

УЛЬКЕР САДЫГОВА
Преподаватель Университета Туризма и Менеджмента
Азербайджанской Республики
sadiqovaulker@yahoo.com

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: КАК КУЛЬТУРА ВЛИЯЕТ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Ключевые слова: креативная экономика, культура, экономическая ценность, экономический рост, инновационный подход.

Açar sözlər: kreativ iqtisadiyyat, mədəniyyət, iqtisadi dəyər, iqtisadi artım, innovativ yanaşma.

Key words: creative economy, culture, economic value, economic growth, innovative approach.

Культура – это один из главных факторов, определяющих успешность социально-экономического развития. Понятие культуры многогранно. Большое значение имеют те ее составляющие, которые могут влиять на экономические результаты. Во-первых, это креативность, или способность человека быть творцом, создателем новых идей, теорий. Во-вторых, это мотивация к добросовестному и ответственному труду. В этом смысле материальные активы и сопутствующие им инвестиции с одной стороны, и соответствующие им институты и тип культуры, – с другой, дополняют друг друга, образуя тот сплав, который и обеспечивает предпосылки эффективной устойчивой экономики.

Во всех странах отмечается изменение отношения к культуре, стремление превратить ее в доходную сферу современной экономики, изучить, оценить и использовать экономический потенциал накопленного и создаваемого культурного богатства, более активно включить его в экономический оборот. Креативные индустрии в сфере культуры, особенно предприятия, нацеленные на творческую деятельность, могут быть не только важными для экономического роста, но и, в некотором смысле, стать предвестником нового порядка в экономике, что обеспечит парадигму в организации бизнеса, образования, трудовой жизни и перспективы карьерного роста миллионов людей.

Современная экономика предполагает опережающее развитие сферы культуры, где сосредотачивается существенный рыночный потенциал. При увеличении темпа общественных перемен, роль культуры возрастает, как это наблюдается в последние годы в Азербайджане. Креативная экономика ассоциируется, во-первых, с оригинальной специфической формой экономического мышления, отличающейся от общеп-

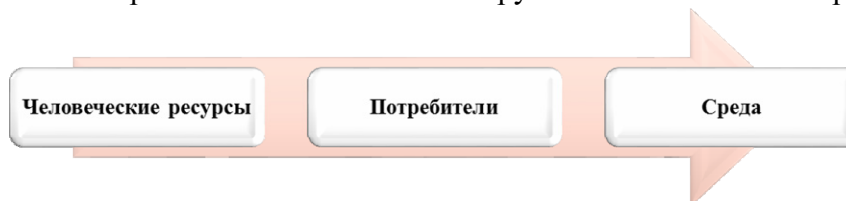
ринятых логических типовых схем и способностью находить и реализовать новые социально-экономические связи и модели между явлениями и процессами; во-вторых, со способностями привносить что-то новое, оригинальное в различные сферы практической деятельности; в-третьих, постоянной готовностью к решению нестандартных проблем и ситуаций (3 с 107).

Сложившееся к настоящему времени положение в экономике культуры требует инновационных подходов к регулированию этой сферы.

Проблема создания эффективных экономических механизмов развития культуры остается актуальной для теории и практики управления экономикой социальных отраслей, поиска новых направлений деятельности в части оптимизации расходов на содержание и развитие культурной сферы.

Сфера культуры имеет собственный экономический потенциал и вносит серьезный, все более усиливающийся вклад в экономику страны: является привлекательной сферой для инвестиций, служит основным источником развития образования, туризма, СМИ, индустрии развлечений. Культура имеет свои автономные рынки и создает рабочие места. Кроме того, культура обладает свойством опосредованного влияния на экономику, аккумулируя и транслируя определенные базовые ценности общества, на которые опираются экономические институты (государственные и коммерческие): реклама, формирование корпоративной культуры, работа с персоналом и т.д. Подобный подход к культуре как к отрасли народного хозяйства, позволяет более обстоятельно подойти к рассмотрению конкретных задач и путей преобразования экономики культуры в соответствии с требованиями современного этапа развития, ориентированного на превращение человеческого потенциала в ведущий фактор экономического роста и национальной конкурентоспособности(1.с 47).

Условия формирования креативной экономики связано с определенными факторами. Для развития креативного сектора требования можно разделить по трем основным направлениям. Они определяют, что является наиболее существенным для общества, которое видит в развитии креативной экономики инструмент экономического роста.



Речь идет о человеческих ресурсах, потребителях, и среде. Требования креативной экономики к способностям и компетенции человеческих ресурсов отличаются от предъявляемых к ним требований со стороны производства. Если процесс производства не требует от людей специальных творческих способностей то креативный сектор, наоборот, работает с оригинальными, порой остроумными идеями, творческим потенциалом человека, его продукция далеко не серийная, часто речь идет о единственном в своем роде экземпляре и поэтому от работников креативного сектора требуется наличие способности к творческому мышлению, генерации новых идей, оригинальных решений, способности осваивать новые технологии. Поэтому одним из основных требований является высокий уровень профессиональной подготовки, который играет важную роль в формировании креативной экономики. Для развития креативной экономики важен характер потребителя или посетителя, которому предназначена конечная продукция. Здесь существуют два основных условия: наличие широких слоев относительно обеспеченного населения и высокий уровень интеллектуального развития потребителя. Это означает, что следует стремиться к такому обществу, которое состоит из обеспеченных и образованных людей. Продукция креативной экономики не является предметом первой необходимости. Потребитель сначала тратит часть заработанных им средств на удовлетворение основных жизненных потребностей. Продукция таких креативных отраслей, как, например, кинофильмы, театральные постановки, компьютерные игры, музыка, будет пользоваться спросом у потребителей, у которых имеется достаточно средств на удовлетворение основных потребностей. А также необходимо, чтобы потребитель обладал развитым культурно-эстетическим вкусом, а также высоким уровнем общей потребительской культуры. Развитие креативного сектора требует, чтобы его потребитель обладал способностью к эстетическому восприятию, чтобы он уделял внимание в первую очередь не только полезности и функциональности, но и эстетической стороне предлагаемой продукции. Важным является интерес потребителя к культурным ценностям, кино, театру, музеям, музыке. Следующим важным фактором, способствующим повышению доли креативного сектора, является наличие творческого пространства, его открытость, позволяющая творческим личностям генерировать новые идеи. Необходимо, чтобы творческая среда была толерантной, способной принять каждого вне зависимости от его взглядов, культурных ценностей, подходов к решению проблем.

Анализ тенденций развития и современного состояния культурных запросов людей, позволил прийти к выводу, что нынешний

общественный запрос на культуру имеет две четко выраженные особенности.

В первую очередь, население стремится найти в ней средство повысить качество того времени, которое они отводят под отдых, досуг, эмоциональное возмещение. Во-вторых, быстрее других растет востребованность активных форм культурного времяпровождения: население включается в активные внедомашние виды культурной деятельности. В этот формирующийся тип входят виды деятельности, связанные с использованием новых ИТТ.

Выявляются изменения наблюдавшихся в прошлом стереотипов оторванности культуры от жизни. Интенсивно развивается индустрия культуры, которая рассматривается как мощная сфера, дающая людям занятость, доходы и развивающая культурное многообразие. Динамично развивается и развлекательное пространство: тематические парки, клубы здоровья, аквапарки, сегмент игровых развлечений, комплексы аттракционов.

Поддержка развития инновационно-креативного сектора является одним из важнейших шагов в области повышения конкурентоспособности экономик. Развитие креативной экономики основано на новом феномене – на неограниченных ресурсах экономического роста, на способности человека к творчеству.

Список литературы:

1. Экономика культуры: учебное пособие. Елизабета Игнатъева 2013. Издательство ГИТИС
2. Экономика и культура : Дэвид Тросби 2015. Издательство «Высшая Школа Экономики (Государственный Университет)
3. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги: Джон Хокинс 256 стр. Издательство - Классика-XXI 2011
4. Creative Economy Report 2013 by UNESCO – <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.

Ü.Sadıqova

Kreativ iqtisadiyyat: Mədəniyyətin sosial-iqtisadi inkişafa təsiri

Xülasə

Ötən yarım əsr ərzində dünyada əmtəə-pul münasibətlərinin iqtisadiyyatından yaradıcı və ya kreativ adlanan bir iqtisadiyyata qismən keçid başlanmışdır. Kreativ iqtisadiyyat yaradıcı sənayelərdən ibarətdir - media,

kinematoqrafiya, musiqi, elmi tədqiqat və digər mədəniyyət sferaları. Son onilliklər zamanı bütün dünyada, o cümlədən də Azərbaycanda, mədəniyyətin iqtisadi inkişaf prosesində rolu haqqında, hansı mexanizmlər tərəfindən mədəniyyət sferasına maddi resursların zəruri axınının təmin edilməsi haqqında, eləcə də mədəniyyət brendlərinin dövlətlərin inkişafı üçün lazımı resurslara necə çevrildiyi haqqında mövcud olmuş təsəvvürlər əhəmiyyətli dərəcədə dəyişikliklərə məruz qalmaqdadır.

Ü.Sadıqova

Creative economy: how culture affects social and economic development

Summary

Over the past half century, the world community has seen a partial transition from the economy of commodity-money relations to an economy that has been called creative. The creative economy is made up of creative industries - media, cinematography, music, scientific research, and other cultural industries, which are currently assigned one of the leading roles. In the last decades all over the world, including in Azerbaijan, the notions of what the role of culture in economic development, what economic mechanisms provide the necessary inflow of material resources into the sphere of culture, how cultural brands become resources for the development of states, change significantly.

Rəyçi:

Sehla Hüseynova
iqtidad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent