

## **ФОРМИРОВАНИЕ ВЫСОКОГО УРОВНЯ КРЕАТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩЕГО ФАКТОРА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

**В статье даны характеристика креативного класса, факторы его формирования, особенности, показатели и условия развития Оренбургской области как креативного региона.**

**Ключевые слова:** креативный класс, творчество, инновационная экономика, креативный регион, креативный город, показатели креативности.

Американский экономист, создатель теории креативного класса Р. Флорида утверждает, что определяющим фактором успешного экономического развития страны, региона, предприятия являются творческие люди. Автор в своих исследованиях убедительно доказывает, что технологии, компании и венчурный капитал перемещаются сегодня на территории с большей концентрацией талантливых и креативных людей. Для характеристики современной экономики используются не такие показатели, как ВВП, производство чугуна и стали на душу населения, а качество жизни, степень экономической свободы, доля в производстве высокотехнологичной продукции, индекс креативности и др. Р. Флорида считает, что ядро креативного класса составляют люди, занятые в научно-технической сфере, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений. Экономическая функция этих людей заключается в генерировании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания. Креативный класс включает в себя специалистов, работающих в бизнесе, финансах, праве, здравоохранении и других смежных областях деятельности. К этому классу относятся также люди творческих профессий: художники, писатели, поэты, музыканты, предприниматели – то есть все те, кто входит в общий творческий этнос. Для представителей креативного класса все аспекты и все проявления креативности – технологические, культурные, экономические – взаимосвязаны и неразделимы. В советской и российской традиции эта группа людей, выделяемых Р. Флоридой как креативный класс, определялась понятием «интеллигенция» или «творчес-

кая интеллигенция». На решающую роль творчества указывал российский ученый В.И. Вернадский [1]. Американский ученый увидел новую роль интеллигенции в жизни современного общества, в частности, и ее экономическую роль. Он подчеркивает: «Поскольку креативность – это движущая сила экономического развития, креативный класс к настоящему времени занял в обществе доминирующее положение. Только уяснив себе феномен роста этого нового класса и его характерные ценности, мы будем в состоянии понять природу масштабных и на вид изолированных изменений в нашем обществе и более рационально планировать будущее» [7]. В современной экономике России, наряду с ростом промышленного производства, происходит реиндустриализация. Россия по многим показателям уже вышла из стадии индустриального общества. Например, по структуре занятости 10% – в сельском хозяйстве, 21,5% – в промышленном производстве, 68,5% – в сервисе. Такая же примерно картина в Европе и в США. Человеческий капитал России характеризуется следующими данными: 6,5 млн студентов, 30% граждан имеют высшее образование. На образование расходуется 4,5% ВВП (в Германии – 4,6%, в США – 5,7%) [5]. Тем не менее национальным приоритетом России в современный период является развитие системы образования. Выпускники высшей школы должны не только обладать суммой знаний, но и умением конкурировать в мире, основой которого выступают знания. Выпускник должен не только думать, но и придумывать, и реализовывать свои идеи, доводя их до конечного результата. Оценка российских и мировых тенденций современного

цивилизационного развития показывает значимость культурного потенциала на стадии перехода от индустриального к информационному обществу. С ростом уровня культуры и образования связана интенсивность преодоления обществом комплекса социальных, религиозных и межнациональных противоречий. Представители креативного класса – это люди новой формации. Главные их качества: готовность к переменам, к освоению новаций, лояльность к настоящему. Это дает силы комфортно чувствовать себя в ситуации постоянных перемен. Российские эксперты выделяют следующие особенности креативного класса: открытость и восприимчивость к новым знаниям (их девиз: «Узнавай новое или проигрывай!»); склонность к обмену знаниями между собой (творческие люди учатся друг у друга, перерабатывают и модифицируют новые знания в собственном стиле); умение работать на стыке разных профессий и областей знания (владение междисциплинарными связями и несколькими сферами деятельности); умение легко адаптироваться в меняющемся мире; мобильность (внутренняя готовность менять место жительства, место работы ради профессионального роста и ради возможности заниматься тем, что соответствует интересам); стремление избежать принадлежности к формальным организациям; высокая самооценка и развитая рефлексия по поводу востребованности на рынке труда [4].

Представители креативного класса ожидают от общества и государства толерантности к стилю и образу их жизни, обеспечения условий, обеспечивающих новаторство и изобретения. Для регионов это означает создание комфортных условий для жизни, что позволит обеспечить территорию трудовыми ресурсами и креативными людьми. Для воспитания креативного класса и его воспроизводства нужна целенаправленная государственная и региональная политика. Оренбургская область как важнейший приграничный регион России включена в систему глобальных экономических отношений. Для привлечения в регион представителей креативного класса существуют, на наш взгляд, следующие проблемы: сырьевой имидж области; отсутствие больших проектов; недостаточный уровень развития инфраструктуры (дороги, жилье, связь и т. п.); низкий уровень оплаты труда; проблемы с безопасностью; отсутствие

новой региональной идеи; низкий уровень инновационности; недостаточный уровень развития науки и образования; недостаточный уровень урбанизации области.

В сложной ситуации находятся сегодня малые города и сельские поселения области. Они малопривлекательны в качестве возможного места жительства. Из-за этого наблюдается отток жителей из этих населенных пунктов. Таким образом, они лишаются важнейшего источника собственного развития. Чтобы создать условия для формирования креативного класса в регионе и его использования как движущей силы инновационного развития, важно направить усилия региональной власти и регионального сообщества на решение вышеобозначенных проблем. В современных условиях успешное экономическое развитие компании, региона и страны в целом зависит от множества различных факторов, но главным среди них являются действия отдельного человека, принимающего участие в создании интеллектуальных или материальных ценностей. Но каким тогда должен быть этот человек? Добросовестным тружеником, честно отработывающим положенные восемь часов в день, или креативным работником, для которого главное – творчество и свобода мысли? Р. Флорида считает, что на первый план в современной экономике выходит именно творчество. Сравнив экономические показатели различных регионов США, Р. Флорида пришел к выводу, что наиболее успешны те регионы, в которых наблюдается концентрация креативного класса. В то же время регионы, в которых преобладают рабочий и обслуживающий классы, менее успешны. Города с преобладанием креативного класса являются центрами инновационной и высокотехнологичной индустрии [7].

Таким образом, чтобы достичь высоких результатов в социально-экономическом развитии, региону необходимо обладать способностью привлекать креативный класс и пользоваться соответствующим преимуществом в форме новых идей, нового технологического бизнеса. Чтобы точнее измерить эти данные, Флорида Р. разработал новый показатель под названием «индекс креативности», который объединяет в себе четыре фактора: доля креативного класса в занятом населении; инновационность, выраженная в количестве патентов на

душу населения; высокотехнологичные индустрии, согласно общепринятому Tech Pole (индекс высоких технологий); разнообразие, измеряемое посредством «Гей-индекса», с помощью которого можно оценить открытость региона по отношению к новым людям и идеям. По мнению Р. Флориды, такой комплексный индикатор дает возможность более глубоко оценить креативные возможности региона, чем простой показатель наличия креативного класса, так как отражает совокупные последствия концентрации креативного класса и инновационных экономических результатов его деятельности. Регионы с высокими показателями индекса креативности Р. Флорида назвал креативными центрами [7]. Для максимально успешного развития предприятия, города, региона страны должны привлекать творческих специалистов и создавать благоприятные условия для всех аспектов их жизни. Основные характеристики среды, которые необходимы для достижения этих целей, Р. Флорида выражает в концепции «трех Т» экономического развития: технология, талант, толерантность. Только наличие всех трех составляющих может привлечь творческих людей, генерировать новаторство и стимулировать экономический рост (рис. 1).

В современный период креативный класс – это достаточно массовый класс – 10–20% от всего населения, его представители – люди энергичные, творческие, они способны создавать локальные «очаги развития», не нуждаются в жесткой иерархии и управленческой «вертикали». Креативный класс стремится к самоуправлению, самоорганизации и саморазвитию. Представители креативного класса напоминают представителей экономической теории Й. Шумпетера, которые обладают предпринимательской способностью – они ориентированы не на линейный экономический рост, а на инновации и экономическое развитие [6]. Часть представителей креативного класса пре-

деляют как «модернизационный класс», «инновационный класс», «поколение модернизации» и т. п. При достижении критической массы и в случае построения механизма солидаризации интересов, креативный класс способен стать реальным субъектом развития страны. Но продуктивное функционирование и развитие креативного класса в России возможно только при наличии свободного социального и культурного пространства. Там где нет свободы – поли-

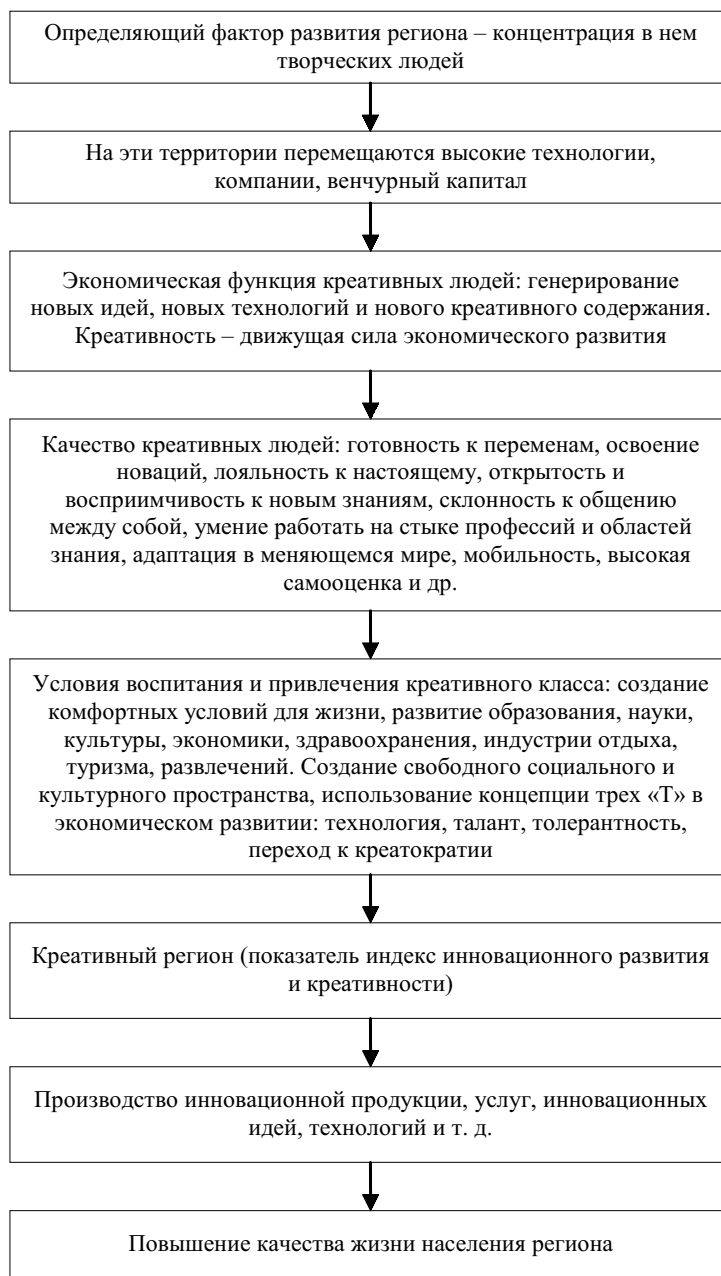


Рисунок 1. Развитие Оренбургской области как креативного региона

тической, экономической, творческой, духовной и свободы самовыражения, – там креативный класс маргинализируется, начинается отток его представителей из региона, из страны. В этих условиях инновационная модернизация невозможна. Практика показывает, что при авторитарном политическом режиме возможна лишь догоняющая модернизация (СССР времен Сталина, гитлеровская Германия, современный Китай). Политический режим в современной России часто определяют как синтез милитократии и «петрократии», подразумевая, что верхняя часть властной пирамиды занята выходцами из силовых ведомств и что основное ресурсное обеспечение власти происходит за счет ренты, получаемой от энергоносителей. Однако условия социально-экономического развития в современном мире требуют перехода в сторону креатократии. Государство в этом случае должно стать государством нового типа – социальным партнером. Креативный регион, креативное государство поставляют на рынок не только природные ресурсы и энергоносители, а прежде всего идеи и интеллектуальную продукцию. Это предполагает отказ от модели, в которой властная корпорация является единственным субъектом выработки, принятия и исполнения решений, что позволит открыть широкую перспективу для развития субъектности различных общественных групп. Формирование креативного класса – это новая стратегия борьбы за величие России в мире, за процветание отдельно взятых регионов России внутри России, что будет способствовать величию страны в целом [3]. Все это может быть достигнуто на основе сотрудничества, солидарности и синергии граждан, общественных организаций, креативного класса, бизнеса и государства. В нем растет интеллектуальная составляющая. Значимость креативного класса для России обусловлена в том числе и сокращением численности населения страны. Такой неблагоприятной тенденции можно противопоставлять значительное повышение качества человеческого потенциала. Во всех этих процессах наряду с объективными условиями жизни важную роль играет образование. Для развитых стран в XXI в. будут характерны такие процессы, как приближение к модели почти полного охвата молодежи высшим образованием, ростом численности и удельного веса специалистов и особенно ученых. Рабочие, занятые физи-

ческим трудом, будут составлять не более 10%. Уже сейчас человеческий капитал в общей структуре совокупного капитала стран Западной Европы и Японии составляет около 70% [4]. В этой связи перед Россией и ее регионами стоит задача удержания массового оттока рабочей силы и воспитания креативного и талантливое молодого поколения. Но чтобы добиться успеха, России и регионам важно научиться использовать глобальные потоки таланта. Городам и регионам необходимо обрести статус городов и регионов мирового класса, которые смогут быть притягательными для квалифицированных профессионалов из-за рубежа и удержания местных талантов от поиска более креативного климата. По оценкам Р. Флориды, сейчас в России 13 млн представителей креативного класса, что способствует второму после США месту в рейтинге абсолютного числа креативных профессионалов. Однако по доле в общей рабочей силе Россия находится лишь на 16-м месте, а по разработанному Р. Флоридой агрегированному показателю – мировому индексу креативности – уже на 25-м. Креативный класс показывает, как некоторые американские города прошли через такую трансформацию. Удачным оказался опыт тех городов, которые создали благоприятные условия для креативности в деловой и общественной жизни [7].

Почти одновременно с книгой Р. Флориды вышла в свет книга английского исследователя Ч. Лэндри «Креативный город». Эти авторы считают, что развитие креативного класса имеет непреходящее значение для социально-экономического развития городов и регионов. В Европе одной из возрождающихся культурных столиц становится Берлин, что связано с политикой региона, направленной на поддержание свободы творчества, развития культуры и т. д. Город Бремен сегодня позиционирует себя как город науки, как культурную столицу и как центр сосредоточения компьютерных фирм и технологий. Данные действия отвечают требованиям концепции Ч. Лэндри о трансформации экономических отношений и роли регионов, в которых развитие знаний и творческого потенциала территорий становится для регионов не только элементом политики, но и фактором выживания и развития. В публикациях западных экономистов отмечается, что в XXI в. креативный класс будет занимать важное место в раз-

витии региональной экономики. Основой мировой экономики станет не империя, не сверхдержава, а регион. Следующее изменение в экономике – переход от конкуренции фирм за рынки сбыта к конкуренции городов за творческих профессионалов. Они становятся главным ресурсом постиндустриальной эпохи [2]. В исследованиях отражено изменение роли культуры. Если раньше она являлась сугубо духовным фактором, то сегодня она становится фактором экономическим. Если раньше культура рассматривалась как затратная сфера, то теперь она становится ресурсом развития региона. Создание в городах и регионах креативного сообщества содействует укреплению человеческого потенциала, росту культурной и туристической привлекательности территорий, развитию инфраструктуры, привлечению в регион предприятий и предпринимателей и инвестиций. Исследования убедительно доказывают, что чаще всего технологии, компании и даже венчурный капитал перемещаются в места с наибольшей концентрацией талантливых и креативных людей. Задачей власти и бизнеса в этих условиях является умелое использование креативных ресурсов, разработка и реализация особых программ в отношении региональной интеллигенции, позволяющих представить ее как особый, действенный и влияющий на региональную экономику класс.

Используем методику расчета сводного индекса инновационного развития и креативности Оренбургской области и других регионов России, предложенную Р. Флоридой. Как мы указывали ранее в соответствии с этой методикой сводный индекс инновационного развития и креативности образуется из трех индексов: таланта, технологий, толерантности. Первые два индекса не вызывают вопросов как основа для оценки творческого потенциала региональных сообществ. А использование третьего требует пояснений. Раскрепощение творческих возможностей человека возможно только в определенной среде. Ее главной характеристикой является разнообразие духовной жизни – религиозной, идеологической, общественной, творческой. Но это культурное разнообразие не возникает само собой. Оно может быть итогом мирного сосуществования людей с разными религиозными, интеллектуальными и идеологическими представлениями. Возможность мирного,

бесконфликтного совместного проживания обеспечивается терпимостью местного сообщества ко всем проявлениям интеллектуального инакомыслия, культурной и демографической экстравагантности. Поэтому толерантные городские и региональные сообщества, с одной стороны, оказываются притягательными для творческих людей, а с другой – сами обладают способностями к восприятию нового знания и интеллектуальному развитию. Сводный индекс таланта является средним арифметическим индексов креативного класса, человеческого капитала и научного таланта. По расчетам Флориды Р., креативный класс в России составляет 21,1%. В расчетах по регионам России использовался показатель «число постановщиков задач на 1000 жителей». Регионы-лидеры по индексу креативного класса: Москва, Санкт-Петербург, Московская, Томская, Нижегородская, Новосибирская, Калужская, Самарская области, Чукотский АО и др. Они имеют диверсифицированную структуру экономики с высоким уровнем развития сектора услуг. В них сосредоточена значительная часть представителей креативного класса. В соответствии с методикой Р. Флориды индекс человеческого капитала рассчитывался как доля занятых, имеющих высшее образование. Индекс научного таланта оценивался как число исследователей (ученых) на 1 млн жителей. Из общей численности персонала, занятого исследованиями и разработками, были исключены техники, вспомогательный персонал и прочие занятые [6].

По индексу человеческого капитала и научного таланта лидерами являются Москва, Санкт-Петербург, Московская, Нижегородская, Новосибирская, Калужская, Томская области (индексы выше среднего по Российской Федерации). Регионы-лидеры имеют развитые университеты и научные школы. Хабаровский край и Самарская область при высокой доле «постановщиков задач» и специалистов с высшим образованием отстают по доле ученых в общей численности населения. В числе аутсайдеров наряду с экономически слабыми республиками Ингушетией, Тывой, Дагестаном и Курганской областью находятся стабильно развивающиеся Оренбургская, Вологодская, Архангельская области за счет сравнительно малой доли лиц с высшим образованием и ученых в общей численности населения. Сводный индекс техноло-

гий является средним арифметическим индексом затрат на изобретения и инновационной деятельности. Индекс затрат на изобретения рассчитывается как доля расходов на НИОКР в валовом региональном продукте. Этот показатель является общепринятым для измерения наукоемкости национальных экономик и используется в международных сравнениях, проводимых ООН и Евросоюзом. Индекс инновационной деятельности рассчитывается по числу патентов на изобретения, выданным на 1 млн жителей региона. В индексе таланта качество человеческих ресурсов оценивается по уровню образования. Но образованность сама по себе без энергии еще ничего не гарантирует. Необходимо оценивать качество человеческих ресурсов по уровню не только образования, но и энергии, то есть интеллектуальных усилий в области инновационной, предпринимательской деятельности. Поэтому для адекватной оценки качества человеческих ресурсов в регионе так важен индекс инновационной деятельности.

По сводному технологическому индексу было выявлено 12 регионов-лидеров. Первое место принадлежит Нижегородской области, оно обеспечивается высоким уровнем бюджетных расходов на науку (4,91% от ВРП), что в 2 раза выше, чем в Москве (2,47% от ВРП). В пятерке лидеров Ульяновская область (3,11% от ВРП при среднем по России показателе 1,35%). Пермский край и Томская область лидируют за счет того, что число выданных патентов на 1 млн жителей в 2 раза превышает среднее значение по России. Ростовская, Пензенская и Владимирская области занимают высокий ранг благодаря более значительным, чем в среднем по России, инвестициям в науку. Отставание Оренбургской области объясняется минимальными инвестициями в науку (менее 0,4% от ВРП) в сочетании с недостаточной патентной активностью.

Индекс толерантности в методике Р. Флориды интегрирует 2 показателя: индекс ценностей и индекс самовыражения. Индекс ценностей отражает степень противостояния между традиционным и современным обществами, готовность сообщества воспринимать новые идеи; индекс самовыражения отражает качество жизни, демократичность общества, терпимость к мигрантам, национальным меньшинствам и т. д. Мониторинг этих показателей в региональном раз-

резе в России не ведется. Поэтому применялся индекс этнического разнообразия, рассчитанный как индекс Герфиндаля по формуле:

$$InGer = \sum a_i^2,$$

где  $a_i$  – доля каждой национальности в общей структуре населения. Проверялась гипотеза, что увеличение этнического разнообразия, возможность межэтнических браков, интенсивное повседневное взаимодействие представителей разных национальностей приводят к большей толерантности региональных сообществ и опосредованно способствуют повышению уровня креативности регионов. Природа толерантности в исторически русских областях и в национальных республиках принципиально различна. В первом случае повышенное этническое разнообразие коррелирует с терпимостью к другим национальностям. Здесь для измерения уровня толерантности может быть использован индекс Герфиндаля. Но наиболее многонациональные регионы (Северный Кавказ) нельзя назвать самыми толерантными. Для выявления степени их толерантности необходимо искать другие критерии. Один из возможных – степень открытости региональных сообществ для приезжающих. Для ее оценки можно использовать такой показатель как число внешних мигрантов (из других регионов страны и из-за рубежа), то есть отношение абсолютного числа их прибытий, отнесенное к численности жителей. Но такой информации в статсборниках не имеется. Поэтому можно использовать относительный показатель – «доля внешней миграции в общем прибытии». Высокий уровень толерантности характерен для северных и приграничных регионов, многонациональных областей. По индексу толерантности лидируют Тюменская, Магаданская, Калининградская, Мурманская, Ленинградская, Камчатская области. Индекс толерантности Оренбургской области составляет 0,45%. Сводный индекс инновационного развития и креативности России равен 0,39. В группе лидеров столичные агломерации, центральные города, крупные университетские, научно-образовательные центры страны. Индекс инновационного развития и креативности Оренбургской области равен 0,25 (Москва – 0,85, Санкт-Петербург – 0,75, Московская область – 0,6, Томская область – 0,55), то есть Оренбургская область относится к регионам с

низкими показателями креативности. В этих условиях требуются совместные усилия государства, бизнеса и институтов гражданского общества, творческая энергия регионального сообщества, чтобы преодолеть инерционность

развития, внедряя инновации, привлекая творческих людей в регион, развивая науку и образование. На рис. 1 представлено развитие Оренбургской области как креативного региона.

26.11.2012

**Список литературы:**

1. Вернадский, В. И. Избранные труды по истории науки. – М.: Наука, 1981. – 357с.
2. Лэндри, Р. Креативный город. – М., «Классика XXI», 2005. – С. 15.
3. Окара, А. Креативный класс как партнер государства // Независимая газета. – 2009. – № 9 (102). – 22 декабря. – С. 12.
4. Пикалов А., Колесникова О. Оценка творческого потенциала Российских региональных сообществ // Вопросы экономики. – 2008. – № 9. – С. 54–55.
5. Регионы России, 2006. Стат. сборник / Росстат. – М., 2007. – С. 348, 356.
6. Тетерин, Н. И. Модель инновационного развития аграрно-индустриального региона: проблемы теории и практики. – Саратов: Издат. Центр с ГСЭУ, 2010. – С. 89.
7. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М., «Классика XXI», 2007. – С. 23–24.
8. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. – М., 1982. – С. 86.

## Сведения об авторах:

**Масленникова Анастасия Юрьевна**, преподаватель кафедры экономической теории Уральского института (филиала) ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»  
620219, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66

**Лапаев Сергей Петрович**, доцент кафедры национальной экономики Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук  
460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 6404, тел. (3532) 372447, e-mail: nek@mail.osu.ru

**UDC 001:331.102.312(470.56)****Maslennikova A. Yu., Lapaev S. P.**

E-mail: nek@mail.osu.ru

**A HIGH LEVEL OF CREATIVITY AS A DETERMINANT OF INNOVATION DEVELOPMENT OF THE REGION**

The article describes characteristics of the creative class, and its formation factors, characteristics, parameters and conditions of development of the Orenburg region as a creative region

Key words: creative class, creativity, innovation economy, creative, creative city, creative metrics

## Bibliography:

1. Vernadsky, V. I. selected works on the history of science. – Moscow: Nauka, 1981. – 357 p.
2. Landry, R. Creative city. – М., «classics of XXI», 2005. – P. 15.
3. Okara, A. Creative class as a partner State // Nezavisimaya Gazeta. – 2009. – № 9 (102). – 22 December. – P. 12.
4. Pikalov A., Kolesnikova O. Score creative potential of Russian regional communities // Questions of Economics. – 2008. – № 9. – P. 54–55.
5. Regions of Russia, 2006. Stat. collection / Rosstat. – М., 2007. – P. 348, 356.
6. Teterin, N. I. Model innovative development of agro-industrial region: problems of theory and practice. – Saratov: Publisher. Center with GSEU, 2010. – P. 89.
7. Florida, R. Creative class: people who are changing the future. – М., «classics of XXI», 2007. – P. 23–24.
8. Schumpeter, J. Theory of economic development. – М., 1982. – P. 86.