КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗМЕРЕНИЯ КРЕАТИВНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ[1]

А. В. Суворова

Статья посвящена проблеме формирования конкурентоспособной креативной экономики в российских условиях. Автором выявлены компоненты и критерии креативного развития территориальных сообществ. Обоснован перечень показателей-индикаторов уровня творческого развития, предложена авторская методика выявления позиций российских регионов в рейтинге креативного потенциала. На основе данных регулярной статистической отчетности составлен рейтинг ряда субъектов Российской Федерации по уровню креативности.

Современное общество, действующее в условиях ускорения всех социоэкономических процессов, отводит особую роль креативности субъекта: это качество позволяет успешно решать социальные, экологические, экономические и культурные проблемы.

Термин «креативность» (от лат. *creatio* — сотворение, создание) получил распространение в психологии в 50-е гг. XX в.: Э. П. Торренс понимал под креативностью чувствительность к проблемам, вынуждающую человека искать оптимальный способ их решения [6].

В настоящее время креативностью называют не только качество индивида, но и свойство сложноорганизованных систем: возникает новый термин — «креативная экономика». [1] Средством производства в ней становятся интеллектуальные ресурсы, активом — способность субъектов решать проблемы нестандартными методами. Основополагающими работами в данной сфере считаются труды члена Консультационного совета по креативной экономике ООН Дж. Хокинса [7], экономиста и социолога Р. Флориды [5] и эксперта Всемирного банка Ч. Лэндри, в которых креативность рассматривается как атрибут успешного развития новой экономики [3].

Проанализировать креативность достаточно сложно: являясь долгое время объектом социально-психологических исследований, в большинстве научных изысканий она обнаруживает критерии личностной категории. Так, с точки зрения Э. П. Торренса, структура креативности достаточно однозначна и обусловлена сочетанием творческих способностей, творческих умений и творческой мотивации. Т. Амайстайл в качестве компонентов креативности выделяет такие личностные характеристики как компетенция (знания, навыки), творческое мышление, мотивация (внутренняя — заинтересованность в решении проблемы, внешняя — материальные поощрения и продвижения по службе) [2].

Подобные методологические наработки могут найти применение при характеристике уровня общественной креативности. В частности, экономист Р. Флорида трактует ее как совокупность следующих категорий: талант (возможности индивидов), технологии (проявление творческих инициатив) и толерантность (готовность к преобразованиям). Аналогичных представлений придерживаются профессор А. Пилясов и старший научный сотрудник Совета по изучению производительных сил О. Колесникова, представившие в статье «Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ» [4] систему индексов для анализа уровня креативности общественных групп. Так, для оценки индекса таланта предлагается определить долю занятых с высшим образованием, долю исследователей и долю «постановщиков задач» в общем числе жителей, индекс технологий рассчитывается с помощью установления числа патентов и доли затрат на исследования и разработки в ВРП, а доля некоренных жителей, проживающих на территории, служит для характеристики индекса толерантности. Однако индекс толерантности в подобной трактовке показывает привлекательность территории для населения других регионов (что объясняется скорее сосредоточением на ней материальных ресурсов, политическими причинами, а не благожела-

[1] Статья подготовлена при поддержке Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг. Тема НИР «Теоретико-методологические основы подготовки научных и научно-педагогических кадров саморазвивающихся региональных социально-экономических систем инновационной России» (государственный контракт № 02.740.11.0358 от 20.07.2009 Шифр «2009-1.1-302-073-032»).

тельной атмосферой). Кроме того, ряд показателей (например, число «постановщиков задач») нельзя найти среди ежегодно рассчитываемых статистических данных (используются данные Всероссийской переписи населения).

Признавая логичность методических основ каждой теории, можно предложить следующую обобщенную формулу креативного развития: возможность (мышление, интеллект, компетенции) + желание (внутренняя мотивация) + условия (внешняя мотивация и инновационная культура) = развитие. На практике формула претерпевает изменения: составляющую «желание» условно можно исключить, поскольку российская статистика не позволяет просчитать эту категорию, хотя косвенно желание креативных преобразований характеризуют показатели инновационного развития, изменения уровня образованности и др. Предлагаемая автором система индикаторов представлена в табл. 1

В составе компонента «возможность», характеризующего особенности самого общества, можно выделить творческую, компетентностную составляющие, а также составляющую образованности. Значимость последней обуславливается воздействием уровня образованности на интеллектуальные, творческие способности субъекта и приоритеты его деятельности. Особое значение в условиях повышения роли наукоемкого и высокотехнологичного секторов в экономике приобретает вузовское образование, которое обеспечивает индивида полным комплексом необходимых знаний и способствует его общему и интеллектуальному развитию (в том числе за счет характеристик университетской среды).

Творческую составляющую, характеризующую способность общества генерировать новшества, можно оценить с помощью подсчета идей, выработанных индивидами. Статистикой рассчитываются показатели, отражающие количественные характеристики идей на стадии их воплощения в сформировавшийся результат, но подмена понятия «идея» (как результата творческой деятельности) понятием «конечный продукт» (даже если он инновационный) угрожает смещением акцентов с творческих характеристик деятельности общества на условия его функционирования. Таким образом, показателем, характеризующим творческую составляющую в оценке креативности, можно считать тот, который связан с идеями, принявшими материальную форму, но еще не трансформировавшимися в готовый продукт. Таким показателем является объем выданных патентных заявок и охранных документов, поскольку на стадии патентования зародившаяся идея получает оформление, но еще не зависит от сторонних факторов.

Компетентностная компонента связана с интеллектуальными характеристиками индивидов, отражает их опыт и знания и характеризуется числом индивидов, креативная деятельность которых является элементом их профессиональной деятельности. В российской статистике сложно найти информацию о доле «креативного класса», но показательна численность персонала, занятого исследованиями и разработками (совокупность лиц, чья творческая деятельность, осуществляемая на систематической основе, направлена на увеличение суммы научных знаний и поиск новых областей применения этих знаний, а также занятых оказанием услуг, связанных с выполнением исследований и разработок)[1].

Компонент «условия» отражает характеристики окружающей среды, т. е. то, что воздействует на общество извне, не связано с особенностями самих индивидов, а присуще сфере, в которой они осуществляют свою деятельность.

Стимулирующее влияние окружающей среды может принимать разные формы. В частности, финансовая составляющая характеризует степень материальной поддержки, отражая потребность в новациях; ее показателем могут выступать затраты на исследования и разработки. Информационная составляющая также является частью дружелюбной к творческим преобразованиям среды, которая перестает быть монологовой, приобретая черты виртуального диалогового приложения реальности. Ее характеристикой может служить степень развития глобальных информационных сетей, преимущественно Интернета.

В условиях информатизации общества, развития средств коммуникации пространство (главным образом, экономическое) сжимается, но локализационный фактор не теряет значения; влиянием территории как среды обитания индивидов, за счет своих особенностей воздействующей на их социально-психологические характеристики, нельзя пренебречь. Обобщенная характеристика окружающей среды, выраженная с помощью показателей локализации обществен-

[1] Сайт Федеральной службы государственной статистики, http://www.gks.ru (дата обращения: 08.01.2011).

Таблица 1

Система индикаторов для оценки креативности

Группа показателей (сводные индексы)	Компоненты	Индексы	Показатели
1. Показатели возможности (индекс возможности)	Творческая составляющая	1.1. Индекс творчества	Число выданных патентов на 1 млн жителей (шт)
	Компетентностная составляющая	1.2. Индекс компетенции	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, на 1 млн жителей (человек)
	Составляющая образованности (резервы)	1.3. Индекс человеческого потенциала	Численность студентов высших учебных заведений на 10000 чел.
	Составляющая образованности (ресурсы)	1.4. Индекс человеческого капитала	Доля занятых в экономике, имеющих высшее профессиональное образование (%)
2. Показатели условий (индекс условий)	Финансовая составляющая	2.1. Индекс инвестиций в науку	Доля затрат на исследования и разработки в ВРП (%)
	Информационная составляющая	2.2. Индекс информатизации	Доля организаций, использовавших информационные и коммуникационные технологии (%)
	Обобщенная характеристика окружающей среды	2.3. Индекс открытости общества	Численность населения (среднегодовая) в крупнейшем городе региона (тыс. чел.)

ных групп и производственных объектов, близка к понятию толерантности, предложенному в контексте оценки креативности Р. Флоридой, который говорил об открытости общества, его готовности к преобразованиям, терпимости к идеям и воззрениям каждого. Измерить эти качества средствами статистики сложно: они находятся за пределами возможностей количественной оценки, однако компоненты категории «толерантность» находятся в прямой зависимости от размеров (не только географических) территории, на которой размещается общественная группа. Город нужно понимать как особую среду существования индивидов, дающую им большое количество возможностей, обеспечивающую свободу деятельности, постоянно бросающую новые вызовы. Показателем, отражающим обобщенную характеристику окружающей

Таблица 2

Лидеры рейтинга российских регионов по уровню креативности (2009 г.)

Позиция в рейтинге	Регион	Индекс творчества	Индекс компетенции	Индекс человеческого потенциала	Индекс человеческого капитала	Индекс инвестиций в науку	Индекс информатизации	Индекс открытости общества	Совокупный индекс возможности	Совокупный индекс условий	Совокупный индекс креативности
1	г. Москва	1,000	1,000	1,000	1,000	0,505	1,000	1,000	1,000	0,835	0,929
2	г. Санкт-Петербург	0,539	0,779	0,797	0,738	0,886	0,919	0,436	0,713	0,747	0,728
3	Московская область	0,290	0,543	0,148	0,587	0,706	0,715	1,000	0,392	0,807	0,570
4	Томская область	0,502	0,356	0,652	0,393	0,535	0,957	0,048	0,476	0,513	0,492
5	Нижегородская область	0,166	0,536	0,394	0,295	1,000	0,774	0,121	0,348	0,631	0,469
6	**Российская Федерация**	**0,232**	**0,224**	**0,377**	**0,344**	**0,320**	**0,678**	**1,000**	**0,294**	**0,666**	**0,454**

среды, можно считать численность крупнейшего на территории региона города, который является центром притяжения позитивных воздействий на уровне субъекта Федерации.

При расчете уровня креативности значения выбранных показателей пересчитываются в безразмерные индексы с помощью формулы: $R_i = (X_i - X_{\min}) / (X_{\max} - X_{\min})$, где X_i — значение выбранного показателя для i-го региона, а $X_{\max}$ и $X_{\min}$ — соответственно его максимальное и минимальное значения. В итоге все регионы можно сопоставить друг с другом, представив результаты расчетов в виде критерия для составления рейтинга (табл. 2).

Только 5 российских регионов можно считать субъектами, занимающими лидирующие позиции по уровню креативности (значения их совокупного индекса превышают среднероссийское): г. Москву, г. Санкт-Петербург, Московскую, Томскую и Нижегородскую области. Причем если города федерального значения характеризуются высокими показателями как индекса возможностей, так и индекса условий, то Московская и Нижегородская области лидируют за счет характеристик среды (территориальная близость Московской области к столице и значительные затраты Нижегородской области на поддержку инноваций).

Итоги расчетов достаточно логичны: наилучшие параметры креативности характерны для территорий, обладающих научным, образовательным потенциалом, выделяющих средства на развитие новых технологий и создающих условия для благоприятных преобразований во всех сферах деятельности. Верхние позиции рейтинга заняли регионы, на территории которых располагаются точки роста в виде крупных городов, развитых технологических и научных комплексов. Для креативных субъектов огромное значение играет сочетание факторов возможности (внутренних) с факторами окружающей среды (внешними). Более того, креативность как качественная характеристика взаимосвязана с возможностями экономического роста, с одной стороны, являясь одним из его факторов, с другой стороны, выступая в качестве его результативной характеристики.

Список источников

1. *Дацык А. А.* Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом // Сборник докладов по итогам Второй международной научно-практической конференции «Проблемы развития инновационно-креативной экономики» (29 марта — 9 апреля 2010 г.). — М. : Креативная экономика, 2010. — 384 с.

2. *Журавлев В. А.* Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества. Ч. 2 // Креативная экономика. — 2008. — № 5. — С. 51-55.

3. *Лэндри Ч.* Креативный город. — М. : Классика-XXI, 2006. — 399 с.

4. *Пилясов А., Колесникова О.* Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ // Вопросы экономики. — 2008. — №9. — С. 50-69.

5. *Флорида Р.* Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. — М. : Классика-XXI, 2005. — 430 с.

6. *Шумакова Н. Б., Щебалнова Е. И., Щербо Н. П.* Исследование творческой одаренности с использованием тестов П. Торренса у младших школьников // Вопросы психологии. — 1991. — № 1. — С. 27-32.

7. *Хокинс Дж.* Что такое креативная экономика // Проект «Сноб». [Электронный ресурс]. URL: http://www.snob.ru/selected/entry/7243 (дата обращения: 05.01.2011).

УДК: 332.132:332.15
ключевые слова: креативная экономика, критерии развития, индикаторы креативности, региональный рейтинг