СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КИТАЕ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

А. С. Жупарова, А. А. Нусюпаева

COMPARATIVE ANALYSIS OF CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT IN CHINA AND UNITED KINGDOM

A. S. Zhuparova, A. A. Nusyupaeva

Аннотация. *Предмет и цель работы.* В последние десятилетия в современной экономике предполагается, что креативные индустрии стремительно развиваются. Об этом свидетельствуют данные о капитализации креативных индустрий в мире, которая на сегодняшний день составляет почти \$2,3 трлн. Развитие креативных индустрий зависит от различных факторов, таких как мода, вкус, культура и популярность, в которых на выбор потребителя влияют социальные сети, а не врожденные предпочтения и ценовая политика, различные в зависимости от страны и региона. *Метод.* Приводится сравнительный анализ развития креативных индустрий в Китае и Великобритании, так как политика развития креативных индустрий была принята в условиях экономических изменений в обеих странах: Великобритания должна выйти из ЕС, а Китай перейдет от экономики, основанной на производстве, к экономике, основанной на знаниях. *Результаты и выводы.* Таким образом, исследование развития креативных индустрий в зависимости территориального разделения очень актуально. Великобритания и Китай уже давно определили креативные индустрии как центральные для развития национальной экономики в целом. Правительство обеих стран уделяет значительное внимание развитию креативного сектора экономики с применением как институциональных мер, так и финансовых механизмов.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный сектор, Китай, Великобритания.

Abstract. *Subject and goals.* In recent decades, the modern economy has assumed that the creative industries are developing rapidly. This is evidenced by data on the capitalization of creative industries in the world, which today is almost \$ 2.3 trillion. The development of creative industries depends on various factors, such as fashion, taste, culture and popularity, in which social media influences consumer choices, rather than innate preferences and pricing policies, which differ from country to country and region to region. *Methods.* This article provides a comparative analysis of the development of creative industries in these countries, since the policy for the development of creative industries was adopted here in the context of economic changes in both countries: the UK must leave the EU, and China will move from an economy based on production to an economy based on knowledge. *Results and conclusions.* Thus, the study of the development of creative industries depending on territorial division is very relevant. The UK and China have long identified the creative industries as central to the development of the national economy as a whole. The government of both countries pays considerable attention to the development of the creative sector of the economy using both institutional measures and financial mechanisms.

Keywords: creative industries, creative sector, UK, China.

Введение

За последние десятилетия исследования во многих развитых странах в области креативных индустрий заметно выросли. ЮНКТАД расширяет классификацию креативных индустрий до «любой деятельности, производящей продукцию с добавленной стоимостью в виде интеллектуальной собственности и нацеленной на широкие массы», который ранее имел больше художественный компонент [1]. Креативные индустрии охватывают традиционные отрасли культуры, такие как издательское дело, радиовещание, телевидение, кино, искусство, наследие и ремесла, а также отрасли креативного характера услуг, такие как реклама, архитектура, дизайн и фотография [2]. В ЕС годовой темп роста занятости в креативном секторе составил 1,3 % за период 2011–2014 гг. [3] (Eurostat, 2016). Д. Пауэр [4] выявил, что европейские регионы с концентрацией креативных индустрий выше среднего обычно характеризуются более высоким экономическим ростом. В США годовой рост занятости в сфере искусства и культурного производства составил около 1,7 % за период 2012–2015 гг. [5]. Рост кредитования также частично обусловил роль креативного сектора в качестве движущей силы экономического развития и инноваций в регионах, а также эффективного инструмента выхода из кризиса [6].

Предполагается, что креативные отрасли стремительно развиваются в современной экономике. С. Юсуф и К. Набешима [7] подчеркивают, что экономический центр крупных городов переходит от производства к креативным отраслям. Для обеспечения роста и получения сравнительных преимуществ крупные города должны развиваться или оставаться центрами креативных индустрий или центрами предоставления креативных услуг. Существующие исследования показывают, что развитие креативных индустрий играет все более важную роль в стимулировании и содействии региональному росту благосостояния и занятости [8–11]. Креативные индустрии зависят от различных факторов, таких как молва, вкус, культура и популярность, в которых индивидуальный выбор определяется обратной связью информации через социальные сети, а не врожденными предпочтениями и ценовыми сигналами [12]. Таким образом, творческие индустрии необходимо исследовать с применением междисциплинарного подхода [13, 14], а не только на основе тематических исследований или политической науки. Т. Качераускас [15] утверждает, что анализ творческой и культурной индустрии должен касаться философских, социологических и коммуникативных аспектов. Однако в недавних исследованиях не уделяется внимания росту эффективности креативных индустрий. В результате оценка развития креативных отраслей на региональном или отраслевом уровне все еще недостаточно изучена, особенно в Китае. Для этого очень важно провести сравнительный анализ развития креативных индустрий в Китае с уровнем развития креативного сектора экономики такой, развитой в этой области страны, как Великобритания.

Развитие креативных индустрий в Великобритании

Креативные индустрии Великобритании – одна из самых быстрорастущих отраслей в стране. Страна преуспела в интернационализации этой отрасли в качестве нетто-экспортера творческих услуг и продуктов. Правительство страны ставит большие цели в области роста, занятости и экспорта в отрасли. Для достижения этих целей у правительства есть промышленная стратегия,

которая включает в себя: инвестирование более 50 млн фунтов стерлингов / 446 млн юаней в иммерсивные технологии и программу НИОКР с участием промышленности и академических кругов, а также инвестирование более 80 млн фунтов стерлингов / 714 млн юаней в развитие девяти отраслей и университетские кластеры НИОКР и новый Центр политики и развития в творческих отраслях [16].

В 1997 г. Великобритания была первой страной, которая нанесла на карту и количественно оценила творческие отрасли как определенный сектор экономики. Сектор состоит из девяти подсекторов: реклама и маркетинг; архитектура; ремесла; дизайн; кино, телевидение, видео, радио и фотография; ИТ, программное обеспечение и компьютерные услуги; издательский; музеи, галереи и библиотеки; музыка, исполнительское и изобразительное искусство.

С 2010 г. валовая добавленная стоимость (ВДС) сектора увеличилась более чем на 40 %, а в 2016 г. вклад сектора составил 91,8 млрд фунтов стерлингов. В настоящее время этот сектор генерирует более 5 % экономики Великобритании. Это сектор с самым большим приростом занятости в Великобритании с 2011 г., рост занятости за этот период составил более 25 % [17].

В 2014 г. креативный сектор экономики экспортировал услуг на сумму почти 20 млрд фунтов стерлингов, что сделало ее нетто-экспортером творческих услуг с импортом на сумму 8,7 млрд фунтов стерлингов в тот же период.

В 2018 г. правительство Великобритании обязалось инвестировать более 150 млн фунтов стерлингов в креативные отрасли и создать к 2023 г. дополнительно 600 000 новых рабочих мест. Основная часть промышленной стратегии правительства заключается в увеличении экспорта на 50 % к 2023 г. В рамках этой стратегии правительство вместе с отраслью и академической поддержкой инвестирует более 50 млн фунтов стерлингов в программу креативных технологий и опыта под названием «Аудитория будущего», основная задача которой состоит в том, чтобы поддержать развитие креативного сектора и создать новое поколение креативных продуктов, услуг и впечатлений. Основная цель программы состоит в том, чтобы объединить предприятия, исследователей и технологов для создания нового опыта для будущих потребителей.

Правительство также ведет работу по наращиванию инвестиций (более 80 млн фунтов стерлингов) в девять кластеров НИОКР творческой индустрии по всей Великобритании и в новый Центр политики и развития креативных индустрий, который сосредоточен на объединении исследований и промышленности во взаимовыгодном партнерстве. Один из кластеров включает новый Национальный центр передового опыта в области развития креативных индустрий для разработки программ обучения и исследований. Кроме того, данные инвестиции объединили опыт научных кругов и промышленности и направлены на решение основных проблем в креативных отраслях, способствуя росту и развитию в этом секторе.

Таким образом основные направления стратегии правительства Великобритании по развитию креативных индустрий включают:

- дальнейшие меры по борьбе с нарушением авторских прав;
- снижение барьеров для доступа к финансам и инвестициям;
- создание нового отраслевого и правительственного Совета по торговле и инвестициям для увеличения экспорта;
- увеличение предложения навыков и талантов за счет поддержки отраслевой программы творческой карьеры.

Развитие креативных индустрий в Китае

Экономическая реформа и рост городского среднего класса в Китае стимулируют рост культуры и творческих индустрий, а также потребление креативных товаров и услуг по всей стране. Правительство страны имеет четкие цели и национальные стратегии развития для роста промышленности. Правительство Шанхая определило определенные секторы и подсекторы креативных индустрий как центральные для развития города. К ним относятся кино и телевидение; исполнительское искусство; анимация и игры; «киберкультура», и креативный дизайн. Существуют особые стратегии и программы финансирования для поддержки развития креативного сектора как Шанхай, так и всей страны в целом в развитии международной конкуренции [18].

Правительство Китая определяет культуру и творческие индустрии как состоящие из следующих «основных категорий»: пресса и информационные услуги; создание и производство контента; услуги креативного дизайна; каналы культурной коммуникации; культурные инвестиции и операции; культурно-развлекательные и развлекательные услуги. Эти отрасли занимают центральное место в плане правительства Китая по переходу от экономики, основанной на производстве, к экономике, основанной на услугах и знаниях.

Экономическое развитие вкпе со стремительным ростом среднего класса Китая привело к резкому росту спроса на творческие и культурные товары и услуги. В 2017 г. общая стоимость культурных индустрий Китая оценивалась в 3450 млрд юаней (380 млрд фунтов стерлингов), что составляет почти 5 % ВВП, что на 12 % больше, чем в 2016 г. Это следует за ростом на 13 % с 2015 по 2016 г. Для «городских домохозяйств» доля расходов на услуги, а не на товары сейчас составляет 40 %, что вдвое больше, чем 20 лет назад. Развлечения – ключевой сектор услуг.

Правительство рассматривает эту отрасль как движущую экономическую силу для «смягчения замедления роста экономики страны в целом». «Цифровые и креативные» отрасли были включены в 13-й пятилетний план правительства Китая в качестве приоритетной стратегической области.

На сегодняшний день Китай занимает второе место в мире по расходам на НИОКР, что сокращает разрыв с США. Однако финансирование фундаментальных исследований остается относительно низким.

Академические круги играют ключевую роль в консультировании и формировании культурной политики Китая. Многие ведущие университеты имеют исследовательские центры, посвященные творческой и культурной индустрии. Китайская академия социальных наук включает в себя Исследовательский центр культурной политики и отвечает за формирование и информирование национальной политики в области культуры и творческой индустрии.

Шанхай является одним из лидеров в развитии креативных индустрий в стране. Культурная и творческая индустрия – это основная отрасль экономики Шанхая. В 2016 г. добавленная стоимость индустрии культуры и творчества достигла 331 млрд юаней. (36,3 млрд фунтов стерлингов), что составляет около 12 % местного ВВП. Основанный в 2004 г. Шанхайский центр исследований креативной индустрии при Шанхайской академии социальных наук играет ведущую роль в разработке политики для креативных индустрий [19].

В 13-м пятилетнем плане по реформе и развитию культуры Шанхая (2016–2020 гг.) изложен план местного правительства по позиционированию Шанхая как «культурного центра Китая и международного культурного мегаполиса». Это включает преобразование Шанхая в следующее: «Глобальный центр создания фильмов и телевидения»; «Столица азиатского исполнительского искусства»; «Глобальный центр создания комиксов, анимации и игр»; «Ведущая роль в китайской интернет-культуре»; и «Центр креативного дизайна с международным влиянием». Для достижения этой цели правительство разработало политику ускорения развития индустрии культуры и творчества, сосредоточив внимание на следующих подсекторах: кино и телевидение; исполнительское искусство; анимация и игры; «киберкультура»; креативный дизайн; издательский; «Арт-трейдинг» и «Культурное оборудование». В 2018 г. правительство объявило о создании фонда развития промышленности и инвестиций для поддержки этих секторов. Цель этой политики состоит в том, чтобы на долю креативного сектора приходилось 15 % ВВП города к 2022 г. и 18 % к 2030 г. В соответствии с инициативой «Один пояс, один путь» (OBOR) правительство Шанхая несет ответственность за продвижение Шанхая в качестве «международной базы культурной торговли» Китая с целью укрепления культурной торговли со странами, расположенными вдоль OBOR [20].

Заключение

В Великобритании сосредоточены ведущие мировые предприятия и исследователи в креативных отраслях. Как экспортер креативных товаров и услуг Великобритания является признанным мировым лидером. Поскольку это относительно небольшая страна, международные торговые отношения имеют решающее значение для достижения целей роста. Для Китая устойчивый рост творческих отраслей имеет решающее значение для смягчения экономического спада; в то время как переход к экономике, основанной на знаниях, зависит от развития отрасли, конкурентоспособной на международном уровне. Взаимовыгодные отношения сотрудничества имеют решающее значение, если обе страны хотят успешно реализовать свои амбиции.

В целом остается много проблем и препятствий для сотрудничества между двумя странами. Например, в обеих странах не хватает соответствующих навыков и кадров. В то время как Великобритания является процветающим творческим экспортером, в отраслях преобладают малые и средние предприятия и микропредприятия, которым сложно выделить ресурсы, необходимые для работы в Китае. Между тем креативные индустрии Китая быстро развиваются, но им сложно конкурировать на международном уровне, и в Китае существуют жесткие ограничения на прямой импорт и распространение иностранного контента.

Исследование выполнено при поддержке грантового финансирования молодых ученых МОН РК № AP08052483 «Креативные индустрии: методологические аспекты классификации и количественных измерений в Республике Казахстан» в рамках бюджетной программы: 217 «Развитие науки».

Библиографический список

1. United Nations Conference on Trade and Development. World Investment Report United Nations New York and Geneva. The Shift Towards Services. – Geneva : UN, 2004. – URL: https://unctad.org/en/Docs/wir2004_en.pdf. (дата обращения: 30.07.2020).
2. United Nations Conference on Trade and Development. World investment report. Investing in a Low-Carbon Economy. – Geneva : UN, 2010. – URL: https://unctad.org/en/Docs/wir2010_en.pdf (дата обращения: 30.07.2020).
3. *Singer, S.* Global entrepreneurship monitor 2014 global report / S. Singer, J. E. Amorós, D. M. Arreola. – London : Global Entrepreneurship Research Association, 2015.
4. *Power, D.* Cultural industries in Sweden: An assessment of their place in the Swedish economy / D. Power // *Economic Geography*. – 2002. – № 78. – P. 103–127.
5. *McCulla, S. H.* The 2016 Annual Update of the National Income and Product Accounts / S. H. McCulla, Sh. Smith // *Survey of current business*. – 2016. – № 96.
6. UNESCO & UNDP. Creative economy report 2013: Special edition: Widening local development pathways. – New York and Paris : UNESCO and UNDP, 2013.
7. *Yusuf, S.* Creative industries in East Asia / S. Yusuf, K. Nabeshima // *Cities*. – 2005. – № 22. – P. 109–122.
8. *Andersson, Å. E.* Location and spatial clustering of artists / Å. E. Andersson, D. E. Andersson, Z. Daghbashyan, B. Hårsman // *Regional Science and Urban Economics*. – 2014. – № 47. – P. 128–137.
9. *Boix-Domenech, R.* Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages / R. Boix-Domenech, J. L. Hervás-Oliver, B. De Miguel-Molina // *Papers in Regional Science*. – 2015. – № 94. – P. 753–772.
10. *Sawyer, R. K.* Explaining creativity: The science of human innovation / R. K. Sawyer. – 2-nd ed. – New York : Oxford University Press, 2012.
11. *Clare, K.* The essential role of place within the creative industries: Boundaries, networks and play / K. Clare // *Cities*. – 2013. – № 34. – P. 52–57.
12. *Potts, J.* Art & innovation: An evolutionary economic view of the creative industries / J. Potts // *UNESCO Observatory*. – 2007. – № 1. – P. 1–17.
13. *Pratt, A. C.* Cultural economy / A. C. Pratt // *International encyclopedia of human geography* / ed. by: R. Kitchin, N. Thrift. – Oxford : Elsevier, 2009.
14. DCMS Classifying and measuring the creative industries consultation on proposed changes. – London : Department for Culture, Media & Sport, 2013.
15. *Kačerauskas, T.* Creative Economy and Technologies: Social, Legal and Communicative Issues / T. Kačerauskas // *Journal of Business Economics and Management*. – 2012. – № 13 (1). – P. 71–80.
16. *Dronyuk, I.* Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries / I. Dronyuk, I. Moiseienko, J. Greguš ml. // *Procedia Computer Science*. – 2019. – № 160. – P. 479–484.
17. *Prince, R.* Fleshing out expertise: The making of creative industries experts in the United Kingdom / R. Prince // *Geoforum*. – 2010. – № 41 (6). – P. 875–884.
18. *Zheng, J.* The impact of ‘creative industry clusters’ on cultural and creative industry development in Shanghai / J. Zheng, R. Chan // *City, Culture and Society*. – 2014. – № 5 (1). – P. 9–22.
19. *Gu, X.* Cultural industries and creative clusters in Shanghai / X. Gu // *City, Culture and Society*. – 2014. – № 5 (3). – P. 123–130.
20. The more funding the better? The moderating role of knowledge stock on the effects of different government-funded research projects on firm innovation in Chinese cultural and creative industries / J. Zhou, J. Li, H. Jiao, H. Qiu, Z. Liu // *Technovation*. – 2020. – № 92–93.

References

1. United Nations Conference on Trade and Development. *World Investment Report United Nations New York and Geneva. The Shift Towards Services*. Geneva: UN, 2004. Available at: https://unctad.org/en/Docs/wir2004_en.pdf. (accessed Jun. 30, 2020).
2. United Nations Conference on Trade and Development. *World investment report. Investing in a Low-Carbon Economy*. Geneva: UN, 2010. Available at: https://unctad.org/en/Docs/wir2010_en.pdf (accessed Jun. 30, 2020).
3. Singer S., Amorós J. E., Arreola D. M. *Global entrepreneurship monitor 2014 global report*. London: Global Entrepreneurship Research Association, 2015.
4. Power D. *Economic Geography*. 2002, no. 78, pp. 103–127.
5. McCulla S. H., Smith Sh. *Survey of current business*. 2016, no. 96.
6. UNESCO & UNDP. *Creative economy report 2013: Special edition: Widening local development pathways*. New York and Paris: UNESCO and UNDP, 2013.
7. Yusuf S., Nabeshima K. *Cities*. 2005, no. 22, pp. 109–122.
8. Andersson Å. E., Daghbashyan Z., Hårsman B. *Regional Science and Urban Economics*. 2014, no. 47, pp. 128–137.
9. Boix-Domenech R., Hervás-Oliver J. L., De Miguel-Molina B. *Papers in Regional Science*. 2015, no. 94, pp. 753–772.
10. Sawyer R. K. *Explaining creativity: The science of human innovation*. 2-nd ed. New York: Oxford University Press, 2012.
11. Clare K. *Cities*. 2013, no. 34, pp. 52–57.
12. Potts J. *UNESCO Observatory*. 2007, no. 1, pp. 1–17.
13. Pratt A. C. *International encyclopedia of human geography*. Ed. by: R. Kitchin, N. Thrift. Oxford: Elsevier, 2009.
14. *DCMS Classifying and measuring the creative industries consultation on proposed changes*. London: Department for Culture, Media & Sport, 2013.
15. Kačerauskas T. *Journal of Business Economics and Management*. 2012, no. 13 (1), pp. 71–80.
16. Dronyuk I., Moiseienko I., Greguš ml. J. *Procedia Computer Science*. 2019, no. 160, pp. 479–484.
17. Prince R. *Geoforum*. 2010, no. 41 (6), pp. 875–884.
18. Zheng J., Chan R. *City, Culture and Society*. 2014, no. 5 (1), pp. 9–22.
19. Gu X. *City, Culture and Society*. 2014, no. 5 (3), pp. 123–130.
20. Zhou J., Li J., Jiao H., Qiu H., Liu Z. *Technovation*. 2020, no. 92–93.

Жупарова Азиза Сериковна

и.о. доцента, PhD,
Казахский национальный университет
имени аль-Фараби
(Республика Казахстан, Алматы,
проспект аль-Фараби, 71)
E-mail: Aziza_z@mail.ru

Zhuparova Aziza Serikovna

associate professor, PhD,
Al-Farabi Kazakh National University
(71 al-Farabi avenue, Almaty,
Republic Of Kazakhstan)

Нусупаева Айгерим Айтжановна

PhD, докторант,
Казахский национальный университет
имени аль-Фараби
(Республика Казахстан, Алматы,
проспект аль-Фараби, 71)
E-mail: Aziza_z@mail.ru

Nusyupaeva Aygerim Aytzhanovna

PhD, doctoral student,
Al-Farabi Kazakh National University
(71 al-Farabi avenue, Almaty,
Republic Of Kazakhstan)

Образец цитирования:

Жупарова, А. С. Сравнительный анализ развития креативных индустрий в Китае и Великобритании / А. С. Жупарова, А. А. Нусюпаева // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2020. – № 3 (35). – С. 46–53. – DOI 10.21685/2227-8486-2020-3-4.