

Расщепко Елена Сергеевна, докторант
УО «Алматы Менеджмент Университет»
Алматы, Республика Казахстан

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: СУЩНОСТЬ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы сущности сферы креативных индустрий, а также основные характеристики современного состояния этой сферы. Раскрываются понятия новой эпохи в развитии человечества – эпохи Творчества, суть которой заключается в том, что творческий фактор и прежде всего креативный (творческий) потенциал человека становится главной производительной силой общества. На фундаменте преобладания творчества во всех сферах жизнедеятельности общества возникают креативная экономика и креативные индустрии. Раскрыта сущность этих категорий и показаны различия между ними. Креативные индустрии являются сущностным ядром креативной экономики, в то время как понятие креативная экономика шире и охватывает в целом все социально-экономические аспекты эпохи Творчества.

Показаны основные характеристики сферы креативных индустрий и современное состояние.

Ключевые слова: креативность, творчество, креативная экономика, креативные индустрии, эпоха творчества,

Последние десятилетия своего развития человечество переживает стадию перехода в совершенно новое качество, связанное с приоритетом фактора творчества во всем. Происходит переход человечества в новую эпоху развития, которое ученые уже назвали *Эпохой Творчества*. Сущность этой новой эпохи в истории развития человечества в настоящий момент только начинает подвергаться глубокому анализу, и ученый мир предпринимает активные попытки на научной основе осмыслить происходящие процессы, понять главные направления, по которому пошло движение человечества.

В то же время можно утверждать, что уже на данном этапе исследователями достигнуто определенное понимание происходящих революционных изменений, которые касаются и самого характера, и содержания труда в современных условиях, и экономического, социального, культурного и даже духовного развития человечества. Сущность новых явлений заключается в том, что сегодня на первый план выдвигается именно творческое или как принято сейчас говорить креативное начало в деятельности человека, причем это касается всех областей жизнедеятельности человеческого сообщества. Креативный потенциал человека начинает играть ни больше, ни меньше роль главной производительной силы общества.

В информационном обществе базовым, конструирующим элементом экономического успеха является владение информацией и эффективное опережающее использование его в экономических интересах компании или страны в целом. В условиях же творческой эпохи фундаментальная роль принадлежит именно творческим (креативным) людям и эффективному использованию их творческого потенциала для получения решающего конкурентного преимущества. Опять же такое положение вещей в современных условиях относится ко всем областям жизнедеятельности человечества и более конкретно ко всем отраслям экономики.

Известный японский аналитический центр Институт Номура (Nomura Research Institute – NRI), созданный в 1965 году, сделал прямое заключение, что человечество уже вступило в Эпоху Творчества [1].

Согласно классификации этого института можно выделить четыре эпохи в развитии экономики:

«1. Сельскохозяйственная эпоха – войны шли за территории.»

2. Индустриальная эпоха – войны шли за ресурсы и рынки сбыта. Успешность связана с тем, насколько ты близок к ресурсам.

3. Информационная эпоха – в ней мы все прожили в конце 20-го века. Основополагающий принцип этой эпохи выражался фразой «Кто владеет информацией – владеет миром». Успешен тот, кто найдет и с большей выгодой использует информацию.

4. Эпоха творчества. Мир начал меняться с конца 70-х прошлого века. А с самого начала XXI века это осознали все: беспрецедентное сокращение жизненного цикла продуктов; глобализация; потеря единых ценностных ориентиров; исчезновение понятных законов управления; терроризм, как глобальная угроза и т.д., и т.п. Всё это признаки того, что в мире сформировалась новая эпоха. Эпоха, где важнее не информация, а люди, способные её создавать заново или с нуля. Сегодня успешны компании, которые не столько занимаются стратегическим планированием, сколько позволяют своим сотрудникам самореализовываться. Талантливый сотрудник получает карт-бланш, и предлагает свой новый и уникальный продукт. Именно такие продукты обладают самой высокой добавочной стоимостью. Успех определяется количеством талантливых людей, которыми менеджер может эффективно управлять» [2].

Второй пункт, который обозначает движение научной мысли сегодня в этой области, заключается в выделении в отдельный комплекс так называемых компаний сферы креативных индустрий. Все вышеуказанные характеристики новой Эпохи Творчества, в которую сейчас вступило человечество, являются базовыми фундаментальными составляющими новой экономики, которая сейчас получила название «креативная экономика». Понятие креативная экономика, на наш взгляд, несомненно, шире, чем понятие креативные индустрии и включает в себя в целом все социально-экономические аспекты Эпохи Творчества: – само понятие творчества (креативности) творческого потенциала человека; – взаимоотношения между людьми в процессе раскрытия креативного потенциала человека; – вопросы превращения креативности человека в главную производительную силу общества; – вопросы

определения взаимосвязи креативности людей, трудовых коллективов, отраслей экономики с одной стороны и экономического развития страны с другой стороны.

Как пишет казахстанский исследователь рассматриваемого вопроса Ф.Альжанова: «На поверхности связь между креативностью и социально-экономическим развитием, и экономическим ростом не столь очевидна. Однако, креативная экономика – это не просто набор креативных индустрий. Ее развитие определило качественные сдвиги в современном обществе, новое понимание ценностей экономического роста, новое качество рынка, изменения в отношениях собственности, труда и капитала» [3, с.2].

Российские авторы, в частности д-ра эконом. наук А.А.Степанов и М.В.Савин следующим образом определяют креативную экономику: «Под креативной экономикой мы понимаем совокупность специфических социально-экономических отношений, возникающих по поводу производства, распределения, обмена и потребления, основанных на нестандартных, нетрадиционных, не копируемых идеях, концепциях, стратегиях, мероприятиях, обеспечивающих эффективное решение социально-экономических проблем на основе новых знаний, принципиально качественно новых решений» [4, с.271].

Креативные же индустрии являются неотъемлемой составной частью креативной экономики и составляют существенное ядро современной креативной экономики. Английские исследователи определяют креативные индустрии как «... деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [5]. Так R.Caves (2000) выделил семь основных свойств, которые отличают креативные индустрии от активности в других сферах экономики: неопределенность спроса на творческий продукт, отношение к деятельности как к искусству; необходимость реализации разнообразных навыков при производстве продукта; бесконечное разнообразие продуктов; ранжирование и оплата создателей по способностям, «время не имеет существенного значения», «искусство вечно»: продукты долговечны и приносят постоянную прибыль [6].

По мнению Е. В. Зеленцовой (2008), креативные индустрии представляют собой синтетическое явление, тесно связывающее культуру, экономику и социальную политику, а также интегрирующее теоретические исследования ученых, творческий поиск художников и коммерческие усилия бизнесменов [7]. Креативные индустрии включают в себя различные виды экономической деятельности, связанные с генерированием или использованием знаний и информации.

К сфере креативных индустрий принято сейчас относить такие отрасли как реклама, дизайн, мода, архитектура, кино, музыка, театр, исполнительское искусство, издательское дело, видеоигры, телевидение, радио, научные исследования, интернет-технологии, производство программного обеспечения.

В таблице 1 показаны сформировавшиеся на сегодняшний день в мировой науке общепринятые классификации креативных индустрий.

Таблица 1. Классификация творческих индустрий

Модель Великобритании DCMS)	Символическая текстовая модель	Модель концентрических кругов	Модель охраны авторских прав (WIPO)
<ul style="list-style-type: none"> • Реклама • Архитектура • Искусство и антиквариат • Ремесло • Дизайн • Мода • Кино и видео • Музыка • Представления • Издательская деятельность • Software • TV и радио • Видео и компьютерные игры 	Ядро культурных индустрий: <ul style="list-style-type: none"> • Реклама • Кино • Интернет • Музыка • Издательская деятельность • TV и радио • Видео и компьютерные игры Периферия культурных индустрий: <ul style="list-style-type: none"> • Креативное искусство Пограничные культурные индустрии: <ul style="list-style-type: none"> • Бытовая электроника • Мода • Software • Спорт 	Ядро креативных индустрий: <ul style="list-style-type: none"> • Литература • Музыка • Представления • Визуальное искусство Другие индустрии ядра креативных индустрий: <ul style="list-style-type: none"> • Кино • Музеи и библиотеки Культурные индустрии в «широком смысле»: <ul style="list-style-type: none"> • Культурное наследие • Издательская деятельность • Звукозапись • TV и радио • Видео и компьютерные игры Связанные индустрии: <ul style="list-style-type: none"> • Реклама • Архитектура • Дизайн • Мода 	Ядро индустрий, охраняемых авторским правом: <ul style="list-style-type: none"> • Реклама • Управление коллекциями • Кино, видео, музыка • Театр и опера • Пресса и литература • Software и базы данных • TV и радио • Фотография • Визуальное и графическое искусство Взаимозависимые индустрии: <ul style="list-style-type: none"> • Чистые материалы для записи • Бытовая электроника • Музыкальные инструменты • Бумага • Копировальное оборудование, фотографическое оборудование • Производство и продажа TV • Радио и рекордеры • Компьютеры и оборудование • Инструменты кинематографии Частично охраняемые авторским правом индустрии: <ul style="list-style-type: none"> • Архитектура; Одежда, обувь; Дизайн и мода; Товары для дома; Игрушки

Источник: [8]

Международные организации сейчас также имеют свои принятые классификации сферы креативных индустрий. В первую очередь необходимо отметить подход ЮНКТАД (конференции ООН по торговле и развитию), согласно которой к креативным индустриям относятся те сектора экономики, где пересекаются искусства, культура, бизнес и технология. ЮНКТАД принята такая классификация, когда креативные индустрии делятся на четыре крупные группы отраслей: наследие, искусство, медиа и функциональный креатив (рисунок 1).



Источник: [9]

Рисунок 1. Содержание креативных индустрий

Сфера креативных индустрий в современных условиях превратилась в ключевой сектор инновационной экономики ведущих стран мира. «Сегодня креативная экономика – один из наиболее динамичных секторов мировой торговли товарами и услугами, чей ежегодный прирост с начала 2000-х годов составлял в среднем 8,7 %» [10]. Вклад отраслей сферы креативных индустрий в общий экономический рост в целом мировой экономики становится с каждым годом все выше. По данным европейских исследователей данного вопроса «В настоящее время на долю креативных отраслей приходится 7% глобального ВВП. Ежегодный рост экономики в странах OECD колеблется от 5 до 20%. Как видно из результатов исследований, проведенных по поручению Европейской комиссии в 2006 г., вклад креативного сектора экономики в ВВП стран ЕС в 2003 г. составил 2,6%. Для сравнения: сфера недвижимости – 2,1%, производство продуктов питания, напитков и табачных изделий – 2,1%, химическая и резиновая промышленность, включая производство пластмассовых изделий, – 2,3%. В 1999–2003 гг. темпы роста четвертичного сектора экономики более чем на 12% опережали среднегодовые темпы роста экономики ЕС (The Economy of Culture in Europe, 2006)» [11]. В таблице 2 приводятся данные о доходах мировой креативной индустрии.

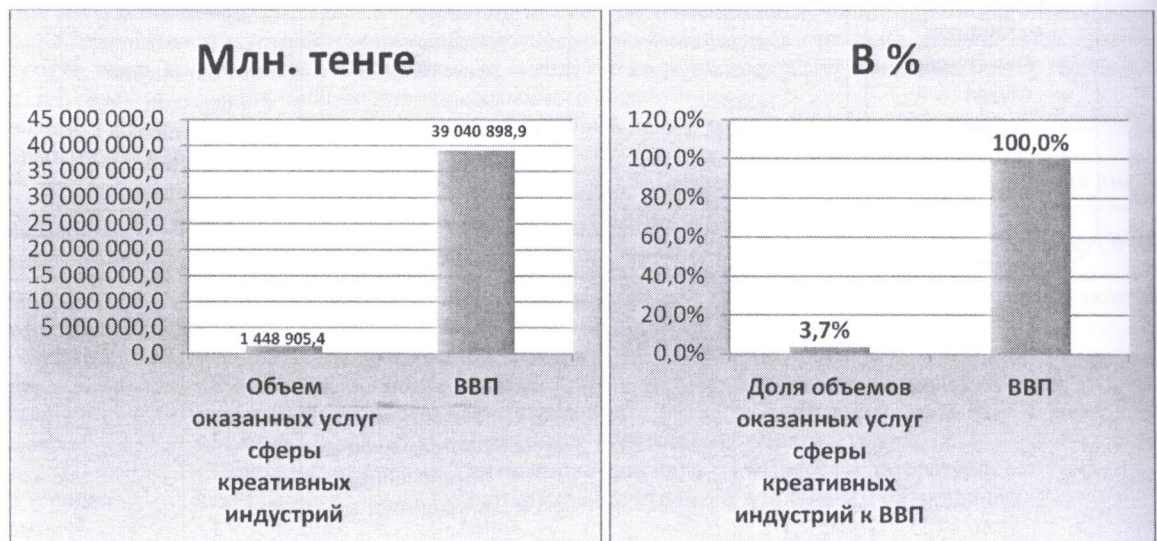
Таблица 2. Доходы мировой креативной индустрии, млрд. долл. США

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Музыка, театр	970	995	1 028	1 043
Кино, телевидение, радио	3 580	3 695	4 701	3 012
Реклама/маркетинг	807	848	911	962
Разработка программного обеспечения, интерактивный контент	10 970	11 901	12 840	13 627
Печатные СМИ, издательства	5 713	6 176	6 523	6 743
Архитектура, дизайн	2 915	3 189	3 493	3 735

Источник: [12]

Как видно из приведенных выше данных, отрасли сферы креативных индустрий в последние годы развиваются высокими темпами, и неуклонно растет их роль в целом в мировой экономике.

В Казахстане на данный момент отрасли сферы креативных индустрий не получили пока еще должного своего развития. В рейтинге глобальной креативности в 2015 году Казахстан занял 84-е место, для сравнения пропустив вперед себя такие страны как Россия (38-е место), Беларусь (37-е место), Украина (45-е место) и Монголия (81-е место) [13]. Вклад отраслей сферы креативных индустрий в ВВП страны, пока еще не значительный о чем говорят данные рисунка 2, согласно которым доля общего объема оказанных услуг креативных индустрий к ВВП в 2014 году составила всего лишь 3,7%.



Источник: Составлено автором по данным [14]

Рисунок 2. Отношение общего объема оказанных услуг сферы креативных индустрий к ВВП страны в РК в 2014 гг.

При этом, необходимо отметить, что у нашей страны есть большие потенциальные возможности для обеспечения развития отраслей сферы креативных индустрий. К этому в значительной степени готовы такие крупные города как Алматы, Астана, Караганда, Шымкент. Инфраструктура этих городов уже в настоящее время достаточно серьезно насыщена компаниями сферы креативных индустрий.

Самое главное – экономический успех и процветание сферы креативных индустрий послужат основой для перехода нашей страны в новое качество и присоединения к группе ведущих стран, определяющих главные направления социально-экономического, научно-технического и культурного прогресса человечества.

Источники:

1. The Science of Creativity // Management Development Review. – 1997. – Vol. 10. Num. 6. – С. 203–204
2. Новая экономика. Управление творчеством. – Электронный ресурс, адрес в Интернете URL: <http://integra-ural.com/2010/новая-экономика-управление-творчест/> (дата обращения 27.06.2015)

3. Альжанова Ф. Креативная экономика: теоретическая концепция и ее практическое применение. – Казахский экономический вестник. – 2012. – № 4 – С.2
4. Мельников О.Н., Ларионов В.Г., Ганькин Н.А. Единство и противоречие понятий «креативная экономика» и «творческие индустрии» // Креативная экономика. – 2015. – Т. 9. – № 3. – с. 265-278. – Электронный ресурс, адрес в Интернете URL: <http://www.creativeconomy.ru/journals/index.php/ce/article/view/164/> (Дата обращения 30.10.2015)
5. Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Programme. Creative Industries Mapping Document. London, 2001.
6. Caves R. E. Creative industries: contracts between art and commerce/ R. Caves. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 2000 – 454 p.
7. Зеленцова Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта: дис ... канд. культурол: 24.00.01 / Е. В. Зеленцова М., 2008, – 153 с.
8. Белокрылова О.С., Дубская Е.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России – Terre Economicus, 20013, Том 11, №4, Часть 2, С.7
9. Каменских М.А. Значение креативной экономики в стратегическом развитии России / Инновации и инвестиции. – Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2013. – № 6. – С.48
10. Петренко И.А. Креативная экономика: зарубежный и российский опыт // Сборник научных трудов SWORLD. – 2014. т. 27. № 4. – с. 21-27. – Электронный ресурс, адрес в Интернете URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22804832> (Дата обращения: 30.10.2015)
11. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы // Журнал новой экономической ассоциации. 2010. № 5. С. 109–125. – С.111
12. Cinemotion – www.cinemotion.ru – № 37, С. 9. – Электронный ресурс, адрес в Интернете URL:http://www.cinemotionlab.com/content/pdf/CINEMOTION_37_12_small.pdf (Дата обращения: 13.09.2015)
13. THE GLOBAL CREATIVITY INDEX 2015 – Richard FloridaCharlotta MellanderKaren King – Электронный ресурс, адрес в интернете URL: <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf> (Дата обращения: 21.09.2015)
14. Официальный сайт Комитета по статистике Министерства Национальной Экономики РК – Электронный ресурс, адрес в Интернете URL: http://www.stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersServices (Дата посещения: 15.08.2015)