається як місто, що є відносно «дружнім» до геїв (про що зазначило 35, 7% респондентів). Як і передбачалося, професіонали креативного знання у Дубліні характеризувалися високою мобільністю як в плані місця проживання, так і робочого місця, що цілком відповідає характеристикам Креативного класу, про які зазначає Р. Флорида. Один із найбільш тривожних результатів дослідження стосується наміру майже половини працівників залишити Дублін протягом наступних трьох років. Більше 60% тих, хто планує залишити місто, відносяться до вікової

⁵⁷ Murphy E., Redmond, D. (2009). The role of 'hard' and 'soft' factors for accommodating creative knowledge: insights from Dublin's 'creative class'. *Irish Geography* 42 (1), 69-84.

когорти 25-34 роки, тобто людей прадездатного віку, від яких і залежить розвиток економіки креативного знання.

Дослідники, залучені до проекту, підсумовують: політика, яка була б спрямована на покращення «жорстких» умов проживання у Дубліні (громадські послуги, транспортна інфраструктура, ціна проживання), може мати позитивний вплив на «утримання» креативних професіоналів у регіоні, як наслідок - на розвиток регіональної економіки.

2.2. Дослідження складових соціальної згуртованості українського суспільства

❖ Довіра до інституцій

За результатами опитування Київського міжнародного інституту соціології, проведеного у листопаді грудні 2018-ого року, громадяни України найбільше довіряють соціальному оточенню, волонтерам, які допомагають армії та переселенцям, церкві та збройним силам України (*Таблиця А.2.2.*)⁵⁸. Порівнюючи дані з аналогічними, отриманими у 2017-ому році, можна помітити, що лідери довіри українців залишаються тими самими, водночас спостерігається зниження балансу довіри-недовіри на декілька процентних пунктів. Наприклад, рівень довіри до волонтерів впав за останній рік: баланс довіри-недовіри до волонтерів, що допомагають армії знизився на 6 процентних пунктів (з 53% до 47%), баланс довіри-недовіри до волонтерів, що допомагають переселенцям знизився на 14 процентних пунктів (з 61% до 47%).

Владні інститути (Уряд та Верховна Рада) користуються найменшою довірою в українців та мають дуже низький баланс довіри й недовіри (-63%). Водночас, порівнюючи із попереднім роком, можна помітити, що баланс довіри до Верховної ради України дещо підвищився (з -77% до -72%). Церква продовжує

⁵⁸ Паніотто В. (січень, 2019). Довіра соціальним інститутам. Режим доступу: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=817&page=1>

користуватися досить високою довірою у громадян: довіряють даній інституції близько 51% респондентів.

Отже, відповідно до результатів дослідження, можна зробити висновок, що серед державних інституцій лідером довіри є армія – Збройні сили України. Більшої довіри до жодної з державних інституцій немає. Серед лідерів недовіри – Верховна Рада, про що зазначили близько 80% українців; з нею – уряд та Президент, про недовіру до яких зазначили 74% та 70% респондентів відповідно.

❖ Прийняття інакшості

Результати дослідження Інституту Горшеніна у співпраці з Представництвом Фонду ім. Ф. Еберта в Україні у квітні-червні 2017 року показали, що українці



Рис.2.3. Прийнятність проживання з представниками певних груп населення⁵⁹

найбільш толерантні до людей іншої національності та тих, хто розмовляє іншою мовою. Понад 20% українців готові прийняти представників даних груп населення в якості близьких друзів. Поряд із тим, рівень толерантності до

⁵⁹ Бубе, М. (2017). *Українське суспільство та європейські цінності*. Звіт за результатами соціологічного дослідження, Фонд ім. Ф.Еберта (ФЕЕ).

представників ЛГБТ-спільнот є найнижчим у суспільстві — кожен третій українець (39,3%) не згодний приймати у жодній якості представників сексуальних меншин. Показником нетолерантності до соціальної групи є згадування її серед тих, з представниками яких респонденти не хотіли б жити по сусідству (про представників ЛГБТ-спільнот лише 8% респондентів зазначили, що готові прийняти їх в якості сусідів).

Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва підготував ґрунтовне загальнонаціональне дослідження, що мало місце у 2016 році, на тему того, як українці розуміють і захищають права людини. За результатами дослідження, найвищою цінністю українців є свобода. У той час як толерантність у пріоритетному списку займає останнє місце. Експерти коментують: люди не розуміють, навіщо їм дана цінність і чому вона є важливою в концепції прав людини⁶⁰. Крім того, більшість українців не відзначають дискримінацію як проблему суспільства.

За результатами дослідження Індексу соціальної згуртованості і примирення ООН для Східної України, що мало місце у жовтні 2017 року, було виділено чотири фактори із найзначнішим впливом на рівень соціальної толерантності:

- особиста безпека: чим більше люди відчують себе захищеними у плані задоволення власних основних потреб, тим більш ймовірно, що вони будуть терпимі до інших;
- контакти з людьми, які підтримують тісні зв'язки з Росією: більша схильність до толерантності може бути зумовлена досвідом контактування з носіями різних точок зору;

⁶⁰ Українці в масі не розуміють, навіщо їм толерантність. (квітень, 2018). Режим доступу до ресурсу: <http://dif.org.ua/article/ukraintsi-v-masi-ne-rozumiyut-navishcho-im-tolerantnist-video>.

- негативний досвід: особи, які були свідками несприятливого життєвого досвіду, з більшою ймовірністю ставитимуться до інших із більшою емпатією та толерантністю;
- соціальні навички: вища схильність до діалогу і формування відносин із різними групами через наявні навички, що сприяють соціальній взаємодії⁶¹.

❖ Громадська активність

За результатами дослідження, проведеного у грудні 2018 року Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно з соціологічною службою Центру Разумкова, близько 84% громадян України заявили, що не долучаються до громадської діяльності. Про активну громадянську діяльність зазначили близько 10% респондентів.

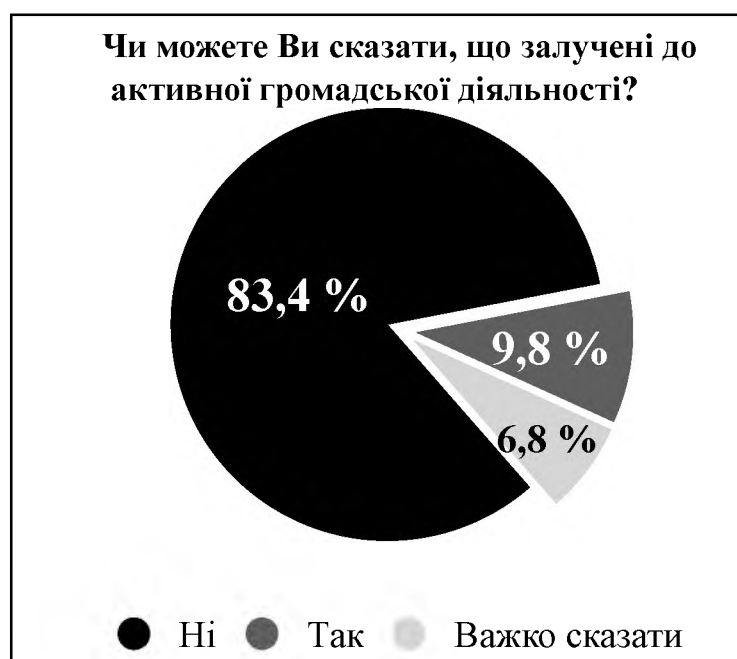


Рис. 2.4. Залученість до активної громадської діяльності⁶²

За результатами даного дослідження можна простежити розбіжності між типами громадських об'єднань, залежно від віку респондентів: так, старші респонденти частіше є членами профспілки (8% у віковій групі 40–60 років), а молодь віком 18–24 років – членами громадських організацій (7%).

⁶¹ Індекс соціальної згуртованості та примирення ООН для східної України (USE). (2017). *Програма Розвитку ООН 1(4)*. с 1-10.

⁶² Громадська активність громадян України. (лютий, 2019). Режим доступу: <https://dif.org.ua/article/gromadska-aktivnist-gromadyan-ukraini>

Порівняно із 2017-м, у 2018-ому році зріс відсоток тих, хто впродовж року займався волонтерською діяльністю: з 12% до 18%.

❖ Довіра до оточуючих

Неодноразово соціальні дослідники обґрунтовували відмінності між заходом та сходом України щодо таких показників як мова, релігійність, національна ідентичність. М. Погоріла у роботі ставить питання про те, чи присутня диференціація між регіонами в рівні довіри? Одна з гіпотез дослідження полягає в тому, що існують відмінності між регіонами у рівні довіри до оточуючих людей. Різниця в рівні довіри між регіонами України пояснюється припущенням про вплив місця проживання: в Західній Україні міське населення складає меншу частку населення регіону. Східний регіон є більшою мірою урбанізований. Через що дослідниця припускає, що рівень довіри, зокрема до оточуючих людей, в селі є вищим, ніж в місті.

Таблиця 2.3. Середні показники стандартизованих факторних навантажень за лінгво-етнічними групами⁶³

Лінгво-етнічні групи	Довіра до оточуючих
Україномовні українці	0,12
Російськомовні українці	-0,17
Російськомовні росіяни	-0,05
Українці по-різному	-0,04
Росіяни по-різному	-0,06
Інші	-0,04

Через більшу схильність до кооперації, у сільських місцевостях переважають глибинні зв'язки та безпосереднє знання об'єкта довіри. Тут менша мережа громадських організацій, тобто «слабкі» міжгрупові зв'язки є мало поширеними.

Наступна гіпотеза декларує, що на рівень довіри впливають не тільки місце проживання (село або місто), а також такі культуральні показники як належність до нації та мова спілкування. Задля перевірки цього положення було

⁶³ Погоріла, Н. (2008). Довіра в Україні: регіональні відмінності. Режим доступу: http://old.socis.kiev.ua/ua/publications/dovira-v-ukrajini-rehionalni-vidminnosti-pohorila-n-b.html?print_this=1.

створено нову змінну, що групувала респондентів за належністю до лінгво-етнічної групи (питання, що фіксують національність респондентів та мову, якою ті спілкуються в родині). Аналіз рівня довіри до оточуючих людей показав, що найвищий, порівняно з іншими групами, демонструють тут україномовні українці (середній показник стандартизованого факторного навантаження складає 0,12). Існує статистично значуща різниця між цією групою та рештою, крім російськомовних росіян та групою «інші», на рівні 5%. Найменш довірливими тут виступають російськомовні українці (із ідентичним показником -0,17). Дослідниця робить висновок про те, що можна говорити про існування в Україні культури довіри до людей, оскільки даний тип довіри (довіра до оточуючих) слабо залежить від належності до лінгво-етнічної групи.

За результатами дослідження Індексу соціальної згуртованості і примирення ООН для Східної України, найвищі рівні дружніх стосунків із сусідами спостерігаються серед літніх людей (60 років і старше). Географічно, найвищі показники зустрічаються в північній і східній частинах Луганської області, а також у східній частині Донецької області, які в основному є сільськими районами, де мешкає та частина населення, що зазнає найбільших фінансових труднощів⁶⁴.

Відносна перевага рівня міжлюдської довіри над недовірою до інститутів у ході трагічних подій Майдану 2013-2014 рр. та війни на Сході, дала шанс на сформування в суспільстві «магнітів» довіри: волонтери, добровольчі батальйони, громадські організації.

Варто говорити про Креативний клас в Україні, усвідомлюючи більш загальну картину стану суспільства. Зважаючи на суспільні зміни, що мали місце в державі після Революції Гідності, можна помітити зростання ролі громадянських, локальних ініціатив. За словами експерта Інституту політичної освіти О. Солоня, із зародженням громадянського суспільства, з'являються громадські організації, які користуються більшою довірою українців, порівняно із державними: «Якщо раніше були тільки три інститути, яким люди довіряли більше, ніж не довіряли, то жоден із них не був державним. Тобто, кому люди

⁶⁴ Індекс соціальної згуртованості та примирення ООН для східної України (USE). (2017). *Програма Розвитку ООН 1(4)*. с 1-10.

довіряли – собі, сім'ї, церкві; Дуже часто їм довіряють більше, ніж не довіряють. Але ні перше, ні друге, ні третє не є державою»⁶⁵. Рушійними чинниками, які призвели до Революції гідності, стали обурення застосуванням сили та небажання влади враховувати настрої людей у своїх діях.

Отже, у контексті того, що зростає роль особистої відповідальності кожного громадянина, варто вказати на те, що процес формування Креативного класу не завершений, а значить важливим є усвідомлення креативними професіоналами власної відповідальності перед суспільством. Як зазначає В. Воробей, «найвищий рівень усвідомлення себе як представника цього класу – це не лише бути креативним, а й мати громадянські навички і відповідальність, долучатися до творення чи зміни суспільних систем. Без цього креативний клас не зростатиме, а являтиме собою лише острівці, відторгнені від решти середовища»⁶⁶.

2.3. Моделі, індикатори та індекси вимірювання креативності

Моделі креативності за Т. Берном

Більшість наукових робіт, пов'язаних із дослідженням креативності, були написані у царинах психології та менеджменту. Як зазначає Т. Р. Бернс, соціологія не так зосереджує свою увагу на креативності, як на інновації. Однак у роботі Т. Р. Бернс з колегами презентують моделі інновацій (чи моделі створення), які впливають із соціологічних фреймів, що комбінують ідею вирішення проблеми та адаптації, інновації та еволюції у комплексних середовищах⁶⁷.

Однією із презентованих моделей є Модель креативної соціальної дії, залежна від контексту (Context-Dependent Creative Social Action: ASD Input-Output Model). Даний підхід наголошує на тому, що соціальні агенти - це

⁶⁵ Інтерв'ю з експертом. (2017). Час. Підсумки дня. Режим доступу до ресурсу: <https://www.5.ua/suspilstvo/pislia-revoliutsii-hidnosti-riven-dovirv-do-armii-v-ukraini-zris-do-40-opytuvannia-153475.html>.

⁶⁶ Творці майбутнього: як створити креативний клас в Україні. (липень, 2018). Режим доступу до ресурсу: <http://open.kmbs.ua/creative/>

⁶⁷ Burns, T., Machado, N., Corte, U. (2015). The sociology of creativity: Part I: Theory: The social mechanisms of innovation and creative developments in selectivity environments. *Human Systems Management* 34 (1). Retrieved from: DOI 10.3233/HSM-150839

колективи, а також окремі особи, здатні до певних форм творчості в окремих галузях виробництва. Соціальна структура - це інституції та культурні формації, які функціонують за правилами, характерними для певного контексту творчої дії та її результатів у певній сфері діяльності. Соціальна дія та взаємодія формуються і регулюються усталеними соціальними правилами та матеріальними умовами. «Агенти-воротарі» активно задіяні у соціальну структуру та механізми судження, відіграючи роль у прийнятті чи відкиданні, тобто в інституціоналізації чи виключенні з інновацій.

Другої, презентованою Т. Р. Бернсом, є Фазова модель креативного продукування та прийняття/інституціоналізації (The ASD Phase Model of Creativity Production and Acceptance/ Institutionalization). Дана модель ідентифікує сім фаз креативної дії чи інновації, включаючи прийняття, легітимацію та інституціоналізацію. У фазовій моделі розрізняються два основних контексти соціальної дії та інтеракції: контекст створення (1-3 фази) та контекст соціального прийняття (чи відкидання), легітимація та інституціоналізація (4-7 фази). Процес креативного виробництва не є лінійним, тобто є можливим перехід від кінцевих фаз до більш ранніх. Також креативний процес може бути припинений на певній фазі через вихід ключових агентів чи недоступність необхідних ресурсів, тож процес пригнічується через зовнішній тиск. Фази у даній моделі різняться ключовими учасниками, їхніми режимами правил, ресурсною базою та контекстом. Не менш цікавим видається соціальна організація креативного (творчого) контексту - буде це розсіяна культурна спільнота, неформальна група чи велика організація.

Індекс культурного та креативного потенціалу міст України

У 2018-ому році дослідницькою командою аналітичного центру CEDOS було проведено апробацію Індексу культурного та креативного потенціалу міст України на замовлення ініціативи Kyiv Smart City. Метою створення Індексу була оцінка потенціалу міст щодо розвитку культурних та креативних галузей. Перелік креативних та культурних галузей економіки було використано відповідно до методології Єврокомісії. Індекс складають такі три основні групи

індикаторів (субіндекси), що покликані виміряти культурні, економічні та соціальні аспекти креативного потенціалу міст:

- «*Культурне життя*» - субіндекс, який вимірює обсяги культурної інфраструктури, її якість, культурну жвавість (кількість подій та показники відвідуваності культурних заходів);
- «*Креативна економіка*» – субіндекс, що вимірює розмір креативних та культурних галузей, кількість професіоналів у галузі, а також збалансованість розвитку культурних та креативних галузей економіки в містах;
- «*Сприятливі умови*» – субіндекс, що вимірює наявність факторів для розвитку культурних та креативних галузей; до таких факторів було віднесено територіальну та цифрову зв'язаність міста з іншими територіями, сприятливі умови для ведення підприємницької діяльності, потенціал міста формувати та



Рис. 2.5. Індекс культурного та креативного потенціалу⁶⁸

притягувати таланти, людиноцентричні цінності та добре врядування.

В рамках даного дослідження робився акцент не лише на цінності розвитку культури та креативності, але й на цінності сталого розвитку міст. Дослідники зазначають про те, що розвиток креативних та культурних галузей економіки

⁶⁸ Грищенко, М., Пирогова, Д., Слободян, О., Фітисова, А. (2018). Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України»

сприяє поширенню інклюзивних практик і вирішенню соціальних, екологічних та інших проблем у суспільстві. Отже, як наслідок, розвиток культури та креативності здатний позитивно впливати на згуртованість суспільства, сприяти формуванню соціального капіталу й культурного різноманіття міста.

Не менш важливо додати також те, що однозначних критеріїв визначення креативності, геніальності, творчості чи інших видів позитивної девіації немає, через що неможливо підрахувати точну статистику їхніх проявів. Разом із тим існує певна сукупність індексів (Індекс креативності, Індекс таланту, Індекс бгеми та ін.) використовуючи які можливо визначити рівень позитивних девіацій у суспільстві. Такі показники допомагають опрацювати дані про концентрацію потенційно творчих людей у певній місцевості або встановити сприятливість місцевого середовища для такої концентрації.

Індекс Креативності за Р. Флоридою

Даний індекс було складено на основі трьох показників - Технології, Таланту і Толерантності⁶⁹.

Показник *Технології* відображає високотехнологічність різних галузей, разом із тим - рівень регіональних інновацій, кількість патентів на душу населення і показник щорічного зростання кількості патентів. Як зазначає Р. Флорида, Креативний клас прямо корелює з усіма вимірами високотехнологічної галузі та інновацій.

Показник *Таланту* в оновленому виданні включає лише представників Креативного класу, які є висококваліфікованими, освіченими людьми, що також називаються «людським капіталом» і є центральною силою економічного розвитку.

Толерантність, відкритість до різноманіття, за словами Р. Флориди, є ресурсом для конкурентної переваги в економіці. Отже, місця, які є найбільш відкритими до нових ідей, зумовлюють посилення творчого потенціалу. За результатами проведеного дослідження, Флорида зазначає про те, що існує

⁶⁹ Флорида, Р. (2018). *Ното creativus: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.), с. 218. Київ. Наш формат.

кореляція між тим, наскільки певне географічне місце є привітним до іммігрантів, митців, геїв і високим економічним зростанням регіону.

Індикатори впливу культури на розвиток України

Ця ініціатива ґрунтується на методології ЮНЕСКО «Індикатори впливу культури на розвиток» та демонструє стимулюючу роль культури в контексті сталого розвитку. Дослідження мало на меті аналіз 7 ключових сфер культури та розвитку (економіка, освіта, управління, рівень суспільної участі, гендерна рівність, комунікація, культурна спадщина). Було також висвітлено потенціал внеску українського культурного сектору в економічний розвиток та добробут.

Результати дослідження показали, що, незважаючи на потенціал внеску українського культурного сектору в економічний розвиток та добробут, водночас існують певні перепони, що сповільнюють реалізацію повного потенціалу. Наприклад, беручи до уваги економічні індикатори, було виявлено, що попри високий рівень вітчизняного виробництва та високий відсотковий рівень працевлаштування в культурних закладах, необхідними є подальше підвищення вітчизняного споживання культурних товарів та послуг, а також збільшення потенціалу культурних індустрій на вітчизняному ринку. Що стосується індикаторів управління, було встановлено, що поширення культурної інфраструктури в Україні стикається із перепонами, незважаючи на отримані позитивні результати щодо інституційної бази та громадянської активності⁷⁰.

Отже, аби розширити доступ до культури, а як наслідок - покращити показники участі в культурній діяльності, необхідним є посилення почуття взаєморозуміння, солідарності та довіри, тим самим усунення розриву між індикаторами міжкультурної та міжособистісної довіри. Результати також демонструють необхідність покращення умов політичного, економічного, правового, соціального та культурного контекстів, що забезпечить свободу слова та самовизначення.

⁷⁰ Індикатори впливу культури на розвиток України. (2017). Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf

2.4. Український досвід дослідження професій

У 2012 році Інститутом соціології НАН України було проведено дослідження, що мало на меті оцінити престиж низки професій. Індеси престижу професій і занять розраховувались як зважені середні арифметичні в континуумі від +1 до -1. Відповіді респондентів ранжувалися за такими показниками: +1 — дуже високий престиж; +0,5 — високий; 0 — середній; -0,5 — низький; -1 — дуже низький. За результатами впорядкування престижності професій та занять (найбільші, великі й невеликі міста), дослідження показало, що у верхній третині переліків представлені професії та заняття висококваліфікованої розумової праці — управлінської, законотворчої, юридичної, підприємницької, науково-викладацької та творчої. Також було встановлено, що для усіх міст країни характерне подібне рангове впорядкування оцінок престижу професій та занять. Однак розмір міських поселень впливає на уявлення про престижність різних професій і занять, тобто престиж - це один з основних суб'єктивних вимірів соціальної стратифікації.

Таблиця 2.4. Індеси престижу професій та занять⁷¹

Професії/заняття	Тип і розмір поселення	
	Найбільші міста	
	Індекс	Ранг
Міністр	0,810	1
Депутат	0,657	2-4
Керівник банку	0,695	2-4
Директор заводу	0,657	2-4
Адвокат, юрист	0,454	5
Вчений	0,330	6-10
Викладач ВНЗ	0,339	6-10
Лікар	0,290	6-10
Підприємець	0,282	6-10
Журналіст	0,271	11-12
Актор	0,296	6-10

⁷¹ Оксамитна С., Стукало С. (2012). *Престиж професій та занять у соціальному просторі міста*. Режим доступу: http://i-soc.com.ua/assets/files/book/stukalo/stukalo-oksamytna_occupational-prestige_2012.pdf

У зв'язку із поступовим формуванням суспільства, заснованого на знаннях (knowledge society) актуальним є питання трансформації державної економіки України в інноваційну. Усе більш поширеними стають творчі види діяльності, пов'язані із обробкою інформації. Як зазначає Г. Монастирська, змінюється соціально-економічна структура суспільства, головним напрямком формування якої стає розширене відтворення людського капіталу, його інтелектуальної складової, і передусім — становлення креативного класу, від представників якого залежить створення інновацій і їх застосування⁷².

Результати опитування, проведеного у 2014-2015 роках Міжнародним кадровим порталом HeadHunter Україна, виявили, що найбільш престижними українці вважають професії ІТ-спеціаліста, бізнесменів та власників свого бізнесу і керівників; а найменш престижними залишаються робочі спеціальності, професія водія та зайнятість у



Рис. 2.6. Найбільш престижні професії за 2014-2015 рр⁷³

⁷² Монастирська, Г. (2012). Креативний клас і проблеми його становлення в Україні. *Формування ринкової економіки* 2(2), с. 200-210.

⁷³ Найбільш престижні професії в Україні. (вересень, 2014). Режим доступу: <https://kiev.hh.ua/article/15503>

сфері послуг (обслуговуючий персонал). Що цікаво, в умовах нестабільності в країні зріс престиж військовослужбовців і представників правоохоронних органів порівняно з 2013-им роком. (у 2014-ому році - майже до 12%).

У даному дослідженні також ставилося за мету виявити принцип, за яким респонденти визначають (не-)престижність професії. Близько 77% працівників вказали на те, що головним показником престижу професії є розмір заробітної платні. На думку майже половини респондентів (47%) предстижність визначається ступенем складності й відповідальності праці (47%). Дещо більше третини переконані, що суспільна користь виконуваної діяльності є чинником престижу професії. Ще 13% думають, що на те, чи є професія престижною, впливає тривалість необхідної освіти.

У Державній службі зайнятості звертають увагу на наявність кваліфікаційно-професійного дисбалансу на українському ринку праці: близько 80% випускників шкіл намагаються вступити до вищих навчальних закладів і менше 30% отримують професійну освіту. Як зазначає в. о. голови Держслужби зайнятості Ярошенко В., на ринку праці в Україні спостерігається дефіцит професіоналів, які б працювали у таких галузях як сфера надання послуг, сільське господарство, інженерія, система освіти (вчителювання)⁷⁴. У той самий час, найбільшу кількість безробітних, які перебувають на обліку у службі зайнятості, складають дипломовані юристи та економісти.

У Державній службі статистики було надано інформацію про найбільш затребувані професії в Україні, а також про галузі, де працівники отримують найвищу заробітну плату. Отже, на сьогодні залишається високим попит на лікарів, фармацевтів, інженерів різних галузей, юристів, викладачів, економістів, бухгалтерів, а також ІТ-фахівців⁷⁵. У звіті наголошується на тому, що не завжди ті професії, які є затребуваними, водночас будуть і високооплачуваними. Найвища заробітна плата фіксується в галузі авіаційного транспорту, де вона складає, згідно з даними Держстату, близько 26 тис грн.

⁷⁴ Майже половина безробітних мають вищу освіту - Держслужба зайнятості. (липень, 2018). Режим доступу: <https://www.unian.ua/economics/other/10207938-mayzhe-polovina-bezrobitnih-mayut-vishchu-osvitu-derzhsluzhba-zaynyatosti.html>

⁷⁵ Які професії будуть затребувані і де платять найбільше в Україні. (квітень, 2017). Режим доступу: <https://dyvys.info/2017/04/26/yaki-profesiyi-budut-zatrebuvani-i-de-platyat-najbilshe-v-ukrayini-infografika/>

Традиційно висока зарплатня спостерігається в ІТ-секторі, де спеціалісти можуть заробляти у середньому 25 тис грн на місяць. Замикає трійку найбільш високооплачуваних сфер — фінансова та страхова діяльність, де можна отримати у середньому 11 тис грн на місяць.

РОЗДІЛ 3

СПРИЙНЯТТЯ ЗГУРТОВАНOSTІ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ЙОГО ПРЕДСТАВНИКАМИ

3.1. Фокус-група як якісницький метод збору та аналізу даних у соціології

Фокус-групою називається структурована дискусія з попередньо відібраними індивідами з метою збору інформації або висвітлення точок зору з певного питання чи проблеми. Група є очолюваною фасилітатором (модератором). Даний метод може використовуватися у роботі з розвитку ком'юніті, де фокус-група стає так званим дорадчим центром навчання, побудови довіри, творчого вирішення проблем і, як наслідок, стає шляхом стратегічного впливу громадян на планування та розвиток громади⁷⁶. Фокус-групи, як правило, тривають близько двох годин і складаються з невеликої кількості респондентів (від 5 до 15), відібраних на основі їхнього ставлення до певного питання і репрезентації демографічних характеристик.

Метод фокус-груп забезпечує глибоке розуміння комплексних питань чи ситуацій, що неможливо забезпечити зарахунок опитувань чи під час масових громадських зібрань. Фокус-групи дають можливість окремим індивідам висловити свої думки чи обґрунтувати погляди, паралельно почути думки інших і дійти до шляхів вирішення проблем. Що важливо, може бути висвітлена як «офіційна», так і «неофіційна» інформація, що сприятиме креативному вирішенню питань і ширшій підтримці громади. Оскільки даний метод базується на відкритій комунікації та критичному обговоренні, це також може стати поштовхом до поліпшення відносин в межах ком'юніті, підвищенню рівня довіри та почуття відповідальності як учасників певного процесу.

⁷⁶ Lachapelle, P., Mastel, T. (2017). Using Focus Groups for Community Development. *Montana State University Extension*, 17(2).

Як і будь-який інший метод аналізу даних, фокус-групи мають певні обмеження у використанні. По-перше, даний метод може вимагати великих часових затрат, включаючи процеси підготовки, обробки інформації та написання звіту. По-друге, важливим є створення комфортного середовища для обговорення зарахунок добре підбраного модератора. По-третє, оскільки фокус-групи включають відносно невелику кількість учасників, результати та висновки дослідження важко поширити на більшу популяцію.

Специфікою масиву первинних даних групових інтерв'ю є те, що:

- одиницею аналізу виступає не респондент, а висловлювання. Оскільки кожен респондент є носієм багатьох висловлювань, це зумовлює збільшення масиву первинних аналітичних одиниць, як наслідок - робить його статистично значущим;
- якісницькі дослідження не мають на меті визначення чисельності чи питомої ваги носіїв тої чи іншої точки зору в суспільстві чи його сегменті. По відношенню до таких дослідницьких завдань якісницькі методи не є валідними;
- учасники поведуть себе менш конформно (у порівнянні зі звичайною малою групою), тому що метою тут є отримання спектру думок з певної теми, а не досягнення групового консенсусу чи прийняття спільних рішень⁷⁷.

Стандартне фокус-групове дослідження складається з 4-ох до 8-ми, рідко - до 12 груп. Через бюджетні обмеження та за необхідності дослідження тільки однієї гомогенної популяції кількість груп може бути зменшена до 3 (це мінімально допустима кількість). Перша фокус-група обов'язково є пілотною.

⁷⁷ Белановский, С. (2001). *Метод фокус-груп*. Никколо-Медиа. Москва

Задачею якісницьких методів стає формування списку так званих «гіпотез існування», тобто списку оцінок, висловлювань чи суджень, які наявні у суспільстві⁷⁸.

В основі аналізу матеріалів фокус-груп лежить так звана концептуальна триангуляція, тобто співвідношення різних систем поглядів між собою.

3.2. Складові інструментарію дослідження згуртованості Креативного класу: питання для гайду фокус-групи

Загалом було проведено 4 фокус-групи: задіяно 31 працівника галузей, які Р. Флорида відносить до креативних (склад фокус-груп див. у Додатку Б).

Часові рамки дослідження: Збір даних проводився 24 лютого та 2 березня 2019 року. Групові дискусії здійснювалися особисто з використанням аудіо-запису на диктофон. Кожна фокус-група тривала приблизно 1 год 45 хв.

Локалізація: фокус-групи із представниками Креативного ядра були проведені у Києво-Могилянській бізнес-школі, із Креативними професіоналами - у м. Дніпро (через доступнішу можливість зібрати потрібних респондентів в одному місці в один час).

Критерії відбору респондентів: згідно зі схемою та складом Креативного класу Р. Флориди, до дослідження були залучені респонденти, які обіймають посади у зазначених дослідником сферах зайнятості, які характеризуються як креативні: люди, які займаються відповідною креативною працею. Використовувався метод «снігової кулі»: у респондентів запитувалося, чи не знають вони людей, які б займалися професійною діяльністю в креативних галузях чи обіймали певні керівні посади. Оскільки вибірка дослідження включає представників, доступ до яких є дещо обмеженим через рід діяльності, даний метод уможливив пошук респондентів через представників цільової групи. Варто також зазначити про те, що підбір відбувався так, аби вік

⁷⁸ Ярмач, О. (2010). *Методи збору та аналізу соціальної інформації*. Х: Освіта.

респондентів у межах групи не сильно варіювався, тому вік учасників першої і другої фокус-групи складав 19-24 роки, третьої і четвертої - 27-39 років. Було залучено працівників, які раніше не брали участі у фокус-групових дослідженнях і не були ознайомлені з техніками їх проведення. Оскільки, за Р. Флоридою, Креативний клас не є гомогенним, було проведено 4 фокус-групи (дві з яких складали представники креативного ядра, дві - креативні професіонали). Додатково був розроблений **скрінер** для учасників фокус-груп, який містив такі пункти:

- Сфера професійної діяльності;
- Посада;
- Вік;
- Стать;
- Попередній досвід участі у фокус-групі.

Гайд для проведення фокус-груп умовно поділяється на 4 блоки, а саме:

1. Сприйняття структури українського суспільства;
2. Належність до місцевої громади та соціальні відносини між її представниками;
3. Громадянська активність та орієнтація на загальне благо;
4. Фактори вибору місця роботи та проживання.

1. Сприйняття структури українського суспільства представниками Креативного класу

Даний блок питань було складено з метою опрацювання такого поняття як класова свідомість представників Креативного класу. Через обширність поняття та його здатність пояснювати велику кількість соціальних явищ, за В.

Ландекером, можна виділити три основні категорії: класова статусна свідомість, класова структурна свідомість, класова свідомість по інтересах⁷⁹.

А. Класова статусна свідомість представників Креативного класу

Цей тип класової свідомості включає самоідентифікацію людини з певним класом. Важливо помітити той факт, що абсолютна більшість представників Креативного ядра у ході усієї дискусії наголошувала на тому, що поділ на класи є доволі умовним в силу різних розподільних критеріїв, як було зазначено у ході обговорення, через що в деяких учасників виникали труднощі у самовизначенні та віднесенні себе до певного класу.

«... Так ми наче не дали точного визначення класу... дивлячись за якими критеріями оцінювати. Але я би не відносив себе ні до якого із класів у суспільстві».

(Розробник програмного забезпечення, 19 р.)

«... Я би не відносив себе ні до якого класу. Це не вкладається із моїм сьогодишнім світоглядом. Я не хочу думати про класи, когось до них приписувати або до якогось класу прагнути».

(Архітектор, 22 р.)

Тут слово «труднощі» вживається у розумінні небажання відносити себе до певного структурного виміру через його умовний поділ та здатність одного індивіда належати до різних класів одночасно.

Однак деякі представники Креативного ядра чітко проартикулювали свою належність до певного соціального класу: учасники віднесли себе до інтелектуального класу, класу митецького, один із респондентів зазначив про клас ремісників, а також було проартикульовано такий клас як буржуазна богема.

«... Відношу себе до сміливих, вільних у своїх виборах і широко мислячих».
(Старша викладачка приватної школи англійської мови, 21 р.)

⁷⁹ Landecker, W. (2014). Class Crystallization and Class Consciousness. *American Sociological Review*, 28 (2), pp. 219-229. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/2090609>

«...Більшою мірою я себе відношу до класу «інтелектуального», а зокрема до кластеру технічних наук через мою основну професію...».
(Аналітик даних, 19 р.)

«...Можу віднести до класу митецького, тому що у вільний час займаюся музикою, а також місцями креативно підходжу до задач технічного, лінгвістичного та побутового плану...».
(Програміст, 21 р.)

«...Буржуазна богема. Мій світогляд дуже близький до богемного... це такий фріланс, пріоритет в мистецтві і життя заради творчого самовираження. а буржуазна - тому що я ціную хороші речі... а відштовхуючись від своїх поглядів, рухаюся у напрямку того класу, де я себе можу проявити...».
(Художниця, 22 р.)

«...Якщо як в історії вчили нас, то себе відніс би до класу ремісників. В мене є інструмент, і я роблю продукт...».
(Відеооператор, 21 р.)

За результатами дослідження, можна сказати, що класова самоідентифікація представників Креативного ядра співвідноситься із такими **атрибутами** як:

- інструмент, з яким працює професіонал;
- сфера зайнятості;
- особливий підхід до вирішення робочих та побутових завдань;
- стиль життя;
- світогляд;
- залученість до процесу вироблення певного продукту;
- творче самовираження.

Абсолютна більшість Креативних професіоналів зазначала про те, що найбільш вагомий фактор того, як вони ідентифікують власну класову належність - фактор економічний.

«...Напевне, віднесла б себе до неіснуючого середнього класу з нальотом інтелігентності...».
(Начальниця відділу безготівкового розрахування, 34 р.)

«Ну, ми не бідні, але й не багаті. Ми трудоголіки».
(Комерційний директор, 36 р.)

Однак зазначалося й про інші, не такі вирішальні, але **впливові фактори самоідентифікації** Креативних професіоналів, а саме:

- система виховання;
- рівень інтелігентності, манера ставлення до інших та до себе;
- рівень здобутої освіти та її престижність;
- схильність до саморозвитку протягом усього життя (life-long learning education);
- вміння «схопити» інформацію, покладання на власні можливості.

В. Класова структурна свідомість представників Креативного класу

Респонденти усіх проведених фокус-груп одразу зазначили про те, що в українському суспільстві можна виділити класи. Представники Креативного ядра дійшли консенсусу в тому, що немає чіткого списку критеріїв, за якими можна розділити українське суспільство на класи, однак було виділено найбільш вагомі умови, за яких класовий поділ можливий. Найпершим чинником поділу у фокус-групах постав **економічний капітал**: заробітна плата та фінансова спроможність громадян.

«...Мабуть, перше, що у нас у суспільстві, - це гроші, скільки ти заробляєш...».
(Журналістка, 21 р.)

Що не менш важливо, деякі Креативні професіонали також співвіднесли такі поняття як вік та можливість долучитися до економічної діяльності (фінансова спроможність), вказавши на те, що таке поєднання також може вважатися фактором класового поділу.

Однак при подальшому обговоренні респонденти також зазначили про таке поняття як **просоціальна активність**: представники Креативного ядра вказували на такий чинник структурного поділу як обізнаність із сучасними тенденціями.

«...Гроші - це такий... об'єктивний ракурс, але активність... я би це назвала просоціальною активністю, тобто чи ти взагалі знайомий з сучасними тенденціями, з рухами... тобто ти можеш бути його представником або не бути, але ти повинен знати, що ти заперечуєш або підтримуєш.
(Координаторка освітньої програми, 20 р.)

«...Для мене клас - це те, що називається габітус, тобто це те, як людина себе поводить в суспільстві, як вона себе ставить, як вона ставить до інших».
(Викладачка приватної школи англійської мови, 21 р.)

Один із Креативних професіоналів зазначив про такий критерій поділу як наявність щастя.

«...Неважливо, чи є в людини гроші чи нема, але ... в людей може бути купа інших проблем, але чи щасливі ці люди? Так, класифікація за щастям».
(Начальник відділу продажів, 35 р.)

Не менш важливим постало питання цінностей, які відстоює індивід, поглядів на життя та поведінки у суспільстві; дані поняття однією з учасниць групи були об'єднані в одне - **габітус**. Інші представники Креативного ядра вказували на те, що чинником поділу може виступати також **сфера діяльності**, яка, за словами респондентів, відображає не лише професійну зайнятість, але й ставлення індивіда до інших, його світогляд, інтереси.

«...Важливе поділення - це за сферою діяльності, бо вона ніби узагальнює погляди людини на життя, ті ж самі цінності, те, як людина себе проявляє, як вона ставиться до інших».
(Акторка студентського театру, 20 р.)

Деякі Креативні професіонали зазначили про такий фактор класифікації у суспільстві як **доступ до різноманітних освітніх структур**, вказавши про нерівномірність забезпечення різних регіонів України; а також - про аспект виховання, сімейних умов, **рівня інтелігентності** та манери спілкування з іншими (де також було зазначено про міжрегіональну різницю).

«...Наприклад, люди, які вирости у селах, в яких не було доступу до отримання освіти різносторонньої... на жаль, вони, ну так виходить, певною мірою, обмежені».
(Лікарка, 39 років)

«...От навіть західна Україна і східна: та сама інтелігентність різна. Ті самі люди, які стоять у чергах. Різниця у ставленні. Ставлення до касирів як до чогось нижчого, оце в нас на Сході так. Той самий Київ - це геть інша країна.

А в нас люди нахабніше, вони по-іншому виховані».
(Спеціалістка з оподаткування, 28 р.)

«...на Заході, мені здається, більше поваги. А ще, там є професії, м'яко скажемо, вони боготворять людей. Хазяйка квартири, я жила певний час у Тернополі, сказала сусідам, що я лікар: зі мною на наступний день усі віталися».
(Лікарка, 39 р.)

Що важливо, було вказано, що поділ можливий за професією у плані того, хто **продукт створює**, а хто - використовує. Варто також зазначити про те, що згадувався концепт класової розбіжності в сенсі **наділення владними повноваженнями**, що також можна віднести до одного із аспектів класової структурної свідомості - відчуття класових відмінностей у владі чи наявних привілеях⁸⁰.

«...Є люди, які чисто виконувачі і які не здатні щось зробити самі. От я начальник, і в мене мають бути виконавці, які готові робити те, що їм скажеш, і не готові вийти із чогось свого для того, щоб створити свій власний продукт».
(Професійна гравчиня баскетбольної збірної «Динамо», 21 р.)

Більшість Креативних професіоналів, зазначаючи про економічний фактор класового поділу, дійшли консенсусу в тому, поняття заможності пов'язано із концептом наявних повноважень та доступу до розподілення ресурсів - до влади.

«...От я одразу подумала про політику. Ми думаємо: багата людина, значить, вона являється представником... політиком нашим. От у нас це слова-синоніми: політик і людина багата. Це влада...».
(Начальниця відділу безготівкового розрахування, 34 р.)

«...Багатство дорівнює влада. А всі інші люди, ну, вже як можуть, так і виживають».
(Заступник начальника відділу, 36 р.)

⁸⁰ Meltzer, B. (1978). Mead's social psychology. In J. G. Manis & B. N. Meltzer (Eds.). Symbolic interaction: A reader in social psychology, 3rd ed. (pp. 15-27). Boston: Allyn & Bacon.). (Original work published 1964).

Іншим аспектом класової структурної свідомості, за Сентерсом, є розпізнання класових позицій та характеристик за видом професії⁸¹. Основною тезою представників Креативного ядра було те, що усі професії - взаємопов'язані, хоча й існують розбіжності в оплаті та відповідності роду зайнятості сучасним тенденціям. Що цікаво, одна з учасниць зазначила про те, що у творчих професіях існує залежність заробітної плати від особистого позиціонування.

«... Оплата залежить навіть не від того, який в тебе досвід або чим ти займаєшся, а від того, як ти себе поставиш. Яку ти собі ставиш планку... ти можеш не вміти того, що треба вміти для цієї планки, ти знаєш, що тобі потрібно і просто люди, які можуть тобі дати стільки за цю роботу, вони тобі заплатять».
(Художниця, 22 р.)

Більшість Креативних професіоналів вказали про **престижність** професій як фактор розпізнання класових позицій.

«... Я би віднесла до вищого класу, престижних, так би мовити, лікарів, вчителів... Але розумієте, у нас це не є престижним, в Україні. Якось так виходить, що престиж - один із критеріїв грошової забезпеченості».
(Лікарка, 39 р.)

«... От давай так: мама в тебе - вчитель, тебе вже опустять за критеріями нижче плінтусу».
(Юристка, 30 р.)

Однак фінансове питання більшістю представників Креативного ядра не було оцінене як таке, що повністю визначає поділ професій за престижністю: найголовнішим критерієм структурного розподілу у суспільстві стало поняття **готовності взяти на себе високий рівень відповідальності**.

«... Можливо, я би поділив на таку штуку як люди, які готові взяти на себе відповідальність, і які - ні. Навіть той самий прибиральник, який готовий взяти на себе високий рівень відповідальності буде отримувати вищий рівень зарплати, ніж архітектор, який займає якусь нішу із низьким рівнем відповідальності... воно наче і престижніше за прибиральника, але нічого такого насправді... ».
(Архітектор, 22 р.)

⁸¹ Landecker, W. (2014). Class Crystallization and Class Consciousness. *American Sociological Review*, 28 (2), pp. 219-229. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/2090609>

Представники як Креативного ядра, так і Креативні професіонали також обговорювали питання українського менталітету: як суспільство схильне оцінювати індивідів за тим, наскільки вони фінансово забезпечені.

Наступним аспектом класової структурної свідомості, за Берелсоном, є переконання, що існують класові бар'єри, які можуть стати на заваді досягненню цілей людиною зі здібностями⁸². Усі представники Креативного класу одноставно підкріплювали тезу про те, що **обмеження - поняття особистісне** і стосується готовності взяти відповідальність, піти на ризик.

«...А мені здається, людина сама для себе виставляє бар'єри. В голові. Якщо людина хоче, їй не завадить ні відсутність грошей, наприклад, отримати освіту, ні відсутність зв'язків, аби отримати якусь посаду».
(Фінансист, 27 р.)

Один із Креативних професіоналів зазначив про такий аспект як **стабільність** в контексті відповідальності.

«...Наприклад, я боюся змінювати роботу, оскільки я відповідальний за родину. Я відповідальний не лише за себе. Так, можливо, це мої внутрішні рамки».
(Начальник відділу продажів, 35 р.)

С. Класова свідомість по інтересах представників Креативного класу

За Сентерсом, одним із аспектів класової свідомості по інтересах є здатність розпізнати клас за висловлюваною точкою зору⁸³. Деякі представники Креативного ядра та деякі Креативні професіонали зазначали про особливість манери поведінки, ставлення до інших, ерудованість; однак більшість зазначила про те, що важлива не сама схильність до чогось, але **здатність аргументувати** та відстоювати це. Що цікаво, представники Креативного ядра розмежовували поняття «точка зору» та «світогляд», наголошуючи на тому, що суспільство схильне об'єднуватися у групи саме завдяки світоглядним переконанням, які

⁸² Landecker, W. (2014). Class Crystallization and Class Consciousness. *American Sociological Review*, 28 (2), pp. 219-229. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/2090609>

⁸³ Centers, R. (1949). *The psychology of social classes: A study of class consciousness*. Princeton, NJ, USA: Princeton University Press.

також включають цінності індивідів. Одна із учасниць зазначила про такий критерій поділу на класи як обізнаність, вміння себе «поставити».

Більшість Креативних професіоналів зійшлися на тому, що особиста **спрямованість людини досягати більшого**, бажання здобути якомога більше призводить до відповідного зростання потреб.

«...Саме прагнення далі. От він не захотів боротися і отримати, зрештою, більше - от він і щасливий, бо йому достатньо того, що він має. А коли ти прагнеш більшого, ти менш щасливий, але вмотивований отримати кращі умови життя».

(Заступник начальника відділу, 34 р.)

Деякі представниці груп Креативних професіоналів висловили думку про те, що релігійна належність та відповідне світосприйняття чинять вплив на особливості людини комунікувати з іншими, поважно ставитися до того, що точки зору можуть різнитися, тобто більш толератно приймати інакшість.

2. Належність до місцевої громади та соціальні відносини між її представниками

Цей блок було складено з метою встановлення та опрацювання того, чи співвідносять себе представники Креативного класу із їхньою територіальною громадою. Через не до кінця сформовану культуру існування та активної діяльності громад, а також сприйняття та ідентифікації власної належності до певної громади, даний блок має на меті визначити, чи існують фактори, які б зумовлювали об'єднання таких громад задля вирішення точкових питань.

Через початок реформи децентралізації, що триває з 2014-ого року, а саме передачу повноважень та фінансів від державної влади якнайближче до людей - органам місцевого самоврядування, за допомогою даного блоку питань можна узагальнити наявне в українців уявлення про їхню місцеву громаду та її спроможність перебрати необхідні повноваження. Урядом України з 2014 року

розпочато реформу в межах чинної Конституції - прийнято основний пакет нового законодавства, у тому числі Пакет законів щодо розширення повноважень органів місцевого самоврядування та оптимізації надання адміністративних послуг⁸⁴. Нова законодавча база має на меті мотивацію до міжмуніципальної консолідації в країні, створення належних правових умов та механізмів для формування спроможних територіальних громад сіл, селищ, міст, які б об'єднали свої зусилля у вирішенні нагальних проблем.

У ході проведеного дослідження було встановлено, що **усі учасники дослідження не відчують приналежності до місцевої громади через:**

- мережу значущих робочих/дружніх зв'язків поза межами територіальної громади;
- тип помешкання, де вони проживають;
- активніше користування інтернет-мережами;
- (не)готовність допомогти іншим;
- (не)здатність висловити особисту ініціативу щодо певного вирішення локальних проблем;
- скорочення кількості вільного від роботи часу.

Цікаво помітити той факт, що деякі учасники дослідження зазначали про те, що покоління їхніх батьків більш «включене» у мережу зв'язків місцевої громади.

«... В мене батьки знайомі майже з усіма сусідами. Я не знаю нікого».
(Інженер, 24 р.)

«... Ми маємо поставити питання, а чому наші батьки знали усіх сусідів. І, мені здається, це через готовність і бажання допомогти іншим, хто поруч, ініціативність...».
(Заступник начальника відділу, 36 р.)

Водночас із цим, усі учасники зазначили про те, що **не відчують, що живуть у безпеці**, що пояснювалося:

⁸⁴ Калакура, О. (2010). Мультикультуралізм: сутність і перспективи для України. *Чорноморський літопис*, 10 (2), с. 19-25.

- недовірою до такої державної інституції як поліція;
- незпроможністю держави забезпечити базовий рівень безпеки громадян;
- невиконанням законодавства з боку оточуючих;
- низьким рівнем територіального благоустрою (якість доріг, відсутність світла у парадних та на вулицях);
- нерівномірним доступом до медицини різних груп населення;
- тотальною недовірою до оточуючих, крім найближчого кола (родина, друзі).

3. Громадянська активність та орієнтація на загальне благо

У цьому блоці ставиться за мету дізнатися, наскільки люди готові займатися (або вже займаються) волонтерською діяльністю.

Наприклад, під час проведення АТО основним джерелом допомоги стає не держава, а саме волонтерські організації. На сайті Всеукраїнського центру волонтерів розповідають, що коли «мова йде про забезпечення солдат, багато людей вважають, що допомога АТО повинна надаватися саме державою, а не волонтерськими організаціями. Однак якщо оцінити ситуацію тверезо, стає зрозуміло, що забезпечення армії на державному рівні є і найближчим часом залишатиметься недостатнім, а оперативна і скрупульозна робота волонтерів щодо допомоги бійцям урятувала вже не одне життя. Тому вона повинна бути організована на належному рівні, щоб мобілізовані відчували допомогу і підтримку небайдужих людей та розуміли те, що їм є за кого боротися».

Також у рамках даного блоку питань постає завдання з'ясувати основну мету, якої слідують люди, коли долучаються до активної волонтерської діяльності.

Отже, результати дослідження показали, що абсолютна більшість респондентів долучалися раніше або залучені на даний момент до волонтерській діяльності. Важливо зазначити про той факт, що саме поняття волонтерства було дещо розширено респондентами. Представники Креативного ядра вказували на те, що волонтерство - це не лише можливість допомогти

комусь, але й шанс саморозвитку та покращення особистих професійних якостей.

«...Для мене волонтерська діяльність - це можливість безоплатно допомогти комусь і бути корисною цим людям. Плюс для себе, коли ти цією діяльністю займаєшся, ти знайомишся з якимись людьми, нові зв'язки, розширюється коло твого спілкування. Тим самим ти якоюсь мірою розвиваєшся...».
(WEB-розробник, 22 р.)

«...Коли ти хочеш волонтерити в тій сфері, в якій ти професійно розвиваєшся, це якраз здобуття не просто допомогти комусь, а от якраз удосконалення як спеціаліста. Волонтерські проекти часто допомагають краще розвинутися як професіонал».
(Розробник програмного забезпечення, 19 р.)

Узагальнюючи викладену респондентами інформацію, можна зробити висновок, що **основні причини залучення до волонтерської діяльності** пов'язані з:

- бажанням надати допомогу тому, хто її потребує;
- отриманням нового професійного досвіду;
- розширенням мережі зв'язків;
- демонстрацією соціально схвалюваної моделі поведінки (навчити інших робити щось корисне);
- корекцією поведінки всередині колективу (із застосуванням «санкцій», за порушення яких члени колективу мали б виділяти певні кошти на благодійність);
- бажанням покращити стани об'єктів спільного користування.

Креативні професіонали вказували на те, що бажання продовжувати волонтерську діяльність часто пов'язано з відповідною реакцією оточуючих: недбале ставлення до виконаної роботи призводить, зрештою, до зникнення внутрішньої мотивації що-небудь покращувати.

«...Ми зібралися, наважилися на це і зробили, бо цим майданчиком користуються наші діти, це їхня безпека, ми звертаємо увагу на оточуюче середовище. Взяли граблі, фарбу, усе прибрали. За два місяці уже все було

зламале, неробоче... Коли ти робиш і вважаєш, що хтось це цінує - це одне».
(Начальник відділу продажів, 35 р.)

«... Чекаєш не так схвалення зі сторони, не того, що хтось скаже, що ти хороший, що хтось подякує. Просто робиш для себе, для інших... Щоб елементарно не псували зроблене».
(Юристка, 30 р.)

Одна з респонденток, яка не є долученою до волонтерської діяльності, зазначила про неготовність взяти відповідальність за увесь процес надання допомоги.

«... Я сама не організовую, можу допомогти, якщо хтось скаже - давайте, я завжди за... але сама - ні...».
(Аудиторка, 38 р.)

Питання, які стосувалися визначення ставлення до громадських активістів та учасників протесту мали на меті з'ясувати ступінь, до якого переконання у суспільстві включають загальне почуття належності, тобто опрацювання макrorівня соціальної згуртованості представників Креативного класу.

Абсолютна більшість задіяних респондентів активно заявляла про те, що така громадсько-політична діяльність є схвалюваною за умови, що протестувальник чи активіст **свідомо бере участь** у подібних заходах, просуває соціальні, політичні чи інші зміни відповідно до власних внутрішніх переконань чи цінностей. Згадані респондентами персоналії активістів можуть бути названі для представників Креативного класу **референтною групою**, через те, що виступають певними зразками для наслідування, тими, що відіграють значущу роль в процесі формування поглядів, та виступають об'єктами для порівняння.

«... От він публікує, і тим самим, мені здається, звертає увагу тих, хто зацікавлений... тих, хто слідує за ним, наприклад, допомагати тим, хто потребує допомоги, активно заявляти про свою позицію. Я і сама після таких його історій хотіла би долучитися до подібних практик, я думаю, це мені під силу на моєму, якомусь локальному рівні...».
(Начальниця відділу безготівкового розрахування, 34 р.)

Не менш цікавою видалася тенденція у фокус-групах із Креативними професіоналами, де активістам та протестувальникам приписувалася роль тих, хто **згуртовує одностудців**, може представити їхні інтереси та виступити у ролі того, хто веде. Це може бути порівняно із патерналістською моделлю через часткове перекладання відповідальності індивідами на інших осіб, наділених певним авторитетом у суспільстві, здатністю бути лідерами думок, а отже - впливати на аудиторію.

Водночас у всіх фокус-групах підіймалося питання проплачуваної участі у таких заходах, самопіару зарахунок привернення уваги до певного питання. Дана модель «активізму» була протиставлена самій меті таких заходів як громадський активізм чи протести.

Описані вище блоки питань інструментарію виявили певні складові громадянського суспільства та ступінь «включеності» представників Креативного класу до нього. Незважаючи на те, що роль громадянського суспільства в Україні зростає, все ж неможливо розглядати процес його розвитку та функціонування окремо від держави, оскільки дії громадян певним чином «вписуються» у реальність, залежать від впливу державного контексту. Саме тому було включено питання про роль держави у житті представників Креативного класу.

Оскільки думки усіх респондентів з чотирьох фокус-груп виявилися ідентичними стосовно даного питання, можна підсумувати, що представники Креативного класу вбачають **роль держави** у тому, що вона:

- зумовлює структурованість життя зарахунок інституцій та бюрократичних процесів;
- стягує податки (розмір яких був визначений як несправедливим) з працівників;
- виснажує людський потенціал, не пропонуючи нічого взамін (підіймалося питання корупції);
- надає умови життя, під які громадяни змушені підлаштовуватися задля самореалізації;
- здатна забезпечити ресурсами лише групу людей, наближених до керування країною.

Незважаючи на переважну більшість негативно забарвлених тез стосовно ролі держави у житті представників Креативного класу, разом із тим, деякі респонденти вкотре підіймали питання власної відповідальності за реалізацію та втілення бажаного.

«Мені здається, держава не в силах зробити нас щасливими чи нещасливими. Ми в силах зробити себе самі».
(Аналітик з інформаційної безпеки (19 р.)

«А що кожен із нас зробив для держави? Чекайте. Чому вона нам щось повинна? Та дають відкрити свою справу. Ви хіба колись ризикували, брали на себе відповідальність за це? Я - так. Все можливо, слухайте...».
(Начальник відділу продажів, 35 р.)

4. Фактори вибору місця роботи та проживання

Усі представники Креативного ядра, які були задіяні у дослідженні, стрверджували, що найбільш вагомим фактором вибору місця роботи виступає **можливість саморозвитку**, у той час як фінансова вигода пересувається на друге місце за пріоритетністю. Базуючись на відповідях представників Креативного ядра, можна виділити основні причини того, чому вони надають перевагу місцю роботи з меншим заробітком, але з більшою ймовірністю отримати кращий результат згодом (що може розцінюватися як інвестиція в себе та у своє майбутнє):

- розширення сфери діяльності;
- здобуття нових корисних контактів та навичок;
- «знайти себе»: отримання задоволення від діяльності;
- змога виконувати цікавіші задачі;
- співпадіння поглядів на виконувану роботу з колегами;
- наявність зворотнього зв'язку про зроблену роботу зі сторони колег/начальника.

Що варто зазначити, важливою умовою можливості такого вибору стає те, що залучені до дослідження представники Креативного ядра наділені певною свободою та незалежністю в плані необтяженості родинними обов'язками,

прив'язкою до необхідності забезпечувати та відповідати за когось іще, окрім себе.

*«...Звісно, це я кажу про себе самого. А коли зміняться умови в житті, з'явиться родина, з'явиться та сама відповідальність, завтрашній день, і ти зрозумієш, що не можеш жити на тисячу півтора місяці, і колись потім, може бути, докинуть іще... Звісно, ти починаєш по-іншому думати»
(Відеооператор, 21 р.)*

Натомість, фактори вибору місця роботи Креативними професіоналами були пов'язані із такими поняттями як стабільність, впевненість у завтрашньому дні. Варто зазначити, що деякі Креативні професіонали співвідносили наявність дітей та важливість певного рівня заробітку.

*«Для мене це, наприклад, крупна компанія. Мені була цікава ця система, наявність нових можливостей, щоб розвиватися, підійматися кар'єрними сходами»
(Завідуюча секцією продажів, 29 р.)*

Якщо підсумувати, найбільш вагомими факторами вибору місця роботи для залучених Креативних професіоналів стали:

- стабільний заробіток;
- рівноцінність вкладених зусиль та заробітної плати;
- новий, цікавий колектив;
- унормований графік роботи.

Стосовно місця проживання, можна помітити той факт, що абсолютна більшість представників Креативного класу звертала увагу на «жорсткі» фактори вибору: вартість проживання, транспортна інфраструктура, якість громадських послуг. Деякі Креативні професіонали зазначали про зміну місця проживання у зв'язку зі зміною місця роботи.

*«...я живу між Осокорками і Позняками. Ідеально: вийшла у три години ночі, пішла в магазин, інфраструктура, чудово».
(Професійна гравчиня баскетбольної збірної «Динамо», 21 р.);*

«... ось ми сказали про два фактори - місце роботи і особисте життя. Не думаю, що якась екологія, природа чи ще щось може вплинути сильно...».
(Начальниця відділу безготівкового розрахування, 34 р.)

Водночас із тим, питання щодо важливості «м'яких» факторів (стан міського середовища, наявність закладів культури та відпочинку) також обговорювалося, однак меншою кількістю респондентів.

«... мені важливо у місці проживання - щоб я вийшов з дому на пробіжку, грубо кажучи, щоб я не бігав між будинків, мені потрібен парк. Мені потрібні зони відпочинку від міста, де нема маршруток, нема машин, людей навіть, ти можеш залишитися у тиші...».
(Архітектор, 22 р.)

На що також варто звернути увагу, усі задіяні Креативні професіонали зазначили про те, що їхнє сьогоденнє місце проживання не є тим ідеальним, про яке б вони мріяли чи де хотіли б жити.

«... звісно, якби в нас були ресурси і ось якась така свобода, звісно, ми б думали і про своє здоров'я, і про здоров'я своїх дітей, про те, що нас оточує».
(Завідуюча секцією продажів, 29 р.)

Отже, існують життєві обставини, що стримують індивідів та знижують їхню потенційну мобільність. Представники Креативного ядра видаються більш відкритими до змін, зокрема, до зміни місця проживання, через те, що більшість із них ще не є абсолютно визначеними із постійним місцем роботи, тому цей фактор не є стримуючим, на відміну від Креативних професіоналів, чия мобільність є нижчою через два найбільш впливові фактори: стабільне місце роботи, наявність залежних від них членів родини. Більш молоді представники Креативного класу зазначали про те, що пріоритетність факторів має тенденцію зміщуватися в залежності від віку людини, її професійної активності та наявності родини (людей, які певною мірою залежать від індивіда).

5. Застосування техніки Фрі-лістингу

Фрі-лістинг є однією з основних етнографічних технік, що використовується для визначення семантичних доменів. Дана техніка є одним зі шляхів збору емічної інформації, базис якої є внутрішньокультурним⁸⁵. Використовуючи фрі-лістинг із іншим типом дослідження (у даному випадку, проведення фокус-груп), ми можемо виявити локальні концептуалізації необхідних понять та індикатори для їхнього вимірювання. Важливо зважати на порядок того, як респонденти розміщують асоціації. Це може сказати про те, що, на їхню думку, є більш важливим з точки зору концептуальних визначень. У рамках дослідження респондентам було запропоноване таке словосполучення як «креативний громадянин».

Оскільки Р. Флорида зазначає про необхідність взяття відповідальності за економічний розвиток саме представниками Креативного класу (тобто важливою стає наявність класової свідомості), така асоціація покликана **виявити**, як риси креативності та суспільної відповідальності можуть і мають поєднуватися, на думку учасників дослідження. Отож, узагальнюючи отримані результати цього практичного завдання, можна підсумувати, що на думку залучених до дослідження представників Креативного класу, **креативний громадянин** - це людина, яка:

- готова брати відповідальність за зміну свого життя та життя оточуючих;
- створює корисний, необхідний суспільству, продукт;
- вміє реалізувати нестандартні вирішення життєвих та професійних задач;
- схильна відкрито та активно заявляти про свою позицію;
- вміє працювати в команді;
- адаптується до навколишніх змін;
- вільна від безперервного бажання задоволення матеріальних потреб.

⁸⁵ Murchison, J. (2010). *Ethnography Essentials: Designing, Conducting, and Presenting your Research*. San Francisco: Wiley.

ВИСНОВКИ

Викладене у цій роботі дозволяє зробити такі висновки:

1. Світовий досвід проведених польових досліджень та інтерв'ю демонструє, що представники Креативного класу стають самосвідомішими, ідентифікуючи та виділяючи себе в окрему, унікальну соціальну спільноту. Феномен згуртованості Креативного класу в Україні варто розглядати в контексті активізації розвитку громадянського суспільства, як наслідок - зростання ролі особистої відповідальності кожного громадянина. Саме тому концепт соціальної згуртованості нерозривно пов'язаний із таким конструктом як класова свідомість представників Креативного класу.
2. а) Соціальну згуртованість досліджують у країнах, які можуть бути схарактеризовані як мультикультурні. У даній роботі було опрацьовано дослідження, пов'язані зі складовими соціальної згуртованості українського суспільства: довіра до інституцій, прийняття інакшості, громадська активність, довіра до оточуючих.
 б) Було з'ясовано можливості, завдання та проблеми розвитку креативних індустрій в Україні, опрацьовано об'єми креативних ринків в Україні, узагальнено результати апробації Індексу культурного та креативного потенціалу міст України. Закордонний досвід дослідження особливостей Креативного класу виявив, що існує взаємозв'язок між наявністю Креативного класу та рівнем інновацій у регіонах. Разом із тим, було виявлено, що політика, яка була б спрямована на покращення «жорстких» умов проживання (громадські послуги, транспортна інфраструктура, ціна проживання), може мати позитивний вплив на «утримання» креативних професіоналів у регіоні, як наслідок - на розвиток регіональної економіки.
3. Розроблений гайд для проведення фокус-груп з опрацювання згуртованості Креативного класу містить 4 блоки питань:

- Сприйняття структури українського суспільства;
- Належність до місцевої громади та соціальні відносини між її представниками;
- Громадянська активність та орієнтація на загальне благо;
- Фактори вибору місця роботи та проживання.

4. Проведене дослідження згуртованості Креативного класу в Україні дозволило виявити, що соціальна згуртованість є більш чітко вираженою на макрорівні, на відміну від мікро- та мезорівня, де консенсусність отриманих якісницьких даних виявилася меншою через наступні виявлені тенденції:

❖ *Мікро-рівень згуртованості Креативного класу:*

Проведене дослідження виявило, що довіра існує на рівні найближчих друзів та родини, причому з віком спостерігається тенденція звуження такого кола довіри.

❖ *Мезо-рівень згуртованості Креативного класу:*

У ході проведеного дослідження було встановлено, що усі учасники дослідження не відчують приналежності до місцевої громади через:

- мережу значущих робочих/дружніх зв'язків поза межами територіальної громади;
- тип помешкання, де вони проживають;
- активніше користування інтернет-мережами;
- (не)готовність допомогти іншим;
- (не)здатність висловити особисту ініціативу щодо певного вирішення локальних проблем;
- скорочення кількості вільного від роботи часу.

❖ *Макро-рівень згуртованості Креативного класу:*

Абсолютна більшість респондентів долучалися раніше або залучені на даний момент до волонтерській діяльності. Важливо зазначити про той факт, що саме поняття волонтерства було дещо розширено респондентами. Узагальнюючи

викладену інформацію, можна зробити висновок, що основні причини залучення до волонтерської діяльності пов'язані з:

- бажанням надати допомогу тому, хто її потребує;
- отриманням нового професійного досвіду;
- розширенням мережі зв'язків;
- демонстрацією соціально схвалюваної моделі поведінки (навчити інших робити щось корисне);
- корекцією поведінки всередині колективу (із застосуванням «санкцій», за порушення яких члени колективу мали б виділяти певні кошти на благодійність);
- бажанням покращити стани об'єктів спільного користування.

Отже, у ході дослідження було опрацьовано горизонтальний двовимір згуртованості представників Креативного класу в Україні (згуртованість в межах громадянського суспільства). *Горизонтальна суб'єктивна згуртованість* у контексті відчуття загальної довіри є низькою, водночас представники Креативного класу виявили високий ступінь готовності до співпраці. Щодо *Горизонтальної об'єктивної згуртованості*, абсолютна більшість респондентів мають досвід волонтерської діяльності, тобто є (або були в минулому) соціально залученими, отже, в даному вимірі представники Креативного класу є згуртованими.

Оскільки згуртованість розглядалася в рамках парадигми Р. Флориди, то протягом дослідження також було систематизовано концепт класової свідомості представників Креативного класу, зважаючи на необхідність взяття ними особистої відповідальності та розвитку їхньої персональної ідентичності. Класова свідомість була опрацьована в рамках блоку питань «Сприйняття структури українського суспільства представниками Креативного класу» у трьох основних категоріях - класова статусна свідомість, класова структурна свідомість, класова свідомість по інтересах.

Оскільки важливим, за Р. Флоридою, є початок зсуву у цінностях, нормах, ставленнях, також було опрацьовано фактори вибору місця роботи та проживання представниками Креативного ядра. Отже, підсумовуючи отримані якісні дані, можна сказати про те, що наявна суттєва різниця у поглядах представників Креативного ядра та Креативних професіоналів (як і зазначав Р. Флорида, Креативний клас не є гомогенним): якщо перші надають перевагу місцю роботи з меншим заробітком, але з більшою ймовірністю отримати кращий результат згодом через низку причин, то другі пов'язують свій вибір із такими поняттями як стабільність, впевненість у завтрашньому дні. Стосовно місця проживання, можна помітити той факт, що абсолютна більшість представників Креативного класу звертала увагу на «жорсткі» фактори вибору: вартість проживання, транспортна інфраструктура, якість громадських послуг. Водночас із тим, питання щодо важливості «м'яких» факторів також обговорювалося, однак меншою кількістю респондентів.

Оскільки дане дослідження мало на меті з'ясування уявлень про соціальну згуртованість представників Креативного класу, робота може бути продовжена й надалі, зокрема розширена в контексті економічного стресу, який (не-) відчують представники Креативного класу в Україні, а також потенціалу соціальної згуртованості щодо подолання соціальної нерівності всередині українського суспільства.

Таблиця А.2.2. Довіра до інституцій

Соціальні інститути і категорії населення	Довіряю	Не довіряю	Баланс довіри-недовіри
Звичайним людям у Вашому населеному пункті	68	12	56
Волонтерам, які допомагають армії	63	16	47
Волонтерам, які допомагають переселенцям	61	14	47
Церкви	51	23	28
Збройним силам України	51	27	24
Громадським організаціям	41	25	16
Переселенцям	37	21	16
Українським ЗМІ	31	42	-11
Патрульної поліції	30	45	-15
Національної поліції	29	49	-20
Проевропейській опозиції (Батьківщина, Самопоміч і т.д.)	24	47	-23
СБУ	21	48	-26
Опозиції з колишньої влади (Опозиційний блок, За Життя)	16	58	-42
Президенту України	16	70	-54
Уряду України	11	74	-63
Російським ЗМІ	4	75	-71
Верховній Раді України	8	80	-72

Джерело: Паніотто В. (січень, 2019). Довіра соціальним інститутам.
 Режим доступу: [https:// www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=817&page=1](https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=817&page=1)

Склад фокус-груп*Фокус-група#1. Суперкреативне ядро:*

1. Методистка, старша викладачка приватної школи англійської мови (21 рік);
2. Художниця (22 роки);
3. Професійна гравчиня баскетбольної збірної «Динамо» (21 рік);
4. Архітектор (22 роки);
5. Аналітик даних (19 років);
6. Розробник програмного забезпечення (19 років);
7. Відеооператор, фотограф (21 рік).

Фокус-група#2. Суперкреативне ядро:

1. Акторка студентського театру (20 років);
2. Викладачка приватної школи англійської мови (21 рік);
3. Журналістка (21 рік);
4. Координаторка освітньої програми (20 років);
5. Програміст (21 рік);
6. Інженер (24 роки);
7. Аналітик з інформаційної безпеки (19 років);
8. WEB-розробник (22 роки).

Фокус-група#3. Креативні професіонали:

1. Начальниця відділу безготівкового розрахування (34 роки);
2. Юристка (32 роки);
3. Лікарка (39 років);
4. Завідуюча секцією продажів (29 років);
5. Заступник начальника відділу (36 років);

6. Фінансист (27 років);
7. Завідуючий секцією управління продажів (34 роки);
8. Економіст (33 роки).

Фокус-група#4. Креативні професіонали:

1. Спеціалістка з оподаткування (28 років);
2. Аудиторка (38 років);
3. Лікарка (39 років);
4. Юристка (30 років);
5. Фінансист (34 роки);
6. Начальник відділу продажів (35 років);
7. Комерційний директор (36 років);
8. Заступник начальника відділу (34 роки).

Гайд з питаннями для проведення фокус-груп

Вступ (10 хв)

Доброго дня! Я студентка 4-ого курсу, спеціальності соціологія. Проводжу це дослідження в якості практичної частини мого бакалаврського диплому, присвяченого дослідженню згуртованості креативного класу. Одразу хочу Вас повідомити про те, що вся інформація, отримана в ході дискусії, залишиться конфіденційною та анонімною. Пам'ятайте, що не існує правильних чи неправильних відповідей на питання, прошу вас говорити відверто, слухати до кінця та не перебивати інших учасників дослідження, адже думка кожного з Вас є дуже важливою для нас. Прошу Вас не покидати аудиторію під час проведення фокус-групового дослідження, а також попрошу відкласти Ваші мобільні телефони та перевести їх у беззвучний режим. У ході фокус-групового дослідження відбуватиметься аудіозапис.

Знайомство

Модератор знайомиться з кожним членом групи та просить написати їх ім'я на картці.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Питання для початку: Що для вас є креативність? Як Ви розумієте дане поняття/явище? (7-10 хв)

Блок 1. Сприйняття структури українського суспільства (30 хв)

1. Уявімо структуру українського суспільства. Як ви думаєте, чи схильні ми ділити суспільство за якимись ознаками, свідомо чи ні - виділяти соціальні класи?
2. На Вашу думку, чи наявні класові бар'єри у суспільстві, які б могли завадити людині з певними навичками просуватися вище соціальною або кар'єрною драбиною?
3. Якби Ви могли розписати структуру суспільства за професіями, які професії Ви віднесли і до яких класів?

4. Чи можливо розпізнати представника певного соціального класу за якимись характеристиками або точкою зору?
5. До якого класу Ви б віднесли себе?
6. Які професії, на Вашу думку, будуть затребуваними у майбутньому?

Блок 2. Належність до місцевої громади та соціальні відносини між її представниками (20 хв)

7. Чи відчуваєте Ви, що належите до Вашої територіальної громади (місцевої ком'юніті)?
8. Чи можете Ви сказати, що місце, в якому живете, є тим, де люди поділяють спільні цінності?
9. Чи відчуваєте Ви, що живете у безпеці?
10. Чи довіряєте Ви іншим людям?

Блок 3. Громадянська активність та орієнтація на загальне благо (20 хв)

11. Чи займаєтеся Ви зараз безпосередньо волонтерською діяльністю? що Ви відчуваєте при цьому? Як розцінюєте свій внесок?
12. Як Ви ставитеся до громадських активістів?
13. Як Ви відноситеся до тих, хто бере участь у протестах?
14. Яку роль грає держава у вашому житті? Що у Вас асоціюється із цим словом?

Блок 4. Фактори вибору місця роботи та проживання (20 хв)

15. Перелічіть значущі фактори, які впливають на Ваш вибір місця роботи.
16. Перелічіть значущі фактори, які впливають на Ваш вибір місця проживання.

Застосування техніки Фрі-лістингу (7 хв):

17. Що у Вас асоціюється зі словами «креативний громадянин»?

Транскрипт 1

Модераторка: Чуркіна Єлизавета

Тривалість фокус-групи: 1 година 50 хвилин;

Фокус-група проведена: 24 лютого 2019 року

М	Всем добрый вечер еще раз! Я поняла, что большинству будет комфортнее общаться на русском, поэтому плавно перехожу на него. Я студентка 4-ого курса специальности «социология». Провожу это исследование в качестве практической части моего бакалаврского диплома, который посвящен выявлению сплоченности креативного класса. Хочу сразу Вас попросить помнить на протяжении всей нашей дискуссии, что вся полученная информация останется конфиденциальной и анонимной, помните, что сегодня не будет правильных и неправильных ответов, поэтому попрошу вас отвечать откровенно, слушать друг друга до конца и не перебивать остальных участников исследования, потому что мнение каждого из вас является очень важным. Пожалуйста, переведите телефон на беззвучный режим, чтобы нас ничего не отвлекало. Также в ходе фокус-группы будет происходить аудио-запись. Если нет вопросов, мы можем начинать. Давайте представим украинское общество и подумаем, склонны ли мы делить его на какие-то классы по каким-то признакам, какие признаки это могут быть?
P1	Ну, наверное, первое, что у нас в обществе, - это деньги, сколько ты зарабатываешь. Первое - это вот. Наверное, потом, на сколько ты активный в социуме.
М	А как может проявляться эта активность?
P1	Не быть закрытым, больше общаться с людьми, много знакомых...
P2	А если ты интроверт с деньгами, у тебя нет шансов?
P1	Нет, почему, ты будешь просто странный, тебя не будут воспринимать уже как полноценного...если так можно сказать
P3	А мені здається, те, про що ти говориш, я згодна з тим, що гроші - це такий...об'єктивний ракурс, як вимірювати клас, але те, про що ти додав ще, типу про активність, я би це назвала просоціальною активністю, тобто чи ти взагалі знайомий з сучасними тенденціями, з рухами...наприклад, той самий еко-лайф стайл, чи ти взагалі знайомий з цим, тобто ти можеш бути його представником або не бути, але ти повинен знати, що ти заперечуєш або підтримуєш. І також для мене клас - це те, що називається габітус, тобто це те, як людина себе поводить в суспільстві, як вона себе ставить, як вона ставить до інших. Тобто в неї може не бути певної кількості грошей - те, що ми називаємо середній середній клас, середній нижчий, середній вищий - але тим, як вона себе ставить в суспільстві, вона буде...я б її віднесла до середнього, або до середнього вищого класу - саме через те, як людина одягається, поводить і що вона знає і собою представляє.
P4	Це ти цінності маєш на увазі?
P3	Так, і цінності також включаються туди.
P4	Мені знається, напевне, важливе поділення - це за сферою діяльності, бо вона ніби узагальнює погляди людини на життя, ті ж самі цінності, те, як людина себе проявляє, як вона ставиться до інших. Сфера діяльності дуже впливає і на мислення різних груп людей, і на те, як вони поведуться, на те ж саме їх забезпечення, вигляд і все інше, що показує людину.
М	Ми плавно перейшли на українську, можемо продовжити нею, як кому комфортно.
P5	Для мене клас - це інтелектуальні, робочий клас і певні творчі люди, але це не взаємовиключаючі класи: людина може одночасно належати до кількох класів, як на мене, але це певна умовна така межа, певний рід діяльності. Ми можемо бути як і митцями, так і задіяними в науковій діяльності, так само і працювати на заводі...але ми себе якось умовно категоризуємо до одного із класів. Але, я думаю, це більше все умовно, і це індивідуально для кожної людини, що їй важливіше в суспільстві.

P1	Ну, по интересам. Вот род, в котором ты работаешь, род деятельности, а еще может быть по интересам, это очень похожие понятия...
P7	Ну, возможно, можно поделить людей на классы в плане - те, кто создают продукты, и те, кто этот продукт потребляют. Ну, грубо говоря, я вижу четко, основываясь на той сфере, в которой я нахожусь, что есть люди, которые создают продукт - им важно реализовать себя, а есть те, которые об этом не думают, они просто остаются на уровне потребителя.
P4	Мені здається, в різних сферах все одно ти щось виробляєш...
P7	Ну да, в любом случае, это получается такая замкнутая цепочка: то есть, чтобы что-то создать, ты все равно становишься в какой-то мере потребителем где-то в другом классе...
P2	Вот мы начали говорить о продукте, вот мне кажется, что есть люди, которые чистые исполнители и которые не способны что-то сделать сами. То есть, вот если я начальник, у меня должны быть мои исполнители. И вот эти исполнители готовы делать то, что ты им скажешь, но они не могут выйти из чего-то своего для того, чтобы создать свой продукт. Вот мне кажется, так мы и существуем: кто-то кем-то руководит, кто-то кому-то подчиняется, и все идет к общей какой-то...
P1	Для меня очень...я очень далек от этих понятий...что такое класс...
P2	Мне кажется, сейчас это стало очень условно. Деления на классы сейчас нет, как раньше, была эта пирамида чудесная... в нашем мире такого нет. Единственное что еще некоторые люди, они умудряются делить кого-то на классных и неклассных - наличие айфона или его отсутствие - вот этим создавая какое-то разграничение, но это очень глупо. Умные люди таким не занимаются.
P6	Ну, в принципе, основные критерии были сказаны. Наверное, я лично для себя людей отличаю по типу мышления, стремится ли человек к чему-то...потому что если это так, то мне намного интереснее будет с этим человеком общаться, нежели если человек просто стагнирует и ничем не занимается. Для меня это бинарная классификация.
M	Уже была затронута тема рода деятельности и работы, так вот если бы сели расписывать структуру общества за профессиями, то какую бы профессию и к какому классу мы бы смогли отнести?
P6	По идее, да, те, которые мануальная работа - это меньше каких-то креативных решений...
P2	Но не было бы их, не было бы большего, поэтому так как мы все взаимосвязаны, это неправильно...
P5	Але всі відіграють первну роль в суспільстві
M	И вопрос не в том, что какой-то класс должен исключить другой, вопрос только в том, есть ли разграничение, что какие-то профессии - это только высший класс...
P2	Условно - да.
P4	Думаю, що насправді кожен займає своє місце і це така, структура цілісна, але нам ніби нав'язується державним... законодавством... ну, зараз, якщо навіть брати оплату - на якійсь роботі прибиральника вона менша, ніж якась робота інтелектуальна. Хоча насправді, я якось прослідкувала і зрозуміла, що оплата залежить навіть не від того, який в тебе досвід або чим ти займаєшся, а від того, часто в творчих професіях, як ти себе поставиш. Яку ти собі ставиш планку... ти можеш не вміти того, що треба вміти для цієї планки, ти знаєш, що тобі потрібно і просто люди, які можуть тобі дати стільки за цю роботу, вони тобі заплатять. Для мене це було дуже дивно, це таке нещодавнє відкриття, що можна от таким способом просто себе подавати.
P5	От якраз про прибиральників... мені здається, їхня оплата визначається більше як державою... наприклад, якщо в Німеччині це більш соціалізм...
P4	Да, я до цього ж.
P5	Там в принципі багато... умовно всі рівні і отримують теж однаково, але ж в Україні, наприклад, це не так. І до того ж додати, до професій, мені здається, що класи визначаються відповідно до тенденцій світових... ну, наприклад, вищий клас сьогодні - це, наприклад, ІТ і робототехніка, грубо кажучи, а колись це було завод і хлібороби - що в той момент було важливо. Це залежить від того, як світ розвивається.

P7	Все сейчас свелось к вопросу денег...то, возможно, я бы поделил на такую штуку как люди, которые готовы брать на себя ответственность, и которые - нет. И даже вот уборщик, который готов взять на себя высокий уровень ответственности, условно может пойти убирать загородный дом, который будет площадью 1000 квадратных метров. Он может получать, мне кажется, уровень заработной платы, который будет больше, чем у архитектора или дизайнера, или живописца, который будет занимать какую-то нишу с низким уровнем ответственности: ты рисуешь розетки, ну, типа, и чё. И это как бы вроде и престижнее, чем уборщик, но нефига....
P1	Ну, это от твоего желания заработать, развиваться... Это, как уже сказали, опять же, как ты себя поставил, так тебя будут воспринимать. То есть умение продать себя, можно сказать, как способ деления на классы...
P7	Вот я просто подхватил тему денег, и если основываться на этой концепции, если деньги решают какую-то структуру...
M	А деньги решают структуру?
P7	Я не уверен.
P1	Почему? Да...хоть как бы мы не хотели, но да. Особенно у нас в стране. Потому что если у тебя нет денег, тебя даже не будут никем считать.
P2	Я думаю, нет.
P7	Я тоже...
P5	Гроші визначають певним чином... вони не є критерієм, але є інструментом...
P7	Да, деньги решают до какого-то момента: если у тебя есть линия, после которого ты можешь обеспечить себя и людей, которые от тебя зависят, допустим, семья, и ты за нее перешагнул, но в принципе, тебе неважно, насколько ты за нее перешагнул - зарабатываешь ты больше тысячи или десяти тысяч. Но если ты зарабатываешь меньше, то, возможно, есть деление - ты можешь себя обеспечить или не можешь.
P1	Это, опять же, стереотип, что нужны деньги. Особенно у нас в Украине, я не знаю, почему, но я считаю, что у нас коэффициент понимания тебя...как это сказать...коэффициент того, как тебя воспринимает общество, деньги, они более важны, чем в других странах, например, в Германии...
P2	Это просто наш менталитет...
M	А есть какие-то барьеры, которые бы могли помешать человеку с выдающимися способностями продвинуться выше по карьерной или социальной лестнице?
P2	Только у тебя в голове.
P7	Это то, о чем мы и говорим - готовность брать на себя ответственность: может быть человек талантлив, но если он не готов брать на себя ответственность, то он останется на низком уровне и не сможет за него перешагнуть и выйти на более высокую планку. То есть даже не имея какого-то уровня таланта, действительно высокого, он может готовностью брать на себя ответственность, развиваться и выйти на этот уровень...
P1	А если у него будет хороший агент, который эту ответственность будет брать за него? Если работать на перспективу... вот он нашел, например, спортсмен. Нашел себе мальчика, увидел в нем потенциал, вложил в него, а потом уже как использует его...
P2	Но опять же, у спортсменов, если у тебя нету цели, я как спортсмен тебе говорю, если у тебя нету цели, никто не сможет тебе сказать: вот мальчик, он талантлив, он хороший, давайте засунем его в Реал Мадрид, он будет там играть...а ему тот баскетбол нафиг не нужен. Он просто станет такой же, как и... он просто ничтожество, амёба, я не знаю. Никуда ты не денешься: ты не можешь чем-то заниматься, если оно тебе самому не нужно. Это нереально.
P1	Я не спорю. А если какой-то творец, я не знаю, художник рисует для себя дома, он просто никому не показывает, кто-то увидел случайно, взял его под свое крыло, начал менеджерить...
P2	Мне кажется, просто важно, чтобы этот человек смог ему доказать, что ты реально можешь...

P1	Просто вот сказали, что если он не будет брать на себя ответственность...
P2	Конечно.
P7	Но он же не поможет взять на себя ответственность, он поможет найти заказ. А взять ответственность или нет...
P2	За качественное выполнение - конечно...
P4	Я хотіла сказати, що можуть бути різні моделі, але, справді, за людину ніхто не зробить те, що вона має зробити. Може бути якась допомога... наприклад, люди творчі, вони думають у своєму напрямку і щоб максимально викластись в цьому, вони не мають відволікатися на щось інше. Хочу сказати про Художню академію, що там люди не схильні гуртуватися. Тобто кожен знає, що він художник, і він там своє щось робить, а зробити щось спільне, от зараз така дуже гостра тема, - це складно, виявляється. Менше якихось точок комунікації. Які ще можуть бути перешкоди... думаю, що все тільки в голові. І навіть якщо виникають якісь зовнішні і чинники перешкод, то все одно, те, наскільки людина хоче їх подолати - все всередині, ну тобто якщо хоче, то знайду будь-які способи.
P2	Мне кажется, боязнь принять неправильно решение...это у каждого человека оно рано или поздно оно есть, проявляется...вот этот страх многим мешает развиваться дальше.
P4	Це, напевно, теж питання до відповідальності. Зробити помилку - це теж відповідальність
M	Возможно ли распознать представителя определенного социального класса за какими- то характеристиками? Точкой зрения?
P5	Мені здається, це все пов'язано зі стереотипами...Я от недавно читав такий випадок про когнітивні помилки, коли тобі дають описи двох людей - один більш детальний, і кажуть: чи схоже це на бібліотекаря? Або це людина з заводу? І ти, базуючись на своїх уявленнях про бібліотекаря, кажеш, що це бібліотекар, хоча в них однакові ймовірності того, що вони представляють ту чи іншу професію.
P6	Манера общения человека, ты видишь, как он общается...
P2	А если он прочитал всю библиотеку...и он будет невероятно умный человек.
P7	Или злой, потому что ему больше нечего читать.
M	А как на счет точки зрения? Это не в плане, что он культурно говорит тебе «здравствуйте, и знает, какой вилок есть, если вы обсуждаете какие-то темы, и точка зрения - вот можем ли мы определить представителя социального класса?
P1	Мне кажется, это не от того, какая это точка зрения, а как он ее будет отстаивать, как он будет защищать ее. Даже если она будет неправильная, все будут об этом знать, а он будет не осведомлен, тогда надо посмотреть, как он будет себя вести, защищая ее, то есть, какие аргументы...
M	А как он должен себя вести?
P1	На спокойном, не кипятиться...с разных сторон
P3	Аргументировать...
P1	Вот вы не правы, я прав поэтому...
P5	Це залежить від персоналій, від людини. Наприклад, не всі вміють добре дебати вести. Комусь просто цей тиск від аргументів...ти можеш забути все, що ти говорив просто через те, що ти не можеш цей тиск на себе...винести.
P3	А ще, мені здається, краще називати це не точкою зору, а світоглядом. І також, що я для себе виокремлюю в поведінці людей, - це невербальна поведінка: те, як вона сидить, стоїть, куди вона дивиться.
P4	Світогляд - це, мабуть, якісь цінності, які людина проявляє...
P3	Ну да. Просто точка зору, вона може бути відмінна від твоєї, і це не є тим, а чим можна категоризувати людей. Вот якщо в тебе відмінна від моєї точка зору, я її поважаю. Вона має право на існування, і це не означає, що якщо вона відмінна від моєї, то я віднесу тебе до нижчого класу, ніж якщо вона співпадає з моєю.

P4	От світогляд - це реально один із ключових моментів того, як можна поділити людей, бо люди, напевно, і групуються саме по тому, хто як розділяє світогляд. І з'являються такі як касти.
P3	Нетворкінги...
P2	По внешним тоже можно.
P5	Це залежить від того, яка склалася модель цієї людини, ну, тобто зовнішність відповідає певному уявленню, стереотипу.
P1	Это опять же, по каким критериям мы делим на классы... то есть он может быть безумно умным, безумно богатым, но ему будет все равно на то, как он выглядит. Он может быть неухоженным, непричесанным.
P2	Да, я знаю миллионера, который выглядит, как бомж, каждое утро, когда гуляет с собакой.
P5	Це все суб'єктивно.
P2	Это тоже, мне кажется, и обстоятельства, в которых ты этого человека встретишь... для меня показатель, не могу сказать, что это класс, но мне такие люди нравятся, которые умеют себя правильно поставить. Это он, как мы говорим, открыл рот - и ты его слушаешь, ты видишь, что этот человек обізнаний, у него широкое мировоззрение, он и там, и там, и там... и эти люди для тебя сразу какими-то вот... класс. А есть человек, который не знает ничего, кроме, например, какой-то там своей, там, встал, поел, пошел погулял, пришел домой, компьютер - играет, то есть у него какие-то мелочные интересы, которые не склонны к желанию развиваться, они как-то автоматически лично для меня становятся неинтересны и, окей, давай скажем, что они низший класс. Но я их не осуждаю, это их жизнь, их право, то есть они существуют, и я существую. Это их беда в том, что они там, на своем уровне развития и им хорошо. Опять же, для каждого из вот этих классов есть свой круг общения.
P3	Цікаво, а чому ми взагалі класифікуємо людей за певними класами. Чи це просто так, бо ти поставила таке питання, і ми вперше наж цим задумалися, чи ми справді так робимо. Бо я зараз так сиджу і думаю: от я слухаю усі точки зору, і я подумала, що я правда ділю людей на класи. От я їду з кимось в ліфті зранку, і думаю: оо, типу, що там, собака непричесана - всьо... взяв з собою пакетик, щоб прибрати за нею - все, вищий клас.
P4	Я думаю, що це закладено з тої інформації, яку ти отримувеш, робити висновки і категоризувати...
P3	Так, це нормально, з еволюційної точки зору, ми всі навішуємо ярлики, але просто цікаво, чого...
M	Вот в ходе дискуссии, я заметила, что у нас нету списка критериев, по которым мы делим. Интересно. Сегодня мы уже затрагивали эту тему про востребованность профессий и соответственное деление на классы - что востребовано на сегодня, так вот как вы думаете, за какими профессиями наше будущее?
P1	Вопрос еще в том, востребованы или высокооплачиваемые. Востребованным будет, например, повар.
P3	Інженери всякі...
P2	Педагоги...
P1	Кстати, вы читали новость про то, что создали нейросеть, которая за определенный период времени, очень короткий, изучает всю историю, все новости, которые... при этом, они генерирует их по-своему, то есть, фейк может делать, и ты никак не узнаешь - это фейк или нет, и это страшно. Да, ее заблокировали.
P6	По-моему, где-то от Стенфорда был ресерч, и там было сказано, что все профессии, которые связаны с эмпатией, они будут также востребованы, потому что их очень тяжело автоматизировать, соответственно, это какие-то nurse, учителя... это ближайших лет 50 нельзя будет никаким образом автоматизировать, поэтому как-то так...
P2	Да ладно. Всякие вот эти методики обучения автоматизируются...
P5	Можливо, будуть заміняти, але не до тієї міри...
P3	Мені здається, поки не винайдуть штучного інтелекту, то всі ці професії, які включають залученість людського фактору, типу людини та те, що вміє робити тільки людина, наприклад, творчі професії - це комп'ютер або штучний інтелект не може поки зробити.

P5	Може.
P6	Да, уже может.
P3	А, сорян, може..Я просто висловлюю свою точку зору з того приводу, що творчі професії - ті, які щось винаходять, які розвивають, наприклад, медицину, наприклад, нейробіологи, яке включає творче мислення, бо ти придумуєш якісь нові підходи, творчість - це якісь нові підходи до чогось, які ще до цього ніхто про таке не подумав. І це також творчість. Я вважаю, це буде актуальним.
P4	Погоджуюся з тим, що професії, пов'язані з емпатією, бо...це дуже індивідуальні штуки, що кожна людина - це особлива істота, люди не повторюються. Ну, є якісь загальні речі, але я не уявляю, як можна автоматизувати, бо це не ми створили цей світ. Ми можемо якось відштовхуватися, вивчати, як він створений і щось своє генерувати, але до якихось таких основних принципів, я думаю, що людина сама не зможе ніколи дійти. І тому, думаю, що такі найпримітивніші, найпростіші побутові професії, вони будуть завжди. А те, що буде розвиватися, напевно, пов'язано з екологією, переробкою, новітніми технологіями. А щодо творчості, я думаю, що це буде потрібно...Але зараз все якось так пермішується, і тому складно сказати - творець-нетворець, бо є якась потреба в суспільстві - і її виконує ряд певних професій: художники, ну, взагалі, митці виконують якусь зазвичай потребу в суспільстві. І це вже буде залежати від того, хто як зможе трансформувати...потреба завжди буде...як хто знаходить в собі сили і відгук на те, що відбувається в суспільстві.
P7	Не знаю, на самом деле. Мне кажется, что мы не почувствуем разницу, потому что...у меня есть такое чувство, в любой сфере деятельности - в творческой, нетворческой - есть 90 процентов деятелей, которые не достигают никакого результата. Они просто на уровне исполнителя и остаются. И есть одна десятая, которые чего-то могут добиться, и добиваются. В принципе, это люди, которые, как ни крути, имеют нестандартный подход к своей сфере деятельности. Получается, что в любом случае, что-то искреннее, оно останется всегда востребованным, всегда вакантным, потому что роботы, ИТ, нейросети, как ни крути, они искренне сделать не смогут, у них есть набор функций, набор кода, который они могут повторять безграничное количество раз. А придумать что-то новое, нестандартное, которое может быть актуально, мне кажется, это может сделать только человек, который находится в таком потоке...не знаю, как это описать, но, думаю, вы понимаете, о чем я говорю. Вот, я думаю, что мы разницы особо даже не почувствуем.
P5	Я хотів додати, мені здається, що деякі професії просто еволюціонують. Вони будуть повинні включати в себе більше обов'язків: наприклад, той самий касир чи бібліотекар вже повинен вміти проувати з програмним забезпеченням, і вже ті люди, які не будуть спроможні адаптуватися до цього прогресу, - от вони залишаться за бортом, а от інші вони зможуть залишитися.
P6	Я думаю, с этим проблем не будет...
P5	Це залежить від бажання свого...це все індивідуально.
P1	Говорили, что творчество не потеряет своей актуальности, что нужны будут люди...но, как я считаю, навязанное-ненавязанное мнение, что уже все написано, уже все сделано и это только адаптация... переделывание всего, что есть. Если брать кино, то уже абсолютно все было снято - повторяется просто, по-новому просто, чуть-чуть видоизменяется. Если картины... было уже написано очень много картин. Кисточкой было сделано все, только оно теперь по-другому как-то повернуто, другой цвет, палитра цветов. И почему, я вот говорил, что нейросеть может создать новую новость, основываясь на истории, на фактах, то почему нельзя сделать так, что она напишет картину, она сделает какое-то музыкальное произведение и так далее...
P5	Уже есть...
P6	Да, уже есть...
P1	Получается, творческие люди тоже будут терять свое место...
P4	Я не думаю.
P1	Ну, их по-любому станет меньше.

P4	В мене є великі сумніви. Я розумію, що час зараз протікає по-іншому, ніж сто років тому, але, наприклад, коли казали, що фотографія все вб'є, інше мистецтво образотворче, - так не сталося. Завжди є якась потреба все одно, в продукті, який виготовлено не тільки за допомогою новітніх технологій, але за допомогою роботи просто ручної. Я думаю, що зараз вже є можливість згенерувати щось і все таке, але це ніби процес якийсь сталий, цієї генерації. Можна задавати різні параметри, але продукт, який видає людина, він не піддається такому програмуванню, тобто цей момент непередбачуваності... Я думаю, що все одно потреба залишається, все залежить від попиту, від того, хто цим буде займатися. Ну, подивимося.
P5	От чому людські професії будуть... людська творчість буде потрібна тому, що люди відчують зв'язок певний між творцем і... наприклад, та сама музика. Ми часто слухаємо не тільки заради самого продукту - музики, але й заради вокалістів, гітаристів. Нам потрібен людський зв'язок, саме оця комунікація непряма. І, я думаю, через це буде існувати ця творчість.
M	Переходим ко второму блоку вопросов. Он будет касаться вашего окружения. Есть такое понятие как территориальная громада. Ощущаете ли вы что принадлежите к вашей территориальной громаде?
P3	Я не знаю своїх сусідів навіть...
P2	Это вообще настолько как-то... далеко. Мы же не живем вот в этом вот...
P6	Блоке...
P2	Я живу на Осокорках, тренируюсь возле цирка, метро Университет, друзья у меня на Подоле. По всему оно вот как-то разбросано... мне кажется...
P5	Уже давно... мы не в селі живем.
P1	Ну, почему... я на своем примере. У меня родители знакомы почти со всеми соседями. Я не знаю никого.
P2	Я тоже.
P1	Собственно, почему...
P6	Но ведь родители тоже ездят на работу, то есть это не из-за работы...
P1	Конечно. Это из-за того, что у нас информационный век, больше обмен данными? Я сейчас задаю вопрос, я тоже хочу узнать...
P4	Я думаю, що просто нема конкретної потреби зв'язуватися з тими, хто поруч живе. Тобто тобі все необхідне подають люди з інших сфер, ви не настільки пов'язані.
P2	Ну и ты не знаешь людей. Ты же не будешь общаться с человеком только потому, что он твой сосед. Ты общаешься с людьми, которые...
P3	Они тебе интересны...
P2	Вот.
P4	Мені здається, дуже класний приклад - це гуртожиток. Я жила в гуртожитку. І там через те, що всі пов'язані одним місцем навчання, дуже відчувається це єднання з людьми, зацікавленість. З цього потім витікає щось... Це не факт, але це можливо. От я ще подумала, що... я з Луганська взагалі, і я якось відчуваю причетність до територіальної громади тієї, це моє рідне місто, і воно і залишиться рідним. Але я переїхала, в мене спочатку був трохи збитий орієнтир - я думала, де я взагалі знаходжуся, хто я. А зараз якось розумію, що вже немає різниці якоїсь такої особливості...
P1	Вот по поводу общаги. Я учусь в КПИ, и никому не секрет, что у нас много задротов, которые играют в игры. По рассказам своих знакомых, в Могилянке - намного социально активнее студенты, чем в других универах, особенно КПИ. И вот ты говоришь, что у вас в общаге много общения было, все кому-то помогали... я так понял.
P4	Ну да.
P1	У нас - это редкость. Почему? Потому что, опять же, все закрылись по комнатам.
P4	У вас просто стільки общаг. У нас одна...

P1	Я из Киева сам, я там не живу, просто в гости захожу. Для меня тоже не совсем понятно, как это, среди общаг, между комнатами - взаимопомощь... я ни разу не видел. Ну, там какие-то группки людей друг другу помогают.
P4	Просто у нас один гуртожиток на всіх. Все в одному місці, компактно.
P1	К чему я это говорю...мне кажется, что насколько ты активный в обществе, настолько и зависит твои..распределения по классам, если можно так сказать, и твои связи с ближайшим окружением - они зависят от того, насколько ты активный человек или неактивный.
P3	Мені здається, ще є такий момент, не пам'ятаю, чи хтось десь писав про урбаністику, це типу такий феномен, що в містах люди більш індивідуалізовані, вони більш відділені один від одного, і в них мислення, вони так сприймають і територіально, і ментально сприймають себе більш як в капсулі. Тобто, наприклад, в тих самих селах люди більш комунікабельні, відкриті, а в містах ми всі закриті, бо тут фактори небезпеки, криміналу...
M	К вопросу о безопасности. Если мы все такие индивидуалисты, чувствуем ли мы себя в безопасности?
P4	Це таке філософське питання.
P2	Безопасность - в плане, что меня никто не убьет или...
P6	Или никто не придет на помощь...
P1	А никто не придет на помощь. Полиция так точно.
P4	Але в цілому, мені здається, ми завжди за крок до смерті.
P2	В страхе живем...
P4	Може, це в мене, просто таке світосприйняття...ми в цілому на сто відсотків не в безпеці. Де б ти не був, які б люди тебе не оточували - це дуже непередбачувано. І тут, мабуть, відчуття цієї безпеки, воно залежить від особистої віри кожної людини в себе, в те, що відбувається.
P5	Мені здається, що це, перше, статистично, наскільки історично було багато кримінальних подій - це перше, історично. А друге - наскільки люди почуваються в безпеці, перебуваючи в цій країні, тобто наскільки держава їх тримає в безпеці. Ну, наприклад, в Фінляндії, ти навіть не знаєш своїх сусідів, але ти будеш впевнений, що вони тебе не сожрут нічною. Того, що в них немає причини на тебе нападати, того що...вони вже самозабезпечені. Умови перебування в цій країні для них достатні для того, щоб не нападати на тебе.
P6	То же самое в Голландии. Они вообще оставляют дверь на ночь открытыми. У них просто нет потребности закрываться даже...они все equal и все такое...
P4	А мені здається, от я не знаю, в яких ви містах...це були великі міста, в яких ви жили в Голандії, в Фінляндії?
P5	Це була столиця.
P4	А...вау. І тобто все було safe?
P5	Ну канешно...
P2	Сложно взять и сказать - или ты в безопасности. Я, например, своих соседей просто слышу. И, скажем так, если они еще хату не сожгли, меня не затопили, дверь не выломали и все такое, то okay, все нормально. То есть если я их даже лично не знаю...если они мне ничего плохого не сделали, то okay...
P5	Дійсно, безпека залежить від рівня безпеки твоїх оточуючих: чи є в них потреба нападати, грубо кажучи.
P2	Ну, иногда ночью выйти по району - неочень. Понимаю, що спасают мене только мои метр восемьдесят три и то, что я быстро бегаю. А так...никогда не чувствуешь себя в безопасности.
M	Следующий блок будет касаться вашей гражданской активности. Занимаетесь ли вы волонтерской деятельностью сейчас или занимались ли вы раньше?
P4	Да.

P1	Ага.
P2	Тоже.
P3	Так, окей, це дуже довго розповідати, якщо детально, але останній з проєктів у нас - це був UN, ми проводили квести по всій Україні, по всіх обласних центрах, також в районах. Основна наша мета була розказати про цілі сталого розвитку ООН. Ми це проводили у вигляді квестів, щоб людям було цікавіше. Я була задіяна у різних волонтерських проєктах...
M	А мені от ще цікаво знати, що ви при цьому відчуваєте? Як розцінюєте свій внесок?
P2	Для меня волонтерство - это прежде всего возможность сделать что-то для других. Я помогала собирать деньги на благотворительном аукционе, мы искали людей, которые бы могли быть в роли лота, мы выставляли на аукцион, и деньги, которые были выручены на этом лоте, они были перечислены деткам, которые больны, сборы вещей...и со спортом связанно. Для меня волонтерская деятельность - это возможность безвозмездно кому-то помочь и быть полезным этим людям. Плюс для себя, когда ты этой деятельностью занимаешься, ты знакомишься с какими-то людьми, новые связи, расширяется круг твоего общения. Тем самым ты в какой-то мере развиваешься.
P3	Причому людей активних, і в яких співпадають, частіше за все, з тобою світогляд, і вони такі, дуже свідомі.
P4	Мені взагалі здається, що у всіх майже однакові пункти: що це новий досвід, що це допомога комусь, і розвиток, і нові люди.
P5	Ще другий бік, мені здається, коли ти хочеш волонтерити в тій сфері, в якій ти професійно розвиваєшся, це якраз здобуття не просто допомогти комусь, а от якраз удосконалення як спеціаліста. Волонтерські проєкти часто допомагають краще розвинутися як професіонал.
P3	Типу як стажування?
P5	Наприклад, якщо ти вже на рівні консультанта, то ти допомагаєш якимсь дрібнішим компаніям, надаєш їм послуги. І тим самим ти собі і портфоліо збільшуєш, і досвід консультації.
P7	А я вот не знаю, как на счет волонтерить, но я вот когда-то учил малых играть в баскетбол, щоб они пиво не пили. И в академии учил ребят, какие-то компьютерные софты изучать, тоже, щоб они пиво не пили, потому что когда я пиво пил, мне никто не объяснял, и я такой типа блин...можно что-то поменять. Поэтому я подумал, что если кому-то объяснять, что можно не пить пиво, а заниматься полезными вещами - почему нет. Тем более что я развиваю свой круг общения и мне становится опять же интереснее общаться с людьми, а не хочется после пар пойти и...да, попить пива.
P6	Вообще никогда не волонтерил. Но если мы рассматриваем волонтерство как объяснить кому-то что-то, помочь, то я всегда в принципе открыт и мне это нравится - помогать кому-то. Но вот если что-то конкретное, типа помочь детям, я никогда...
P5	Ну, бесплатно ти працював. Працював і не хотів просити грошей. Це я вважаю волонтерством.
P6	Ну, можно и так сказать.
P5	Експертизу надавав своюю...
P6	Ну, получал опыт.
P4	Так виходить, що саме визначення волонтерства, як і класу, власне, дуже flexible...

P1	Вообще, я этим летом волонтерил в Space Camp. Это лагерь детский, для детей с ограниченными возможностями: инвалиды, нельзя так говорить, но они психи, дцп, те, которые стрёмно выглядят, то есть в обществе их не будут воспринимать...это очень сложно морально. Психически это нереально вывозить. Я был волонтером, а там были кураторы - это люди, которые какие-то символические деньги за это получают, они с ними 24 на 7. У них посменно, конечно, но все равно. У большинства из них были нервные срывы. В принципе, когда внутри этой всей команды - все окей, но когда ты за нее выходишь, общество тебя не воспринимает, то есть они не хотят быть с этими детьми, и само настроение именно из-за того, что ты хочешь им помочь - ты им помогаешь, ты понимаешь, что это бессмысленно. Поэтому я очень напрягся по поводу этого волонтерства. И еще для меня ударом стало то, что...у меня папа занимается доставкой всяких товаров, и я задал ему вопрос по поводу Спейс Кэмп...короче говоря, это в Украине, к сожалению, отмывание бешеных денег. Это инструмент закрыть глаза у общества: вот смотрите, дети, они сыты и так далее, а сколько денег было потрачено - уже никто не спрашивает, поэтому я немножко расстроился...
P4	А це державна організація?
P3	Приватна наче, громадська...всі громадські організації - це відмивання грошей, єслі шо.
M	О, до речі, наступне питання якраз про громадських активістів. Як ви ставитеся до людей, які активно заявляють про свою позицію у суспільстві?
P6	Мне лично все равно. У всех свои позиции, интересы, занимайтесь, чем хотите, я своим делом буду заниматься...
P3	Мені здається, що все окей, поки воно в міру. І типу те, що сказали про відмивання грошей - це ті, хто засновники, так вони для податкової...вони так прикривають те, що в них є там незаконне, звідки щось прийшло, кудись щось пішло. А ті, хто самі є виконавцями в цих громадських організаціях, які займаються організацією людей, персоналу, equipment, і всі події, локації - то це круті люди, бо в них купа енергії і вони готові тратити її на користь чомусь загальному, бо в них є бажання.
P1	Но если основатель является и руководителем... то нет, потому что вот на этом Кэмпе... Я работал в bit.ua, это онлайн-медиа, и очень часто общались с Аленой Гудковой, это которая Кураж-Базар, и настолько человек, ну вот как мы говорим, он принадлежит ко всем классам - я могу спокойно это заверить, потому что она очень активная, она очень умная, у нее есть средства, чтобы...богатая, короче, хотя она тоже участвует в благотворительности и, понятное дело, что чуть-чуть от налоговой она что-то там скрывает. Это, я думаю, в Украине все этим занимаются. Но, тем не менее, она очень активна, в плане вот этим деткам или тот же Кураж-Базар, не все, хотелось бы верить, не все организации..
M	А если говорить об участниках протестов? Тех, кто активно отстаивают свои права?
P4	Це, напевно, дивлячись від ситуації.
P7	Смотря против чего протестуют.
P4	Це дуже важко сказати глобально.
P3	Мені здається, що якщо це співпадає з цінностями людини, якщо вона дійсно розуміє, що вона відстоює, а не просто вона - сіра тупа маса, яка щось там почула і от вона вся така «проти» або супер «за», якщо людина розуміє, там, начитана, якщо вона цікавиться, розуміється в цій темі, тоді це теж круто. Бо в людини є цінності, бо не у всіх людей є своя точка зору і є свої цінності. Багато людей живуть без цього. А в цієї людини вони є, і вона хоче щось змінити, на краще зазвичай. От, наприклад, з останнього, як до нас приходили на гендер, пара гомосексуальна. І один із них працює в громадських організаціях, які займаються проблемами дискримінації саме сексуальних меншин. І вони розповідали про Марш рівності...бо це дійсно змінює...наприклад, подивитися, як...на свідомість людей до того, як вони проходили ці марші, і після - то мені здається, це все-таки привернення уваги людей до цієї проблеми, і це є гуд. Якщо люди, які в цьому беруть участь, тим паче, що там беруть участь не тільки люди, які є представниками сексуальної меншини, а ще й просто зацікавлені люди, які підтримують дійсно те, що дійсно всі люди мають бути рівні. Якщо вони знають, про що вони говорять...
P1	Если у человека есть собственное мнение...окей, смотри, Дональд Трамп с этой стеной со своей. Нет, почему, он тоже активист. Он прошел в президенты, он активист. Почему нет. Если у человека есть свое мнение, и он отстаивает и это круто... у него есть свое мнение и он отстаивает мнение тех, кто его выбрал.
P3	Якщо це нікому не загрожує...

P1	А почему что-то может кому-то не навредить... Я в плане, что его выбрала страна, у него есть мнение, у него был какой-то план действий на свое президентство, и одно из - это закрыть Мексику. Я уважаю то, что он так делает, да, возможно, это неправильно, но то, что он делает то, что пообещал, сдерживает свое слово - это круто.
P3	В мене в голові склалася картинка, що це за щось або проти чогось протестують. Якщо говорити про Трампа, то це людина, в якій є влада і в якій є можливості до виконання власних якихось забаганок, завдань. Це не те саме, що громадські організації і не те саме, що громадські активісти. Вони не є диктатурою. Трамп - він захотів так, і він Президент і в нього є повноваження, влада це зробити.
P5	Давай візьмемо так, що це не Трамп, а це люди, які підтримують його політику закрити стіну. От вони протестують проти то, щоб мексиканці..вони не хочуть, щоб у них в Америці були біженці з Мексики. Вони протестують, вони - громадські активісти.
P3	Це знову про різні точки зору. Поважати їх потрібно...
P1	Просто у него тоже есть свое мнение, его тоже нужно...
P3	Так, поважати...Але просто інколи в тебе нема вибору - поважати чи ні, коли в людини є повноваження.
P4	Я думаю, малися на увазі різні виміри влади, тому краще взяти людей, які підтримують Трампа, аніж самого Трампа.
P5	Люди захищають свою точку зору. Якщо є протестувальники за стіну, вони захищають свою точку зору, тому що вони хочуть бути відгороджені від мексиканців. А з іншої сторони, є ті самі протестувальники, які протестують проти стіни - і все. Тут не можна сказати, що хтось із них правий, вони просто борються за свою точку зору.
P3	Бо в кожній вона - своя.
P2	А мне кажется, что...Если говорить о людях, которые активисты, у них какой-то протест, то если вот так вот копнуть, там кто-то найдется, кто реально за идею, вот он это понимает, он осведомленный гражданин, который это делает. А есть такие, которые что-то слышали, думают: блин, прикольно, надо пойти, или там, ой, ребят, плачу 50 гривен - пошли. Вот от этого тоже, очень важно...вот во что оно выйдет. Когда у людей есть общая идея, и они отстаивают - это окей, это гуд. Но когда есть масса определенная, которая там непонятно для чего - таких активистов тоже очень много - вот это нехорошо. Мы же всех рассматриваем...
P3	Хоча...що значить - хорошо ілі нехорошо? Може, 50 гривень для когось - хорошо.
P5	Есть люди, которые хотят себя пропиарить. Они собирают группу людей, они идут протестуют, что-то...стипендия у нас маленькая. Просто щоб подняти хайп. Вот они там по телевизору, везде, о них пишут, говорят, и потом это все как-то зажимается, а он стал популярным. Он добился своей цели. Вот таких я терпеть не могу.
M	Какую роль играет государство в вашей жизни?
P3	О...дає паспорт.
P5	На нього не можна розраховувати.
P3	Ну, це те, що я мала на увазі.
P4	Намагається структурувати життя. Да, намагається...Особисто для мене, це саме та структура, яка є... вона не викликає довіри. Я думаю, що це не тільки в мене. І таке враження складається, що ніби держава намагається якимись різними факторами втримати себе на плаву зарахунок людей чи ще щось...як щось нерівне.
P5	Для мене держава, якою б вона мала бути, - це та, яка сприяє моїм амбіціям і досягненням, і не стає на заваді. Я не кажу, що вона має забезпечувати мене у всьому - ні, просто щоб вона створювала такі умови для людей, щоб вони могли самореалізуватися.
P6	Чтобы хотелось здесь работать и не нужно было ехать куда-либо...
P2	Чтобы тебе хотелось развивать эту страну и делать что-то для нее, а не ехать туда, где тебя будут ценить, и твоя работы будет оплачиваться, и ты будешь там развиваться.

P6	По крайней мере, налоги, которые ты платишь...ты должен видеть результат того, чтобы ты вкладываешь...Если мы берем любую другую страну, мы увидим инфраструктуру, мы видим, куда идут эти деньги. А здесь как бы...черная дыра.
P2	Как-то все не для людей.
P3	От я згадала. Як впливає на мене держава - я їй плачу податки. Якщо в Штатах, у них варіюється відсоток податків від 9 до 11 - типу мінімальний - це 9, в деяких штатах, а в нас 19.
P5	Але залежить від твоєї зарплати...
P6	Если больше - ты платишь больше...
P3	Да, але є мінімальний.
P1	То есть государство только нас виснажує, не предоставляя ничего взамен...Если мы рассматриваем на Украине.
P3	Да.
P1	Ну, это из-за коррупции...
P7	Не знаю даже, неочень хочу обсуждать как-то государство, потому что у меня нет такой базы знаний, которая бы позволяла мне как-то рационально мыслить в этом направлении. Есть любимое дело, которым я занимаюсь, и я им занимаюсь в условиях, которые мне дает государство. Мое дело просто реализуется в зависимости от обстоятельств. Я не думаю о государстве.
P6	Да, как шум такой на бэкграунде.
P3	Существует...
P7	Даже не как шум, оно просто есть. Я живу, работаю, развиваюсь в его условиях. Какие они - какие есть.
P3	Мені здається, ми навіть просто не помічаємо це, воно йде як на фоні. Навіть ті самі дорожні знаки - це воно все впливає, ми вже це просто не помічаємо.
P7	Мне кажется, что государство не в силах сделать нас счастливыми или несчастливыми. Мы в силах сами сделать себя.
P4	Закони ж розраховані не на те, щоб ошчасливити, а просто щоб не було погано...
P1	Не получилось...
P5	Хорошо не дорівнює непогано.
M	И последний блок на сегодня. Давайте поговорим о факторах выбора места работы и проживания. Что самое важное для вас?
P2	Вот выбор работы...для кого-то есть цель - заработать деньги, а для кого-то есть цель - это развиваться.
M	А для тебя что важнее сейчас?
P2	Для меня важно - развиваться. То есть я могу выбирать место работы: там мне предлагают больше денег, но это моя сфера деятельности, что-то связанное со спортом. И есть какая-то другая сфера деятельности, где я буду зарабатывать меньше. Но я буду знать, что будет возможность зарабатывать больше чуть позже. И вот я пойду туда, где будет сначала меньше, с тем, что могу потом больше. Потому что я чему-то новому научусь, опять же - другой круг общения, новые люди, новые навыки - и для меня это важно.
P1	Понимаешь, на тебя ничто не давит. В плане, у тебя нет ребенка, которого надо обеспечивать.
P2	Опять же, у меня нет ребенка, потому что я так решила.
P1	Если спросить у какого-то родителя, человека 35+, и он будет уже по-другому выбирать.

P2	Ну конечно, но нас спрашивают конкретно про меня. Правильно ты говоришь, что когда у тебя меняются обстоятельства в жизни, появляется семья, у тебя появляется, опять же, ответственность, завтрашний день и ты понимаешь, что ты не можешь жить на тысячу гривен полтора месяца, и когда-то дальше, может быть, докинут, конечно, ты начинаешь совсем по-другому думать.
P1	Окей, скажу просто про себя. На третьем курсе я работал типа чтобы денюжку заработать. Я проработал два месяца, я понимаю, что нет, это вообще не дело, мне не нравится, не получаю удовольствия. Я начал искать, что мне по душе. Начал заниматься видео, первые полгода - просто для себя что-то делаю, снимаю, монтирую. Со временем это все становится даже прибыльной даже то, что было. Ну я так думаю, если ты себя нашел, то ты в этой сфере, если ты будешь специалистом крутым, ценным, то ты будешь зарабатывать. Наверное, уже то время, когда нет зарплаты, надо выбирать работу, сферу деятельности...от твоего отношения к этой работе. А на счет места - один офис был в сложнодоступном месте, от Вокзальной надо было на маршрутке ехать, и один офис был напротив Оперного, в Леонардо, коворкинг, короче, центр города. Ехать сюда и уходить с работы даже позже было намного приятнее, чем непонятно где... Ты доезжаешь - все, тебе уже ничего не хочется. Уже просто хочешь домой и не хочешь домой, потому что тебе опять ехать.
P2	Мне кажется, что если ты был в погоне за деньгами, ну вообще, вот пойдешь ты куда-то работать и что-то зарабатывать, лично для меня, это тяжело, когда ты что-то делаешь и ты себя вынуждаешь это делать. То же самое что есть какие-то определенные работы в моей учебе, я их месяцами хожу пытаюсь, откладываю, но потом все-таки появляется эта жилка, которая меня чем-то заинтересует, и вот когда я ее найду, я это сделаю. Но делать что-то, что тебя вынуждает - не могу.
P5	Хотів додати зі спостережень, якраз в студентські роки. Коли ти навчаєшся і є така спокуса - заробити грошей і все таке. Я не кажу, що це погано, це добре в певний період часу, коли ти можеш вчасно вийти з цього. Бо часто люди відчули смак цих грошей і вони не йдуть розвиватися далі в тій сфері, в якій вони хотіли би. Вони просто далі продовжують заробляти гроші, а тут вже навчання закінчилося, і вже складніші умови себе реалізувати.
P1	Но это если тебе нравится та специальность, на которой ты учишься. А если тебе не нравится, то почему бы не закончить и начать что-то новое...
P5	Я зараз кажу про те, коли ти навчаєшся в тому, що тобі подобається, а заробляти гроші в тому чи іншому сегменті, бо там просто добре платять.
P6	По критериям, в принципе, мы уже выяснили, что должны быть интересные задачи, мы должны этим гореть, иначе ничего с этого не получится, ты оттуда уйдешь рано или поздно. А по месту - согласен, что должно быть не сильно далеко от дома, потому что это действительно немного выматывает.
P2	Да, дорога, путь...
P6	Если так посмотреть, за месяц это огромное количество времени, когда ты могла что-то полезное сделать.
P7	Но ты можешь использовать его...
P3	Книжечку почитать...
P2	Есть такая штука, как если тебе нравится то, что ты делаешь и те люди, с которыми ты работаешь, ты будешь лететь туда...
P6	Это вообще второстепенные, наверное, условия. Главное - задачи.
P1	Но могу точно сказать, что нельзя работать там, где ты живешь. Я в плане, что даже если ты фрилансер, тебе надо выходить с того места, где ты живешь. Нельзя там есть, спать, ничего не делать...
P7	Для меня важно в работе - реально кайф получать: если нет удовольствия, то я не работаю. Даже мне не столько важны деньги, вот два года работал без зарплаты вообще, и мне было реально в прикол. И сейчас дало профит. Сейчас кайф остался, еще и деньги появились, вот.
P3	Мені також важливо горіти тим, що ти робиш. І для мене критерій - це як ти почувашся після того, після роботи. От якщо ти після роботи такий супернатхнений і в тебе пре ця енергія, хоча ти там не виспався, в тебе якісь іще свої проблеми, але після роботи ти на такому підйомі, то це супер...
P2	Даже если ты устал, это усталость приятная.
P3	Да! Коли тебе заряджають! Особливо якщо ти працюєш з людьми, то люди, в них є така тенденція - здатність заряджати. Це круто, коли ти віддаєш, і тобі віддають.

P1	А вот ты говоришь, люди отдают...у меня вот было такое: я горю, отдаю, мне нравится, что я делаю, а человек, который со мной в офисе, ему не нравится, и он эту энергию высасывает, он не отдает мне ее. И ты уже не такой веселый возвращаешься домой. Я работал, на бите опять же, шесть месяцев и все было хорошо, потом меняется руководитель, и я просто за неделю, ну типа не я один это заметил...мой напарник и монтажер наш. Мы втроем встретились - шото не то...И мы вместе, после того как поменяли руководителя, просто ушли, это именно из-за того, что люди не те.
P6	Аналогично.
P2	Кстати, обратная связь - она очень важна. И не только в том плане, заряженности какой-то, а вот для меня, например, когда ты делаешь работу, ты стараешься ее сделать, а тебе все равно говорят, что ты дно, - все, реально, оно просто убивает во мне все, пускай как бы ты ни старался, мне кажется, человеку нужно какой-то вброс мотивации
P3	Або навіть найгірше, коли тобі навіть дають не негативний фідбек, бо негативний фідбек - це теж фідбек, а коли просто байдуже, абсолютно, це найгірше.
P1	Есть очень прикольная книжка, называется «Поколение Z на работе» - прочитайте. Там не только как наша точка зрения, но и старших людей, которые в принципе сейчас руководят.
M	Спасибо. А как на счет места жительства, у нас есть предпочтения какие-то?
P1	У нас тоже недавно была дискуссия с ребятами по поводу где жить. Пришли к выводу, что это зависит от твоего возраста. Вот сейчас у нас у всех цели - реализовать себя, построить карьеру, семью - то есть город, больше людей и нужно жить. в пешей доступности до работы, до центральных мест, где ты проводишь время, заведения какие-то - вот это главный сейчас критерий. Но если ты будешь старше, там 50 лет, то уже хочется свободы, подышать...
P2	Загородный дом, дача, корова...
P1	Спокойствие. А сейчас хочется скорости, не закинуться таблеткой...чтобы ты был в потоке.
P3	Меняется ритм...
P2	В любом возрасте человек выбирает свое комфортное гнездо, потому что если ты придешь домой и ты понимаешь: что я здесь делаю, ну, тебе не нравится это все...оно тебя раздражает. Не только интерьер, район...
P6	Инфраструктура...
P2	И та же твоя комната.
P3	Вид из окна, находишь какую-то прелесть, которая тебя привлекает.
P2	У меня дом из окна, но...все равно мне нравится.
P7	Мне важно в месте жительства, чтобы я вышел с дома на пробежку, грубо говоря, чтобы я не бежал между домов, мне нужен парк. Мне нужны зоны отдыха от города. Где нет маршруток, нет машин, людей даже, ты можешь остаться в тишине, почистить мысли и вернуться назад в ритм. Потому что если ты не успеваешь очищаться, благодаря таким городским структурам, - ну..трабл.
P6	На Осокорках это - проблема...
P2	Когда в этой жизни я буду покупать квартиру, точно не там.
P3	А мені цікаво навіть, чого.
P7	Я был на Позняках, помнишь лабиринт из Гарри Поттера, как текстуры...Я приезжал на Позняки повисеть, но я больше не приеду.
P2	Я живу между Осокорками и Позняками. Идеально, вышла в три ночи, пошла в магазин, все, парк «Позняки», отлично. Но, я вот бегаю много сейчас, 10 км, это приблизительно час. Вот, я бегаю, и ты понимаешь, что ты задыхаешься, хотя это типа парк, а бегать вообще нигде. Даже эти озера, настолько...эти машины, оно все равно летит все туда. И ты делаешь вдох - и ты умираешь...ну хорошо, шо это не как в Запорожье, то есть там я вообще погибала. Но опять же, а если центр брать.

P3	От ти говориш про Позняки, і це так дивно: що тоді говорити людям, які живуть в центрі, на Подолі там...
P2	У меня бабушка живет на проспекте Победы, машины, люди, пробки...мне на Осокорках хоть как-то легче, хотя я понимаю, что все равно хуже.
P3	Все в сравнении...
P2	Самое идеальное - это мой загородный дом. Вот там, ребята, тишина, спокойствие.
P7	Я сейчас тоже в центре живу - это дичь. Я перед этим жил на Соломянке, мне там было комфортнее. У меня уже давно такой прикол, как мы говорили про 35+ и то, шо мы не вывозим киевскую жизнь...
P1	Мы шас ищем квартиру. Каждый ищет квартиру, где бы жить. И нам вот интересно было наше мнение. И где мы решили, что это удачное место жительства - это радиус Хрещатик, Берестейка, Демеевка, Лыбедская. У нас есть знакомые, живущие на Осокорках. Но опять же, если ночью, ты в центре, шо делать? Через мосты идти?
P2	Шо делать? Убер и поехал...или на метро успеаешь. Опять же, вот на данном этапе моей жизни меня все устраивает, типа окей, я понимаю, что я не могу жить в условиях лучше, возможно, потом я перееду в другую страну, где будет чистый воздух. Но пока я исхожу из того, что есть, и мне нравится. Не нравится, но это как бы наша страна, наш мир - это вот выхлопные газы. Вот, и побольше бы, конечно, парков.
P1	Це було цікаво...
P2	А еще есть такая штука, мне кажется, если тебе позволяет твой заработок иметь машину, - вообще суперклассно. Вообще пофиг, где жить.
P1	Даже лучше за Киевом.
P2	Моя подруга, ей 30 лет, она сказала: да, метро - прекрасно, а я говорю: но машина - это же пробки, а она: я лучше буду сидеть в своей теплой машине в пробке, чем ехать в метро с нашими людьми.
P5	Тут про пріоритетність: хочеться швидше добратися чи з комфортом.
P1	А вот еще вопрос: как вы относитесь к рабочему дню? Там, в 9 тебе надо быть на работе.
P5	Не, в 9 - не. В два, може.
P1	Просто я могу про себя сказать, что мне лучше прийти в 11-12 и уйти в 8-9...просто моя продуктивность вырастет, если я проснусь...
P2	Это тоже зависит от разных людей: кто-то очень активный и продуктивный в первой половине дня, а кто-то ночью, как я, пишет дипломную до утра.
P5	От якраз компроміс - це інтервал, протягом якого ти можеш прийти на роботу. Не обов'язково, шо ти прийшов в 3 години і пішов в 11, але якраз всі мітинги, якісь важливі, роблять на нейтральний..коли всі є. На перерві. А інший графік - це up to you.
P6	У нас лично было, что приходи когда хочешь, уходи когда хочешь - это, в принципе, нормально.
P1	То есть лучше не часы, которые тебе надо отбыть, а именно задачи поставленные...
P3	Продуктивность...
P5	Але це теж залежить, бо в нас був колега, який не міг працювати в таких умовах, тому шо він звик, шо в нього завжди менеджер, є дедлайни, і йому зручніше, коли є графік певний, а коли у тебе все настільки гнучко, але ти не вмієш себе самодисциплінувати...повинен бути баланс, певний вибір, але підтримувати обидві сторони в якійсь мірі.
M	Дякую вам за участь! Це було останнє запитання на сьогодні, і креативне завдання для вас на три хвилини - далі, поясню зараз усе, розвантажимо мозок трохи.

Список використаних джерел

- Белановский, С. (2001). *Метод фокус-груп*. Никколо-Медиа. Москва
- Бубе, М. (2017). *Українське суспільство та європейські цінності*. Звіт за результатами соціологічного дослідження, Фонд ім. Ф.Еберта (ФЕЕ).
- Вихрева, А. (2017). Креативность и гениальность как проблема: социологический подход. *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*, 39 (3), 3141-3145. Retrieved from: <http://e-koncept.ru/2017/970955.htm>.
- Гилфорд, Дж. (1965). *Три стороны интеллекта* (пер. с англ. Голубева И). Москва. Прогресс, 443-456.
- Голенкова, З. (2013). Новые социальные группы в современных стратификационных системах глобального общества. *Социологическая наука и социальная практика*, 3.
- Горелов, Н. (2012). Знание и креативность – основные черты нового социума. *Российское предпринимательство* (2). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/.../znanie-i-kreativnost-osnovnye-cherty-novogo-sotsiuma.pdf>
- Грищенко, М., Пирогова, Д., Слободян, О., Фітисова, А. (2018). *Звіт щодо опрацювання даних для міст Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України»*.
- Громадська активність громадян України. (лютий, 2019). Режим доступу: <https://dif.org.ua/article/gromadska-aktivnist-gromadyan-ukraini>.
- Дюркгайм, Е. (1991). Про розподіл суспільної праці. Режим доступу до ресурсу: <https://vrn-politstudies.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0134/134389.28ords6d1k.pdf>.
- Зархін, М. (2017). *Зміна світових еліт та цінностей*. Виступ на засіданні «Львівського клубу». Режим доступу: <https://zbruc.eu/node/64076>.
- Індикатори впливу культури на розвиток України. (2017). Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf
- Індекс соціальної згуртованості та примирення ООН для східної України (USE). (2017). *Програма Розвитку ООН 1(4)*. с 1-10.
- Інтерв'ю з експертом. (2017). Час. Підсумки дня. Режим доступу до ресурсу: <https://www.5.ua/suspilstvo/pislia-revoliutsii-hidnosti-riven-doviry-do-armii-v-ukraini-zris-do-40-oprytuvannia-153475.html>.
- Ильин, Е. (2009). *Психология творчества, креативности, одаренности*. Питер; СПб.
- Калакура, О. (2010). Мультикультуралізм: сутність і перспективи для України. *Чорноморський літопис*, 10 (2), с. 19-25.
- Кохан, В. (2009). *СОЦІОЛОГІЯ: Тематичний словник-довідник*. Електронна бібліотека Державного університету телекомунікацій.
- Леш, К. (2002). *Восстание элит и предательство*. Москва. Логос-прогресс.
- Майже половина безробітних мають вищу освіту - Держслужба зайнятості. (липень, 2018). Режим доступу: <https://www.unian.ua/economics/other/10207938-mayzhe-polovina-bezrobitnih-mayut-vishchu-osvitu-derzhsluzhba-zaynyatosti.html>
- Мельниченко, О. (2014). Середній клас: ознаки та функції, напрями та засоби державного регулювання його розвитку. *Вісник Національного університету цивільного захисту України* (1), 84-92.
- Мельниченко, В. (2012). Креативный класс: история концепта и его роль в анализе развития регионов. *Арктика и Север*, 12 (4). Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-klass-istoriya-kontsepta-i-ego-rol-v-analize-razvitiya-regionov>
- Монастирська, Г. (2012). Креативний клас і проблеми його становлення в Україні. *Формування ринкової економіки* 2(2), с. 200-210.

Найбільш престижні професії в Україні. (вересень, 2014). Режим доступу: <https://kiev.hh.ua/article/15503>

Овруцкий, А. (2010). Личность, экономика, общество: креатив и креативность. *Психология в экономике и управлении (1)*. Retrieved from: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/02/11/1214888638/3.pdf>.

Оксамитна С., Стукало С. (2012). *Престиж професій та занять у соціальному просторі міста*. Режим доступу: http://i-soc.com.ua/assets/files/book/stukalo/stukalo-oksamytна_occupational-prestige_2012.pdf

Оржель, О. (2012). *Концептуальні підходи до визначення соціального згуртування*. Режим доступу до ресурсу: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2012-01\(7\)/1200yvsz.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2012-01(7)/1200yvsz.pdf).

Паніотто В. (січень, 2019). Довіра соціальним інститутам. Режим доступу: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=817&page=1>.

Погоріла, Н. (2008). Довіра в Україні: регіональні відмінності. Режим доступу: http://old.socis.kiev.ua/ua/publications/dovira-v-ukrajini-rehionalni-vidminnosti-pohorila-n-b.html?print_this=1.

Пташка, О. (2019). *Творчіть заразлива. Поширюйте її*. Режим доступу: <https://business.ua/spetsproekty/item/4633-tvorchit-zarazlyva-poshyriuite-ii-ukraina-uviiishla-do-top3-eksporteriv-kreatyvnykh-tovariv-sered-krain-z-perekhidnoiu-ekonomikoiu>

Сакко, П. (2011). *Культура 3.0: Нова перспектива для ЄС на 2014-2020 рр. Розробка програм структурних фондів*. Європейська мережа експертів з культури. Брюссель. Режим доступу: <http://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>

Скиба, М. (2016). *Креативна економіка в Європі: 5 кроків для злету*. Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/03/21/7046534/>.

Стэндинг, Г. (2014). *Прекариат: новый опасный класс* (пер. с англ. Усова Н.). Ad Marginem. Творці майбутнього: як створити креативний клас в Україні. (липень, 2018). Режим доступу до ресурсу: <http://open.kmbs.ua/creative/>

Українці в масі не розуміють, навіщо їм толерантність. (квітень, 2018). Режим доступу до ресурсу: <http://dif.org.ua/article/ukraintsi-v-masi-ne-rozumiuyut-navishcho-im-tolerantnist-video>.

Фарінья, К. (2017). *Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні*. Culture&Creativity. EU-Eastern Parthnership Programme

Флорида, Р. (2018). *Номо creativus: як новий клас завойовує світ* (пер. з англ. Яковлев М.). Київ. Наш формат.

Холодницька, А. (2018). Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство* 14 (1). Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf.

Юрасов С. (2017). Как украинцы делают деньги на идеях. Режим доступу: http://project.liga.net/projects/just_business/

Які професії будуть затребувані і де платять найбільше в Україні. (квітень, 2017). Режим доступу: <https://dyvys.info/2017/04/26/yaki-profesiyi-budut-zatrebuvani-i-de-platyat-najbilshe-v-ukrayini-infografika/>

Ярмак, О. (2010). *Методи збору та аналізу соціальної інформації*. X: Освіта.

Andreasen, N. (2011). A Journey into Chaos: Creativity and the Unconscious. *Brain, Mind and Consciousness: An International, Interdisciplinary Perspective, MSM*, 9(1), 42-53. Retrieved from: doi: 10.4103/0973-1229.77424

Bell, D.(1973). *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.

- Burns, T., Machado, N., Corte, U. (2015). The sociology of creativity: Part I: Theory: The social mechanisms of innovation and creative developments in selectivity environments. *Human Systems Management* 34 (1). Retrieved from: DOI 10.3233/HSM-150839.
- Centers, R. (1949). *The psychology of social classes: A study of class consciousness*. Princeton, NJ, USA: Princeton University Press.
- Cluley, R. (2012). Art Words and Art Worlds: The Methodological Importance of Language Use in Howard S. Becker's Sociology of Art and Cultural Production. *Cultural Sociology* 6(2), 201-216. Retrieved from: DOI: 10.1177/1749975512440223.
- Drucker, P. (1999). Knowledge-Worker Productivity: The Biggest Challenge. *California Review Management*, 41(2). Uni of California.
- Durkheim, E. (1933). *The Division of Labor in Society* (translated by Simpson G.). New York, Macmillan. Retrieved from: <http://fs2.american.edu/dfagel/www/Class%20Readings/Durkheim/Division%20Of%20Labor%20Final%20Version.pdf>
- Friedkin, N. (2004). Social Cohesion. *Annual Review of Sociology*, 30(1). Retrieved from: DOI: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110625
- Gisbert, P. (2014). *Fundamentals of Sociology*. Laxmi Publications. New Delhi
- Goldthorpe, J., Keith H. (1974). *The Social Grading of Occupations: A New Approach and Scale*. Oxford. Clarendon Press.
- Gouldner, A. (1979). *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*. New York. Seabury Press.
- Growing regions, growing Europe. Fifth progress report on economic and social cohesion (April, 2008). Retrieved from: http://ec.europa.eu/employment_social/social_inclusion/docs/sec256printed_en.pdf.
- Grusky, D. (ed.). (2001). *Social Stratification*. Boulder, CO, Westview Press. Retrieved from: <http://www.unibielefeld.de/soz/we/we3/Diewald/Gruskysocialkstrat.pdf>
- Hansen, H., Nedomysl T. (2009). Migration of the creative class: evidence from Sweden. *Journal of Economic Geography* (9), 191–206.
- Jeannotte, M. (2008). Promoting social integration. Retrieved from: http://www.un.org/esa/socdev/social/meetings/egm6_social_integration/documents/Jeanotte_Concepts.pdf
- Karasek, A., Dermol V. (2015). The Creative Class in Poland and Its Impact on Innovation in Polish Regions. *Management* 10 (4), 299–314.
- Lachapelle, P., Mastel, T. (2017). Using Focus Groups for Community Development. *Montana State University Extension*, 17(2).
- Landecker, W. (2014). Class Crystallization and Class Consciousness. *American Sociological Review*, 28 (2), pp. 219-229. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/2090609>.
- Lockwood, D. (1999). Civic integration and social cohesion. *Capitalism and Social Cohesion*, p. 63–83. Retrieved from: DOI <https://doi.org/10.1057/9780230379138>
- Marx, K. (1959). *The Communist Manifesto, and Other Writings by Karl Marx*, 3(9). edited by Max Eastman. New York, The Modern Library.
- Meltzer, B. (1978). Mead's social psychology. In J. G. Manis & B. N. Meltzer (Eds.). *Symbolic interaction: A reader in social psychology*, 3rd ed. (pp. 15-27). Boston: Allyn & Bacon. (Original work published 1964).
- Murchison, J. (2010). *Ethnography Essentials: Designing, Conducting, and Presenting your Research*. San Francisco: Wiley.
- Murphy E., Redmond, D. (2009). The role of 'hard' and 'soft' factors for accommodating creative knowledge: insights from Dublin's 'creative class'. *Irish Geography* 42 (1), 69-84.
- Oldham, G. (1996). *Employee creativity: personal and contextual factors at work*. The free press. New-York.

Reich, R. (2009). *The importance of Symbolic Analysts to working America*. The American Prospect. Retrieved from: <https://prospect.org/article/importance-symbolic-analysts-working-america>.

Sternberg, R., Kaufman, J. (2002). *The creativity comundrum: A Propulsion model of kinds of creative contribution*. New York, Psychology Press.

Tocqueville, A. (2002). *Democracy in America*. The Pennsylvania State University. Retrieved from: <http://seas3.elte.hu/coursematerial/LojkoMiklos/Alexis-de-Tocqueville-Democracy-in-America.pdf>

Travers, M. (1999). Qualitative Sociology and Social Class. *Sociological Research Online*, 4 (1). Retrieved from: <http://www.socresonline.org.uk/4/1/travers.html>.

Weber, M. (1968). *From Max Weber* (translated by Hans H. Gerth and C. Wright Mills). London, Routledge and Kegan Paul.

Wright, E. (2005). *Approaches to Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from: <https://www.aacademica.org/erik.olin.wright/47.pdf>