

Развитие креативных индустрий как приоритет модернизации Казахстана

Введение

Новый этап модернизации в Казахстане тесно связан с духовной модернизацией, которой отводится роль консолидирующего ядра политической и экономической модернизации. Главным условием модернизации нового типа выступает сохранение своей культуры, собственного национального кода [1]. Эти задачи в Казахстане сегодня реализуются в рамках программы «Рухани жаңғыру».

Креативные индустрии рассматриваются как одно из перспективных направлений диверсификации экономики и перехода от экономики сырьевого типа к постиндустриальной.

В современном мире культура и креативность выступают важными факторами экономического роста и глобальной конкурентоспособности, которые выделились в экономике в отдельный сектор креативных индустрий, объединяющих искусство и культуру, наследие и ремесла; издательскую деятельность, киноиндустрию, медиа, моду, дизайн, архитектуру, новый цифровой контент, программные услуги.

Основная часть

Взаимосвязь культуры и экономического роста

В современных исследованиях креативных индустрий существует множество методологических подходов, моделей структурирования, измерения креа-

тивных индустрий, оценки их влияния на экономическое развитие.

Отправной точкой методологии Д. Тросби является понятие ценности в экономическом и культурном аспектах. Дэвид Тросби считает, что ценность – это источник и мотивация экономического поведения. Это понятие может применяться и к культурным товарам и услугам. Ценность в культурной сфере отличается от ее происхождения в экономике.

Культурную ценность формируют такие компоненты как аутентичная ценность, духовная ценность, социальная ценность, историческая ценность, символическая ценность, ценность подлинности [2, с.51].

В качестве феномена, объединяющего культуру и экономику, Д.Тросби рассматривает культурный капитал, который существует в форме материальных запасов и нематериальных активов.

Д. Тросби рассматривает культуру как важный фактор экономического развития и прогресса, который проявляется в трех направлениях:

- воздействует на экономическую эффективность через поддержку общих культурных ценностей, которые определяют способы принятия решений, адаптацию к переменам;
- воздействует на устойчивость через справедливость распределения ресурсов общества, в том числе по отношению к будущим поколениям;
- на экономические и социальные цели общества, что проявляется в кор-

поративной культуре, социальной ответственности, соотношении материальных и нематериальных целей.

Методология исследования

В данной статье в основу анализа положена методология исследования и модель креативных индустрий Д.Тросби, (рисунок 1).



Рисунок 1 – Концентрическая модель креативных индустрий Д.Тросби

Примечание – Составлено по источнику [3].

Ядро или центр круга – традиционные отрасли арт-индустрии (музыка, танец, театр, литература, изобразительные искусства, ремесла) и новые формы культурных практик (видео-арт, мультимедиа, компьютерное искусство),

Второй круг – культурные индустрии, продукция которых считается культурным товаром, но они производятся наравне с товарами, не имеющими отношения к культуре. Это книгоиздание, издание журналов, телевидение, радио, газеты, фильмы, звукозапись, видео и компьютерные игры, культурное наследие, музеи, библиотеки.

Третий круг – индустрии вне культурной сферы, но имеющие культурное содержание в широком определении – это реклама, туризм, проектирование, дизайн, архитектурные услуги, мода.

Четвертый круг – другие отрасли экономики, которые связаны креативными индустриями (торговля правами, культурными товарами (произведениями на CD, музыкальными инструментами и др.).

Мы используем доступные статистические данные Комитета по статистике РК для оценки существующих видов креативных индустрий в Казахстане. В качестве основы используется

классификация Д.Тросби, учитывая доступность данных, для анализа креативных индустрий Казахстана некоторые индустрии были исключены из модели: литература, мода, видео-арт, мультимедиа, компьютерное искусство, и компьютерные игры.

Далее, в соответствии с этой группировкой, рассматривается динамика развития креативного сектора Республики Казахстан. В качестве основных показателей развития данных индустрий были использованы данные по количеству объектов культуры и творчества также объем предоставленных услуг в данных секторах экономики.

Мировой рынок креативных индустрий

Мировой объем рынка культурных и креативных индустрий составляет более 2,25 трлн долл. США или 3% мирового ВВП. В секторе креативных индустрий занято 29,5 млн. чел или 1% активного населения мира. Это больше, чем занято в автомобильной промышленности Европы, США, Японии вместе взятых (25 млн. чел). Креативные индустрии становятся драйвером цифровой экономики. Их вклад в глобальные «цифровые» продажи составил 200 млрд. долл. США. Общий объем продаж цифровых устройств достиг 530 млрд долл. США, продажи цифрового культурного контента В2С – 66 млрд долл. США, доходы от интернет-медиа – 21,7 млрд долл. США. [4]

По данным отчета Artprice и Art Market Monitor of Arton (АММА), за последнее десятилетие мировой рынок искусства вырос на 212%, а арт-рынок утверждается в качестве альтернативного объекта для инвестиций. Обороты арт-аукционов в Европе и США достигли 11,2 млрд. долл.

Крупнейшим рынком креативных индустрий стал Азиатско-Тихоокеанский регион, генерируя 33% мирового дохода креативных индустрий и 43% от общих рабочих мест сектора креативных

индустрий. В регионе представлена самая большая потребительская база и ряд мировых лидеров индустрии. Например, японская газета Yomiuri Shimbun, самая продаваемая в мире газета, печатает 10 миллионов копий в день. Индийская книжная индустрия стала 10-м по величине книжным рынком. [5].

В последние годы в мире искусства наблюдается смещение сил с Запада на Восток. Арт-рынок Китая и Индии благодаря стремительному росту продаж, большому художественному и потребительскому потенциалу стали важнейшими центрами современного искусства. В 2015 году по объемам открытых продаж рынок Китая уступил место только американскому рынку, хотя 20 лет назад не существовало инфраструктуры арт-рынка: аукционных домов, спроса на антиквариат и предметы искусства [5].

Индустрия туризма является крупным и динамичным сегментом мировой экономики, сформировавшимся в тесной связи культурными и креативными индустриями. Прямо и косвенно туризм обеспечивает около 9-10% мирового ВВП и демонстрирует ежегодный рост на 5% К 2020 году около 30% рынка мирового туризма обеспечат страны Азии, а количество туристов в мире превысит 1,8 млрд. человек. [6].

Развитие креативных индустрий в Казахстане

Ядро креативных индустрий Казахстана – арт-индустрия (музыка, танец, театр, литература, изобразительное искусство, ремесла, видео-арт, мультимедиа, компьютерное искусство).

Основные виды искусства, составляющие ядро модели, несут в себе исторические, этнические и эстетические, социальные особенности каждой страны. (таблица 1)

Таблица 1 – Динамика развития культурных индустрий и услуг в Казахстане

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Услуги, предоставляемые авторами, композиторами, скульпторами, млн. тенге	924,1	578,5	1096,9	2187,7	1749,9
Объем предоставленных услуг артистами-исполнителями, млн. тенге	2611,5	3808,7	2386,4	7957,0	9655,0
Оригинальные работы живописцев, графических художников и скульпторов, млн. тенге	255,2	37,7	71,6	72,7	190,3
Услуги по фотографированию и видеосъемки событий, млн. тенге	282,6	721,0	346,0	914,9	179,9
Примечание – Составлено по данным [7].					

Развитие казахстанского арт-рынка началось в 90-е годы, с обретением независимости. Тогда же появились первые частные галереи как «Тенгри-Умай» и «ARK», которые функционируют по сей день. По мнению участников рынка, на сегодняшний день только в Алматы насчитывается 20-43 частных галерей. По оценкам экспертов, объем арт-рынка Казахстана оценивается в пределах 100-120 млн. долларов США [8].

Нынешнее состояние казахстанского рынка искусства напоминает условия, с которых стартовали китайский и индийский арт-рынок пятнадцать лет назад – отсутствие национальной традиции коллекционирования и изолированность отечественного искусства от мирового рынка, также недостаток государственной помощи [9]. Чтобы увеличить ликвидность арт-рынка Казахстану, исходя из мирового опыта, необходимо развивать инфраструктуру данного рынка, обеспечивая баланс цен предложения и спроса, также доступность информации для заинтересованных лиц.

Второй круг креативных индустрий Казахстана. Это – книгоиздание, издание журналов, телевидение, радио, газеты, фильмы, звукозапись, культурное наследие, музеи и библиотеки.

В последнее время наблюдается развитие казахстанской киноиндустрии:

растет и количество, и качество казахстанских кинопроизведений. Так, например, за последние шесть лет количество созданных фильмов выросло на 112 единиц (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика развития креативных индустрий в Казахстане

	2010 г.	2016 г.
Доход от оказанных услуг проката кинофильмов, тыс. тенге	7129478,5	14117640,9
Услуги библиотек, млн. тенге	12 067,1*	16 570,2
Услуги по организации и демонстрации музейных экспозиций, млн. тенге	4 762,1*	6 318,8
Примечания: 1) Составлено по данным [10]; 2) 2012 год.		

Библиотеки и музеи остаются важными культурными источниками любой страны. Согласно статистике, наблюдается тенденция роста в данном секторе: растет библиотечный фонд, услуги библиотек, также услуги по организации музейных экспозиций [10].

Культурное наследие Казахстана характеризуется многообразием и насыщенностью. Казахское культурное наследие состоит из 25 тысяч недвижимых

памятников истории, археологии, архитектуры, свыше 2 млн. 56 тыс. единиц культурных ценностей, находящихся в экспозициях и фондах 89 государственных музеев, 66 млн. 840 тысяч томов книг, редких томов книг, редких рукописей и изданий, хранящихся в 3495 государственных библиотеках [11].

В секторе по предоставлению услуг по звукозаписи, ТВ и радиовещания тоже наблюдается рост. Так, например, услуги по производству телевизионных программ за последние пять лет выросли почти в 9 раз, тогда как услуги звукозаписи выросли в примерно в 14 раз [10, с. 54-58].

Сектор издательских услуг имеет свои перспективы и трудности. В целом объем услуг по изданию растет. Так, например, издательства Казахстана в 2016 году оказали услуги на сумму 4,8 млрд. тенге, что по сравнению 2015 годом больше примерно на 15% [10, с.47]. Тем не менее, казахстанский книжный рынок формируется за счет импорта из соседних стран – России и Китая. По данным государственной книжной палаты Казахстана, в 2016 году годовой выпуск книг 373 издательств Казахстана составил 4691 книг [12].

Крупнейшие издательства Казахстана расположены в городе Алматы, соответственно, там же сконцентрирован наибольший объем издательских услуг (около 2,3 млрд. тенге). Второе место по оказанию издательских услуг, в объеме около 1 млрд. тенге, принадлежит городу Астане [10, с.41].

Третий круг креативных индустрий Казахстана составляет реклама, туризм, проектирование, дизайн, и архитектура.

Наблюдается рост в объемах предоставленных рекламных услуг. Так, например, за последние пять лет объем рекламных услуг вырос примерно в 3 раза, в то время как прочие виды услуг в области рекламы сократились примерно в 2 раза [10, 103-108]. По данным TNS Gallup, объем казахстанского рекламного

рынка в 2016 году составил около 40 млрд. тенге, что на 3 млрд. тенге больше по сравнению с предыдущим годом [13].

В структуре медиа рынка Казахстана, доминирует ТВ реклама, тем не менее, растет доля интернет рекламы. Так, в 2017 г. объем интернет-рекламы составил около 6 млрд. тенге, что на 46% больше показателя 2016 года [13].

Туризм. Государство уделяет особое внимание развитию культуры и туризма, творческого потенциала казахстанского народа, как фактора успешного вхождения Казахстана в число 30-ти самых развитых стран мира. С учетом опыта стран ОЭСР была принята Концепция Культурной Политики Казахстана, которая направлена на усиление отрасли искусства и культуры по показателям занятости и уровню доходов [14]. В частности, в целях поддержки казахстанского туризма будут создаваться культурно-туристические кластеры, что является частью «общей стратегии формирования духовно-географической карты общенациональных святынь» [14].

В 2015 году, валовая добавленная стоимость, создаваемая непосредственно в туризме, составило 406,4 млрд. тенге. В туристических фирмах, местах размещения и санаторно-курортных учреждениях занято примерно 44,7 тысяч человек. Однако сальдо торгового баланса туристических услуг между Казахстаном и другими странами мира отрицательное. В 2016 году, импорт туристических услуг по международным поездкам в разы превысил его экспорт [15].

Также существует концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года. Целью программы является создание туристских кластеров: Астана, Алматы, Восточный Казахстан, Южный Казахстан и Западный Казахстан. Концепция предусматривает привлечение инвестиций в размере 4 млрд. долл. и создание к 2020 году более 250 тыс. рабочих мест в индустрии туризм.

В секторе по предоставлению услуг в области архитектуры и проектирования наибольший доход обеспечивают услуги по созданию планов и чертежей для архитектурных целей и услуги по проектированию нежилых зданий [10, с.108-110]. Имеются несколько программ, направленных на поддержку казахстанского дизайна. Так, например, правительство Казахстана совместно с Евразийским Банком Реконструкции и развития (ЕБРР) предлагает помощь дизайнерам при найме консалтинговых компаний для решения некоторых задач бизнеса как маркетинг, брендинг, стратегия, технологии, автоматизация, учет и финансы, помимо бухгалтерских и юридических консультаций [16].

Четвертый круг индустрий – торговля правами, произведениями на CD и музыкальными инструментами. Эти сектора относятся к смежным секторам креативных индустрий. В секторе предоставления услуг по аренде музыкальных инструментов наблюдается глубокий спад. Так, например, если в 2012 г. объем этих услуг составило 41,6 млн. тенге, то в 2015 г. этот показатель составил 0,3 млн. тенге. В секторе по торговле правами наибольшая прибыль обеспечивается за счет предоставления прав на использование интеллектуальной собственности [10, с. 117, 119].

Программы поддержки креативных и культурных индустрий в Казахстане

Государственная программа «Культурное наследие» стала основным масштабным проектом в целях изучения, восстановления и сохранения историко-культурного наследия Казахстана, его возрождения и пропаганды. Реализация программы была начата в 2004 году и была реализована в трех этапах. С момента реализации программы были завершены реставрационные работы на 78 памятниках истории и культуры. В рамках программы впервые в истории была проведена инвентаризация отечественных памятни-

ков и утверждены Список памятников истории и культуры республиканского и местного значения, проведены 26 научно-прикладных и археологических исследований [11].

Ремесленное производство и промыслы являются неотъемлемой частью культурного наследия каждого народа. В целях поддержки народных ремесел Казахстана в 2006 году началось осуществление многолетней программы «Развитие ремесел и возрождение народных художественных промыслов в Казахстане», целью которой является повышение конкурентоспособности национальных ремесленных изделий. В результате реализации программы был утвержден и функционирует два ресурсных центра для ремесленников в ВКО и ЮКО, 485 ремесленников прошли профессиональные тренинги, утвержден первый республиканский конкурс ремесленников «Шебер», в 2012 году создан «Союз ремесленников» [17].

Данные программы нашли свое продолжение в Культурной Политике Казахстана, стратегической доминантой которого является идея духовной модернизации «Рухани жаңғыру». В рамках этой инициативы в Казахстане будут развиваться творческие кластеры, что направлены на поддержку развития креативных индустрий во всех регионах.

Выводы и заключения

Развитие креативных индустрий можно рассматривать в качестве приоритетного направления диверсификации Казахстанской экономики, его перехода от сырьевой экономики к постиндустриальной и вхождения в число 30-ти развитых стран мира. Казахстан ставит перед собой задачу духовной модернизации и сохранения своего национального кода, что тесно связано с развитием креативных и культурных

индустрий. Для выполнения данных задач государство активно реализует программы не только по развитию этих индустрий также и уделяет внимание на отдельные его сектора как туризм, дизайн, культурное наследие и ремесла и т.д. В ходе проведенного анализа выявлено, что существует необходимая база для развития этих индустрий в Казахстане, наблюдается стабильный положительный характер в инфраструктуре казахстанских креативных индустрий. Объем предоставляемых услуг в данном секторе экономики растет, что свидетельствует о росте спроса на креативные товары и услуги в Казахстане.

Список использованных источников

1. Назарбаев Н.А. «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» /www.akorda.kz (Дата обращения 07.03.2018).
2. David Throsby, Economics and Culture. Cambridge University Press, 2005, 228 p.
3. Defining the creative industries // www.theworkfoundation.com
4. Cultural times: the first global map of cultural and creative industries, EY, 2015 /www.worldcreative.org
5. Арт-рынок в 2015 году: инвестиционная привлекательность подтверждается /www.artguide.com (Дата обращения 04.11.2017).
6. UNWTO: доля Азии на мировом рынке туризма увеличится до 28% к 2020 году. www.tourism.interfax.ru
7. Культура в Республике Казахстан. Статистический сборник. – Астана, 2017. – 70 с.
8. Как устроен арт-рынок Казахстана? Интернет-журнал «Власть» www.vlast.kz (Дата обращения 04.11.2017).
9. Арт-инвестиции: всегда в цене. 29 января 2016. (Дата обращения 05.11.2017).
10. Услуги в Республике Казахстан 2012-2016: статистический сборник. Астана, 2017. – 96 с.
11. Национальный проект «Мәдени мұра» www.madenimura.kz (дата обращения 25.11.2017).

12. Ежегодный статистический сборник: Национальная государственная книжная палата Республики Казахстан. www.bookchamber.kz/ (дата обращения 03.01.2018).
13. Казахстан: реклама в Интернете до и после появления СРА-сетей. / www.matritca.kz (дата обращения 07.12.2017).
14. Концепция Культурной Политики Казахстана /www.tengrinews.kz/ (Дата обращения 27.03.2018).
15. Туризм Казахстана: статистический сборник. Астана, 2017. – 64 с.
16. Терещина А. Деньги на fashion: ЕБРР готов инвестировать в дизайнеров. www.abctv.kz (дата обращения 06.01.2018).
17. Программа развития ремесел и возрождения народных художественных промыслов в Казахстане /www.sheber-craft.kz (дата обращения 26.11.2017).

References

1. Nazarbayev N.A. «Course towards the future: modernization of Kazakhstan's identity // www.akorda.kz (Data obrascheniya 07.03.2018)
2. David Throsby, Economics and Culture. Cambridge University Press, 2005, 228 p.
3. Defining the creative industries // www.theworkfoundation.com
4. Cultural times: the first global map of cultural and creative industries, EY, 2015 /www.worldcreative.org
5. Art-ryinok v 2015 godu: investitsionnaya privlekatelnost podtverzhdaetsya /www.artguide.com (Data obrascheniya 04.11.2017).
6. UNWTO: dolya Azii na mirovom ryinke turizma uvelichitsya do 28% k 2020 godu/ www.tourism.interfax.ru
7. Kultura v Respublike Kazahstan. Statisticheskiy sbornik. Astanat, 2017 - 70 s.
8. Kak ustroen art-ryinok Kazakhstana? // Internet-zhurnal «Vlast» www.vlast.kz (Data obrascheniya 04.11.2017).
9. Art-investitsii: vsegda v tsene. 29 yanvary 2016. (Data obrascheniya 05.11.2017).
10. Uslugi v Respublike Kazahstan 2012-2016. Statisticheskiy sbornik. Astana, 2017. – 96 s.

11. Natsionalniy proekt “Madeni mura” /www.madenimura.kz (Data obrascheniya 25.11.2017).

12. Ezhegodniy statisticheskiy sbornik. Natsionalnaya gosudarstvennaya knizhnaya palata Respubliki Kazahstan. <http://www.bookchamber.kz/> (data obrascheniya 03.01.2018).

13. Kazakhstan: reklama v Internete do i posle poyavleniya SRA-setey. www.matritca.kz (data obrascheniya 07.12.2017).

14. Kontseptsiya Kulturnoy Politiki Kazahstana /www.tengrinews.kz (Data obrascheniya 27.03.2018).

15. Turizm Kazahstana. Statistichkiy sbornik. Astana, 2017 – 64 c.

16. Tereschina A. Dengi na fashion: EBRR gotov investirovat v dizaynerov. /www.abctv.kz (data obrascheniya 06.01.2018).

17. Programma razvitiya remesel i vozrozhdeniya narodnyih hudozhestvennyih promyislov v Kazahstane /www.sheber-craft.kz (data obrascheniya 26.11.2017).

Summary

The article is devoted to the assessment of the potential of Kazakhstan’s creative industries as a priority of Kazakhstan’s modernization. To achieve this goal, the methods of statistical, inductive and deductive analysis were used. The analysis was based on the model of concentric circles of David Throsby.

To achieve the goal set before this article, the world market of creative industries was first considered, further development of these industries in Kazakhstan was analyzed, and programs to support the creative and cultural industries of Kazakhstan were considered.

During the analysis, it was revealed that the development of creative industries in Kazakhstan is stable and positive.

Key words: creative industries, creative economy, culture, cultural industries, cultural services.

Түйін

Мақала Қазақстанның жаңғыруының басым бағыты ретінде креативті индустриялардың әлеуетін бағалауға арналған. Қойылған мақсатқа жету үшін статистикалық, индуктивті және дедуктивті талдау әдістері қолданылды. Мақалада жасалған талдау негізіне Д.Тросбидің концентрациялық шеңберлер моделі қолданылды.

Мақаланың мақсатына жету үшін алдымен креативті индустриялардың әлемдік нарығы қарастырылды, одан соң бұл индустриялардың Қазақстандағы дамуы талданды, және Қазақстандық креативті және мәдени индустрияларды қолдау бағдарламалары қарастырылды.

Жасалған талдаулар нәтижесінде Қазақстандағы креативті индустриялардың дамуы тұрақты, оң сипатта екендігі анықталды.

Түйін сөздер: креативті индустриялар, креативті экономика, мәдениет, мәдени индустриялар, мәдени қызметтер. Переведу