

Министерство культуры и информации Республики Казахстан  
НАО «Казахстанский институт общественного развития»

# КРЕАТИВНОЕ БУДУЩЕЕ: ТЕНДЕНЦИИ В ИНДУСТРИИ ТВОРЧЕСТВА В КАЗАХСТАНЕ

аналитический доклад

---

Астана, 2024

УДК 338 (574)  
ББК 65.9 (574)  
А64



Автор: Кадыр Р.С.  
Рецензент: Мургабаева А.С.  
Разработчики проекта: Тасым Р.Б., Кунтуова И.М.

**А64 Аналитический доклад на тему: «Креативное будущее: тенденции в индустрии творчества в Казахстане» / Астана, НАО «Казахстанский институт общественного развития», 2024. – 100 с.**

ISBN 978-601-08-4697-5

В докладе анализируются текущие тенденции и перспективы развития креативного сектора; рассматриваются глобальные и локальные тренды, влияние технологий, роль государства и частного сектора в поддержке креативных инициатив.

Доклад основывается на данных, собранных в ходе социологического исследования, экспертных интервью и изучения международного опыта. Помимо этого, в работе проанализированы ключевые вызовы и возможности для дальнейшего развития креативной индустрии.

Доклад адресован экспертам в области экономики и культуры, государственным служащим, предпринимателям, занятым в креативной сфере, а также всем заинтересованным в развитии инновационных подходов в экономике.

УДК 338 (574)  
ББК 65.9 (574)

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	55
ГЛАВА 1 ОБЩЕЕ ПОНИМАНИЕ И РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В РАКУРСЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА.....	57
ГЛАВА 2 КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ В КАЗАХСТАНЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ .....	65
ГЛАВА 3 ФОКУС РАЗВИТИЯ В КРАТКОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ .....	85
РЕКОМЕНДАЦИИ.....	93
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	94



## ВВЕДЕНИЕ

Креативная индустрия – один из самых быстрорастущих секторов мировой экономики. В условиях глобализации, технологических преобразований и меняющихся потребностей общества творчество выходит на передний план не только как форма самовыражения, но и как важный экономический ресурс.

Сегодня креативная индустрия – не только важный сектор экономики, но и мощный механизм реализации и выражения творческого потенциала как отдельных личностей, так и целых наций. Создавая новые возможности для экономического роста и устойчивого развития, она охватывает широкий спектр видов деятельности.

В рамках современной экономики креативные индустрии становятся драйверами инноваций и брендинга нации. Страны, инвестирующие в креативный потенциал своих граждан, могут существенно повысить свою конкурентоспособность в глобальной экономике.

Казахстан, в последние десятилетия активно развивающийся в культурной, социальной и экономической сферах, все больше обращает внимание на потенциал креативных индустрий. В своем выступлении на III заседании Национального курултая Глава государства отметил значение креативной индустрии в развитии экономики. По его словам, «...наша страна богата талантами, которые благодаря нестандартным подходам и смелым решениям добиваются успеха в самых разных сферах»<sup>1</sup>.

Стратегически выстроенное и системное развитие креативной индустрии в Казахстане может стать катализатором для глубокой социально-культурной трансформации общества. Эффективная интеграция креативных отраслей в структуре экономики не только создаст новые рабочие места, но и улучшит качество жизни, укрепит культурную идентичность.

Цель доклада заключается во всестороннем анализе текущих трансформаций и тенденций, наблюдающихся в креативной индустрии как на международной арене, так и в Казахстане, а также в выявлении факторов, влияющих на ее развитие.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд взаимосвязанных задач:

- проанализировать текущее состояние и динамику развития креативных индустрий, определить мировые тренды и продемонстрировать потенциал сферы для усиления позиций на международной арене;
- провести комплексный анализ текущего состояния креативной индустрии в Казахстане, определить основные тенденции в ее формировании и развитии;
- предложить ориентиры развития креативной индустрии Казахстана на ближайшую перспективу.

Решение вышеперечисленных задач позволит глубже оценить роль креативных индустрий в культурно-экономических преобразованиях Казахстана, а также разработать практические рекомендации для их эффективного развития, что, в свою очередь, поспособствует повышению устойчивости и конкурентоспособности страны.

Методологическую основу аналитического доклада составило социологическое исследование, проведенное Казахстанским институтом общественного развития. В его рамках проведен массовый опрос с выборкой в 1200 респондентов. Опрос охватил все регионы Казахстана, включая города Астана, Алматы и Шымкент. Помимо этого, проведены экспертные интервью. В качестве экспертов были привлечены члены Национального курултая и специалисты в сфере креативных индустрий.

<sup>1</sup> Выступление Главы государства на III заседании Национального курултая // <https://quryltai.kz/ru/article/vystuplenie-glavy-gosudarstva-na-iii-zasedanii-natsionalnogo-kurultaya>



## 1. ОБЩЕЕ ПОНИМАНИЕ И РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В РАКУРСЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Впервые термин «Креативная индустрия» был упомянут в 1994 году в австралийском стратегическом докладе «Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy»<sup>2</sup>. Доклад принято считать отправной точкой анализа роли творчества в экономическом развитии государства.

В том же году в стране началась реализация программы «Creative Nation», пионера институализации государственной политики в сфере креатива. Программа способствовала переосмыслению понимания культуры. По ее итогам австралийское правительство пришло к выводу, что уровень креативности нации напрямую определяет ее успех на международной арене. Культуру начали воспринимать не только как духовное достояние, но и как стратегический актив.

В 1998 году Министерство культуры, медиа и спорта Великобритании представило аналитический отчет «Creative Industries Mapping Document»<sup>3</sup>. Документ, измеряя влияние креативных отраслей на британскую экономику, заложил фундамент изучения вклада креативных отраслей в экономику.

В отчете были даны определения 13 разных секторов креативных индустрий, приведена их классификация:

- музыка и исполнительские виды искусства – актерское мастерство, изобразительные искусства;
- ремесла – ткачество, изготовление мебели и ювелирных изделий;
- кинематограф, телевидение, анимация, визуальные эффекты, видеоконтент, радио и фотоснимки;
- видеоигры, виртуальная и расширенная реальность;

- музеи, галереи и культурное наследие;
- издательское дело и библиотеки;
- дизайн и мода;
- архитектура;
- реклама и маркетинг.

По мере изучения понимание «Креативной индустрии» расширилось. Американский социолог и экономист Ричард Флорида<sup>4</sup> подчеркивал, что креативность проявляется во множестве форм – от технических изобретений и разработки новых продуктов



<sup>2</sup> Creative Nation: Commonwealth cultural policy, October 1994 // apo.org.au/node/29704

<sup>3</sup> Creative Industries Mapping Document. L.: Department for Culture, Media and Sport, 1998

<sup>4</sup> Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2005



до художественного творчества, создания новых фирм и формирования абсолютно новых индустрий, таких, как компьютерная графика, цифровая музыка и анимация.

Британский культуролог Чарльз Лэндри, утверждая, что источником креативности выступают люди и организации, которые, концентрируясь на определенной территории, создают уникальную творческую среду, разработал концепцию «Креативного города» (*Creative City*)<sup>5</sup>.

С увеличением востребованности «Креативную индустрию» систематизировали международные организации. ООН<sup>6</sup> разработал классификацию из четырех основных блоков креативных индустрий:

- индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (*народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность*);
- индустрии, основанные на искусстве (*театр, музыка, живопись, деятельность галерей и т.п.*);
- современные медиа и производство цифрового контента (*кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная*

*реальность, компьютерные и видеоигры, блоги, средства массовой информации, реклама и т.п.*);

- прикладные креативные индустрии (*архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, ювелирное дело, гастрономическая индустрия и т.п.*).

Согласно подходам ЮНЕСКО, креативные индустрии – это уникальный сектор экономики, объединяющий три ключевых элемента: создание, производство, коммерциализация творческого контента.

Принципиальная позиция организации заключается в защите контента, основанного в результате интеллектуальной деятельности и направленного на монетизацию авторскими правами. Вместе с тем подчеркивается стратегическое значение креативных индустрий как мотиваторов экономического роста, культурного разнообразия и устойчивого развития.

Под креативными ЮНЕСКО характеризует те индустрии, «которые сочетают в себе создание, производство и коммерциализацию творческого содержания, которые являются неосознанными и культурными»<sup>7</sup>.

Сегодня креативные индустрии принято делить на три основные категории<sup>8</sup>:

КРЕАТИВНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ	КРЕАТИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ	КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
– отрасли, создающие продукты и услуги с целью последующей продажи и зависящие от уровня спроса на рынке:	– «искусство ради искусства» или же продукты и услуги, зачастую не имеющие коммерческих целей и поддерживаемые обществом:	– категория, напрямую взаимосвязанная с цифровыми технологиями и средствами:
<ul style="list-style-type: none"> <li>· искусство и продажа антиквариата;</li> <li>· архитектура;</li> <li>· мода;</li> <li>· издательское дело;</li> <li>· реклама;</li> <li>· ремесло</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· музыка, изобразительное искусство и исполнительские виды искусства;</li> <li>· видео, фильмы и изображения (<i>фотографии</i>);</li> <li>· теле- и радиовещание</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· интернет и программное обеспечение;</li> <li>· цифровые медиа (<i>игровые и анимационные</i>);</li> <li>· дизайн (<i>графический и веб-дизайн</i>)</li> </ul>

<sup>5</sup> Landry, Charles (2001). The creative city a toolkit for urban innovators (Repr. ed.). London: Earthscan

<sup>6</sup> Creative Economy Outlook. 2022. UN report. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf)

<sup>7</sup> UNESCO. //www.unesco.org/new/en/media-services/in-focus/articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/

<sup>8</sup> Креативные индустрии: содержание понятия и классификации //https://studmir.com/kreativnye-industrii-soderzhanie-ponyatiya-i-klassifikacziya



Переломные социально-экономические трансформации прошлого столетия – постиндустриализация, глобализационные процессы и переход к информационному обществу – стали основой для возникновения нового сектора экономики – креативной экономики. Связанная с креативной индустрией концепция «Креативной экономики», впервые предложенная автором книги «Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги» Джоном Хокинсом<sup>9</sup> в 2001 году, основывается на использовании творческого мышления как ключевого инструмента для создания ценности идеи. В отличие от креативных индустрий, которые ограничиваются определенными секторами, креативная экономика охватывает весь спектр экономической деятельности, демонстрирует, как креативность становится системообразующим элементом экономики в целом.

Креативная экономика – это совокупность социальных отношений и хозяйственных практик, где определяющее значение играют взаимодействия между культурой, творчеством, экономическими процессами и технологическими инновациями. Основной катализатор ее развития – человеческий капитал. В креативной экономике важнейшими навыками становятся способность к творчеству, нестандартное мышление, а также умение оперативно генерировать идеи.

Из множества определений можно заключить, что креативная индустрия – это вид деятельности, основанный на индивидуальном творческом потенциале, профессиональных навыках и таланте. Ее уникальная способность – генерировать добавленную стоимость и создавать рабочие места за счет производства и коммерциализации интеллектуальной собственности.

Поэтому в последние десятилетия наблюдается рост интереса к креативной индустрии. Видя в ней возможности для экономического роста, многие страны активно поддерживают ее развитие, рассматривают как двигатель инновационного развития, способный сочетать культурные и экономические аспекты, обеспечивать устойчивый рост и конкурентоспособность в глобальной экономике<sup>10</sup>.

В настоящее время в условиях технологизации креативная индустрия становится движущей силой развития экономики многих стран. По данным ООН по торговле и развитию (*ЮНКТАД*), на креативную экономику приходится от 0,5% до 7,3% ВВП и от 0,5% до 12,5% рабочей силы отдельно взятой страны<sup>11</sup>.

Для данного сектора характерна устойчивость к циклическим колебаниям экономики. Так, в условиях коронакризиса массово были запущены онлайн-проекты, разработан контент на основе новых технологий, более широкое развитие получили такие способы заработка, как краудфандинг, фандрайзинг, монетизация контента.

Креативные индустрии интегрировались в стратегическое планирование и утвердились как важнейший сектор современной экономики. По данным Eurostat, в 2023 году в культурной и креативной индустрии по всей Европе



<sup>9</sup> Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Allen Lane.

<sup>10</sup> Department for Culture Media and Sport// [www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents](http://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents)

<sup>11</sup> Creative Economy Outlook 2024 // <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>



было занято 7,8 млн человек (3,8% от общего количества трудоустроенных европейцев)<sup>12</sup>.

Правительства разных стран и международные организации, изучая и измеряя вклад креативной индустрии в экономическое развитие, регулярно публикуют экономические оценки валовой стоимости креативных секторов. Например, на нее приходится 5% ВВП Великобритании, что составляет свыше £100 млрд. В ней занято около 2 млн человек, или 6% трудоспособного населения. Еще больше креативная экономика приносит США, мировому лидеру креативной индустрии, – более \$900 млрд ежегодно.

Креативная индустрия стала катализатором экономического развития и по динамике роста опережает традиционные отрасли экономики. Наряду с этим она, формируя мировые тренды, служит инструментом глобального влияния.

Будучи динамичным и мультисекторным явлением, креативная индустрия продолжает развиваться в зависимости от культурно-экономических особенностей каждой страны, формируя новые методы анализа и интеграции креативности в экономику.

Страны по всему миру, понимая потенциал креативной индустрии, разрабатывают свои подходы ее развития.

В 2019 году в Индонезии был принят «Закон о креативной экономике». Он и ряд последующих нормативных актов направлены на усиление защиты интеллектуальной собственности, привлечение финансирования и открытие налоговых льгот, стимулирование научных исследований креативной экономики, а также создание возможностей для обучения и развития кадров.

Креативная индустрия в Центральной Азии обладает большим потенциалом для развития, благодаря богатому культурному наследию, уникальным традициям и современным технологическим возможностям.

В 2022 году в Кыргызстане в целях улучшения мониторинга, модернизации образования и запуска креативных пространств была утверждена «Концепция развития креативной экономики в Кыргызской Республике на 2022-2026 годы»<sup>13</sup>. Еще одним шагом на пути

к совершенствованию креативной экономики стало создание Парка креативных индустрий. Парк внедряет современные технологии, поддерживает стартапы, малые предприятия, образовательные и культурные учреждения, а также повышает качество и доступность продукции в креативных отраслях.

Благодаря государственной поддержке в стране развивается цифровое искусство, дизайн и мода, визуальные искусства, киноиндустрия, создаются инновационные креативные кластеры.

Главный культурный продукт страны – группа D Billions<sup>14</sup>, снимающая обучающие музыкальные видео для детей на 10 языках. На YouTube-канал группы подписано более 30 млн человек. Видео стабильно набирают более миллиона просмотров (у самого популярного видео – более 3 млрд просмотров).

Кроме того, в этом году в Кыргызстане прошло несколько масштабных хакатонов, нацеленных на развитие креативной экономики: «DIG DEV KGZ 2024: Цифровизация для развития»,



зон, разработку механизмов защиты интеллектуальной собственности, предоставление грантов и кредитов и др.

С 2021 года в Азербайджане функционирует Федерация креативных индустрий<sup>17</sup>. Ее главная цель: содействие развитию креативных индустрий в стране. Для достижения этой цели Федерация сотрудничает с государственными органами, частным сектором, ассоциациями и общественными объединениями.

Основные направления Федерации включают развитие креативных индустрий и креативного мышления в обществе, укрепление партнерских отношений между государством и бизнесом, правительственными и неправительственными организациями в области творчества и культуры.

Главный актив креативной индустрии – человеческий капитал. Конкурируя друг с другом, страны привлекают специалистов из других стран визовыми послаблениями.

Креативная индустрия и цифровые технологии становятся все более важными для глобальной экономики, и программы виз, такие как Talent Visa, играют ключевую роль в поддержке этого сектора в разных странах.

Великобритания предлагает визу Global Talent для высококвалифицированных специалистов, желающих работать в стране в области науки, искусства, культуры или цифровых технологий. Эта виза предоставляет гибкость и возможности для профессионалов, стремящихся внести вклад в развитие Великобритании.

Данная виза<sup>18</sup> дает возможность переехать, а по прошествии нескольких лет получить гражданство. Главное – показать потенциал и доказать профессионализм. Из креативного сектора на получение визы могут претендовать танцоры, писатели, музыканты, актеры театра и кино, художники, архитекторы и дизайнеры. В период с апреля 2020 года по апрель 2023 года на получение визы было подано 17 тыс. заявок (более 12 тыс. успешно)<sup>19</sup>.

В США сфере искусства и теле- и киноиндустрии посвящен отдельный раздел визы талантов<sup>20</sup>.

Стартап-Нация, «Бишкек – Город будущего», Эко Хакатон 2024.

Кыргызстан – не единственная страна Центральной Азии, где креативная индустрия зафиксирована на самом высоком уровне. В октябре текущего года в Узбекистане был принят Закон «О креативной экономике»<sup>15</sup>. Документ закрепил основные понятия в сфере креативной экономики и направления государственной поддержки субъектов креативной индустрии.

На сегодняшний день в стране зарегистрировано более 9,5 тыс. предприятий из сферы креативных индустрий, в которых работают более 80 тыс. людей<sup>16</sup>.

Более того, в Узбекистане рассматривается возможность разработки национальной программы развития креативных индустрий. За основу предлагается взять передовой международный опыт, предусматривающий создание специальных творческих

<sup>12</sup> Culture statistics - cultural employment // [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_employment#Cultural\\_employment\\_E2.80.94\\_overall\\_developments](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment#Cultural_employment_E2.80.94_overall_developments)

<sup>13</sup> Концепция развития креативной экономики в Кыргызской Республике на 2022-2026 годы // <https://cbd.minjust.gov.kg/159214/edition/1167431/ru>

<sup>14</sup> D Billions // <https://www.youtube.com/@dbillions>

<sup>15</sup> Закон Республики Узбекистан «О креативной экономике» // <https://lex.uz/ru/docs/7129290>

<sup>16</sup> Креативная экономика: глобальные тенденции и перспективы для Узбекистана // <https://asr.gov.uz/ru/news/11149>

<sup>17</sup> Azerbaijan Creative Industries Federation // <https://acif.az/en/>

<sup>18</sup> Apply for the Global Talent visa // <https://www.gov.uk/global-talent>

<sup>19</sup> Global Talent visa evaluation: Wave 2 report // <https://www.gov.uk/government/publications/global-talent-visa-evaluation-wave-2-report/global-talent-visa-evaluation-wave-2-report>

<sup>20</sup> O-1 Visa: Individuals with Extraordinary Ability or Achievement // <https://www.uscis.gov/working-in-the-united-states/temporary-workers/o-1-visa-individuals-with-extraordinary-ability-or-achievement>



Виза дает такие же преимущества, как и у большинства других виз талантов, – работать и развиваться в своей области, перенимать международный опыт.

Подобные визы талантов есть в Германии (*Artist Visa*<sup>21</sup>), Франции (*passport talent*<sup>22</sup>) и других странах.

Одна из основных проблем креативной индустрии, большую часть которой составляют малые предприятия, – рабочее пространство. Зачастую ее представители, особенно в самом начале своей деятельности, не могут позволить дорогостоящие офисы и коммерческие помещения. Чрезвычайно остро вопрос аренды стоит в странах с развитой креативной экономикой – США, Великобритании, Италии, Франции, Японии и др., в мегаполисах которых цены на недвижимость одни из самых высоких в мире.

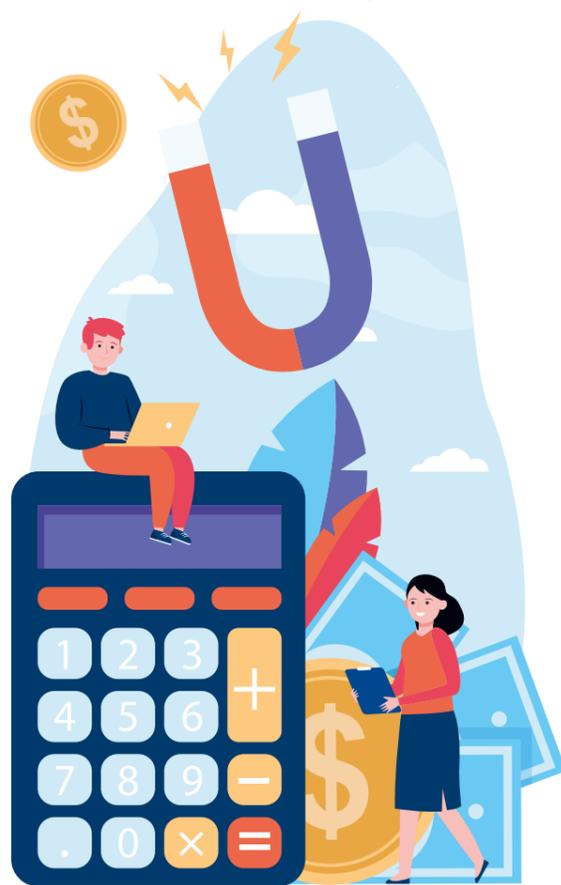
В качестве решения в 2019 году лондонской городской администрацией запущена программа *Creative Land Trust*<sup>23</sup>. Ее цель – обеспечить рабочим пространством путем финансирования и предоставления льготных кредитов. Еще одна идея – заморозка размера арендной платы на долгий срок. Программа функционирует как за счет государственных средств, так и пожертвований.

Подобные инициативы действуют и в других странах. В американском Сан-Франциско местный *Community Arts Stabilization Trust*<sup>24</sup> также помогает организациям искусства и культуры с покупкой или арендой помещений.

Еще одна мера, направленная на развитие креативной индустрии, – налоговые льготы. В Великобритании действует программа *Creative Sector Tax Reliefs*<sup>25</sup>, которая предоставляет налоговые льготы в размере до 25% на производственные расходы при создании кино, игр и телепередач. Кроме того, для киноиндустрии, театров и музыкальных мероприятий в стране предусмотрен налоговый кредит, позволяющий снизить налог на прибыль и получить компенсацию в случае убытков.

Развита система финансирования творческих предприятий в Германии. Большая часть займов предприятий, занятых в креативных индустриях, выдается банками-поручителями федеральных земель. Тем самым предприятия, берущие кредиты, защищены государством.

Представители изобразительного искусства, литературы, исполнительского искусства и кино могут претендовать на гранты федеральных фондов культуры *Arts Fund Foundation*<sup>26</sup>, *German Literature Fund*<sup>27</sup>, *Wanderlust – Fund for International Theatre Partnerships*<sup>28</sup>.



<sup>21</sup> Artist Visa // <https://co-germany.de/the-artist-visa/>

<sup>22</sup> International talents and economic attractiveness // <https://france-visas.gouv.fr/en/web/france-visas/france-visas/international-talents-and-economic-attractiveness>

<sup>23</sup> Creative Land Trust // <https://creativelandtrust.org/>

<sup>24</sup> Community Arts Stabilization Trust // <https://cast-sf.org/>

<sup>25</sup> Creative industry tax reliefs for Corporation Tax // <https://www.gov.uk/guidance/corporation-tax-creative-industry-tax-reliefs>

<sup>26</sup> ArtsFund // <https://www.artsfund.org/>

<sup>27</sup> Working scholarships for authors // <https://www.kreativkultur.berlin/en/funding-database/autorenfoerderung/>

<sup>28</sup> Wanderlust – Fund for International Theatre Partnerships // [https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/en/programmes\\_projects/theatre\\_and\\_movement/detail/wanderlust\\_fonds\\_fuer\\_internationale\\_theaterpartnerschaften.html](https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/en/programmes_projects/theatre_and_movement/detail/wanderlust_fonds_fuer_internationale_theaterpartnerschaften.html)



Имплементируя различные меры государственной поддержки, предоставляя визовые послабления, налоговые льготы, страны увеличивают долю креативной индустрии в экономике.

Подходы различны и отличаются от страны к стране. Например, Голливуд, один из районов Лос-Анджелеса, неразрывно ассоциируется с миром кино. Однако когда-то нынешняя мировая столица кинопроизводства была обычным ранчо. Дерегулирование и отсутствие препятствования со стороны государства позволили энтузиастам из области кино собраться в одном месте и сделать из него то, чем оно является сегодня.

Противоположный процесс способствовал прорыву южнокорейского кинематографа, принес стране международное признание и престижные награды. В Южной Корее была разработана специальная государственная политика в сфере искусства, в которой отдельное внимание уделялось кинематографу. Протекционизм, выраженный в ограничении показа иностранных лент и установлении квот для местных картин, налоговые преференции для компаний, инвестирующих в кинематографию, отбор у кинотеатров лицензий за отказ от трансляции корейских фильмов, стимулируют создание фильмов, сделали корейский кинематограф одним из самых самобытных и популярных в мире.

Балансируя между двумя вышеописанными путями, развивается центральноазиатский кинематограф. В этом году был проведен II Бишкекский кинофестиваль, на котором все награды между собой поделили Казахстан и Кыргызстан. Страны эффективно работают над созданием совместных кинолент. Фильм «Пейіш. Жұмақ ананың табанының астында»

(«Рай у ног матерей») представлен на премию «Оскар» в номинации «Лучший фильм на иностранном языке», а сериал «Черный двор» открыл молодым казахско-кыргызским кинематографистам дорогу на зарубежные рынки.

Таким образом, за свою короткую историю креативная индустрия эволюционировала от нишевого феномена до стимулятора экономического роста. Со временем креативная индустрия расширилась до креативной экономики. В современном мире креативные индустрии – драйвер экономического, социального и культурного развития.

Анализ международного опыта показывает, что креативные индустрии, формируя новые тренды на основе контента той или иной страны, повышают ее конкурентоспособность. Кейсы других стран доказывают, что положение креативной индустрии напрямую связано с государственными мерами по ее развитию и поддержке. В результате формула развития креативной индустрии выражается в симбиозе государственной поддержки и свободы творчества.

Вдобавок к этому креативная индустрия выступает не только важным экономическим активом, но и значимым инструментом мягкой силы, укрепляющим международный имидж стран. Примеры других стран иллюстрируют, как национальная культура становится конкурентным преимуществом на глобальном рынке.

Динамичное развитие креативного сектора в странах с разным уровнем жизни – признак универсальности концепции креативной экономики, основным катализатором которой остается человеческий капитал.



## 2. КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ В КАЗАХСТАНЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В современном мире именно креативное производство, основанное на творческом потенциале и интеллектуальном капитале граждан, служит источником развития настоящего инклюзивной экономики. Более того, креативная экономика становится движущей силой развития крупных городов, притягивающих талантливых, творческих людей.

По данным отчета Mapping the Creative Industries in Kazakhstan, по состоянию на 2018 год в Казахстане было зарегистрировано 18 тыс. предприятий креативной индустрии (3,8% от общего количества всех предприятий)<sup>29</sup>. Из них большая часть приходится на города Астану (17%) и Алматы (45%).

Как и в других странах, в казахстанской креативной индустрии преобладают малые предприятия – в трех из четверти работают не более пяти человек. При этом лишь небольшая доля (7% в Астане и 5% в Алматы, соответственно) специализируется на деятельности, подпадающей под «классическое» понимание креативной индустрии (*искусство и развлечение*). Подавляющее большинство занято в сфере рекламы, архитектуры и программного обеспечения.

За последние несколько лет в Казахстане принят ряд мер для развития креативных индустрий, охватывающих законодательные, инфраструктурные и финансовые меры поддержки, а также инициативы по улучшению образовательной и правовой среды для представителей этой сферы. Усилия направлены на стимулирование роста и укрепление потенциала креативных отраслей, создание благоприятных условий для бизнеса и развитие человеческого капитала в сфере творчества и инноваций.

С утверждением Концепции развития креативных индустрий на 2021-2025 годы<sup>30</sup> (далее – Концепция), разработанной в рамках реализации Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года<sup>31</sup>, сфера приобрела субъектность.

На основе прогрессивной мировой практики и с учетом существующих пробелов в Концепции сформулировано единое видение креативной индустрии, установлены общие рамки развития креативной экономики. Также в Концепции представлены основные принципы и подходы к развитию креативных индустрий.

Составная часть Концепции – План реализации, целевые индикаторы которого:

1. Увеличение вклада креативных индустрий в экономику до 5% в 2025 году;
2. Увеличение занятости в креативных индустриях до 4%;
3. Рост количества субъектов МСП в креативных индустриях в 1,5 раза.

В целом Концепция задала вектор для внедрения практических шагов, направленных на развитие креативного сектора и его интеграцию в экономику страны.

В рамках реализации Плана проведена работа по созданию инфраструктуры, необходимой для поддержки и роста креативного сектора. В Астане, Алматы и других городах начали функционировать различные типы хабов.

В Алматы действует Альянс Креативных Индустрий, который предоставляет образовательным учреждениям, бизнес-хабам и инкубаторам актуальные данные о рынке, исследования, а также экспертизу практиков, тренеров и менторов для улучшения программ

<sup>29</sup> Mapping the Creative Industries in Kazakhstan // <https://kazakhstan.britishcouncil.org/programmes/arts/creative-industries-mapping-report>

<sup>30</sup> Об утверждении Концепции развития креативных индустрий на 2021-2025 годы // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860>

<sup>31</sup> Об утверждении Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1800000636>



предпринимательского образования в сфере креативных индустрий. Инвесторам он помогает лучше понять принципы импакт-инвестирования, а государственному сектору – обеспечивает профессиональную оценку ключевых решений, направленных на развитие этой отрасли.

В 2022 году при Палате предпринимателей г. Алматы создан Совет по развитию инновации и креативных индустрий. Цель Совета – создать новые предприятия и рабочие места, увеличить экспортный потенциал, повысить инвестиционную привлекательность города<sup>32</sup>.

В том же году в Алматы начал свою работу Центр развития креативных индустрий «Almaty Creative». Центр объединяет творческих личностей и предпринимателей, создает условия для реализации их креативного потенциала.

При Министерстве культуры и информации РК создан специальный Департамент развития креативных индустрий<sup>33</sup>. Департамент проводит работу по разработке мер поддержки креативной индустрии, включающих в том числе формирование центров креативной индустрии в каждом областном центре и крупном городе.

С целью разработки эффективных финансовых и нефинансовых мер поддержки участников креативных индустрий уполномоченным органом регулярно проводятся встречи с ведущими финансовыми учреждениями – «Самрук-Казына», «НУХ «Байтерек», «Атамекен», «Фонд Даму», МФЦА, подготовлен механизм реализации Фонда поддержки креативных индустрий.

В 2023 году на базе Energo University открыт первый в стране Парк креативных индустрий. Планируется создание Школы креативных индустрий, которая будет готовить специалистов в области кино, медиа, дизайна и др.

В рамках государственной поддержки креативных индустрий принят ряд законодательных норм.

Внесены законодательные поправки по вопросам поддержки сферы креативных индустрий, предусматривающие защиту авторского права и интеллектуальной собственности, меры поддержки и преференции для деятелей креативной индустрии<sup>34</sup>.

В перечень видов экономической деятельности, относящихся к креативным индустриям, включены 12 направлений, 43 вида экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии (ювелирное дело, IT и геймдевелопмент, народные промыслы, культурное наследие, телевизионные программы, фотография, дизайн, архитектура и мода, музыка, кино и анимация, культурно-досуговые учреждения и прочее)<sup>35</sup>.

С 2024 года 40 видов предпринимательской деятельности, относящихся к креативной индустрии, работают в рамках специального налогового режима розничного налога. Предприниматели освобождены от уплаты корпоративного подоходного налога, индивидуального подоходного налога, а также налога на добавленную стоимость. Вместо этого введен единый налог в размере от 2% до 4% для индивидуальных предпринимателей, а также 8% для ТОО<sup>36</sup>.

Разработана новая дорожная карта на 2025-2029 годы. Министерством культуры и информации совместно с Министерством иностранных дел подготавливаются проекты по организации дней креативных индустрий за рубежом, меры оказания визовой поддержки и медиа-сопровождения казахстанских креативных товаров и услуг.

В рамках сотрудничества с Казахстанским институтом общественного развития на платформе Skills Enbek выпущен видеокурс по актуальным вопросам развития креативных индустрий<sup>37</sup>. Курс раскрывает понятие «креативной индустрии», рассматривает международный опыт и успешные кейсы, учит креативному мышлению, объясняет важность авторского права.



Для представителей креативных индустрий в сотрудничестве с МФЦА проводятся обучающие семинары по правам интеллектуальной собственности, для государственных служащих – воркшопы.

В июле текущего года в Астане был открыт креативный хаб «OzgeEric». Хаб стал не только пространством для творчества, но и уникальной культурной площадкой, сочетающей традиции и современные формы искусства. На его территории находятся этномузей и ремесленная мастерская, трансформируемый зал для арт-перформансов, музыкальных и литературных вечеров, галерея современного искусства, театральная площадка и зона национальных игр. Кроме того, в хабе функционирует книжный магазин, где представлена продукция казахстанских издательств.

Со временем хабы стали основными площадками для объединения творческих и предпринимательских инициатив. Открытие таких центров занимает центральное место в формировании здоровой экосистемы креативной индустрии, обеспечивая пространство для взаимодействия, кластеризации и раскрытия талантов.

Дополнительный импульс развитию креативной индустрии придала актуализация Национального плана до 2029<sup>38</sup>. В ней креативная индустрия представлена как одна из новых точек роста. Для ее стимулирования выделяются приоритеты развития: активное внедрение инноваций, оптимизация регулирования, развитие кадрового потенциала.

Вдобавок к этому Национальным планом предусмотрена задача обеспечения занятости творческой и образованной молодежи за счет появления новых крупных отечественных высокотехнологичных компаний и создания новых рабочих мест за счет развития технологического и венчурного предпринимательства как основы для формирования среднего класса новой формации.

Эффективность инвестиций в развитие граждан и нерезидентов Казахстана с высоким творческим потенциалом для креативной экономики можно оценивать через призму

их вклада в экономический рост, культурное разнообразие и стимулирование инноваций в социальной и общественной жизни. Участие нерезидентов в популяризации Казахстана способствует не только экономическим выгодам, но и укреплению культурной дипломатии, формированию позитивного имиджа страны на международной арене и расширению межкультурных связей.

Важность и необходимость дальнейшего развития креативной индустрии в своем Послании народу Казахстана «Экономический курс Справедливого Казахстана» отметил Глава государства<sup>39</sup>. По словам Президента, «в современном мире именно «креативное производство», основанное на творческом потенциале и интеллектуальном капитале граждан, служит источником развития настоящему инклюзивной экономики. Более того, креативная экономика становится движущей силой развития крупных городов, притягивающих талантливых, творческих людей».

Однако в Казахстане креативная индустрия пока остается недостаточно развитой – ее вклад в ВВП <1%. Доля в структуре занятости также крайне низка. Тем не менее у страны есть потенциал в виде талантливых соотечественников, некоторые из которых уже получили мировое признание. Создание благоприятных условий для развития креативных индустрий может не только полностью раскрыть этот потенциал, но и значительно укрепить позиции Казахстана на глобальной арене.

В 2024 году в мировом рейтинге Global Innovation Index по показателю «Креативные товары и услуги» Казахстан поднялся с 93-го на 65-е место. Стремительный рывок стал возможен благодаря активной государственной поддержке, новациям и вовлечению бизнес-сообщества в развитие креативной экономики.

По поручению Президента в крупных городах Казахстана создаются креативные хабы, которые становятся центрами притяжения для талантов, предпринимателей и культурных деятелей. На сегодняшний день такие хабы работают в Астане, Алматы, Туркестане, Шымкенте, Атырау, Кызылорде, Петропавловске, Актобе и Алматинской области. Центры, предоставляя площадки для обучения, коворкинги, лаборатории для разработки новых

<sup>32</sup> Совет по развитию креативных индустрий может стать хабом для финансирования научных разработок – Нариман Ибрагимов // <https://atameken.kz/ru/news/50263-sovet-po-razvitiyu-kreativnyh-industriy-mozhet-stat-habom-dlya-finansirovaniya-nauchnyh-razrabotok-nariman-ibragimov>

<sup>33</sup> Какие меры принимаются для развития креативной индустрии в Казахстане // <https://www.inform.kz/ru/departament-razvitiya-kreativnih-industriy-sozdali-v-kazahstane-a65a48>

<sup>34</sup> О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам реализации отдельных поручений Главы государства // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2200000177>

<sup>35</sup> Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000448>

<sup>36</sup> Для креативной индустрии Казахстана смягчили налогообложение // <https://www.gov.kz/memleket/entities/mam/press/news/details/684535?lang=ru>

<sup>37</sup> Қоғамдық дамудың өзекті мәселелері бойынша бейнесабақтар топтамасы // <https://skills.enbek.kz/ru/course-catalog/course/988>

<sup>38</sup> Об утверждении Национального плана развития Республики Казахстан до 2029 года и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U2400000611#z565>

<sup>39</sup> Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана «Экономический курс Справедливого Казахстана» // <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-ekonomicheskij-kurs-spravedlivogo-kazahstana-18588>



идей, формируют экосистемы творческих индустрий. В будущем планируется дальнейшее расширение сети хабов, предусматривается создание международных партнерств и интеграция с глобальными платформами.

Параллельно идет работа над созданием Корпоративного фонда, который станет ключевым элементом развития креативной экономики страны. Задачи Фонда включают поддержку талантливых профессионалов, экспорт и коммерциализацию интеллектуальных продуктов, продвижение казахстанских брендов и услуг на международной арене. Особое внимание уделено цифровым и технологическим проектам, а также стимулированию межотраслевого сотрудничества между креативными и традиционными секторами экономики.

Среди других значимых инициатив – запуск образовательных программ в области креативных индустрий, поддержка стартапов и разработка национальной стратегии продвижения креативного потенциала Казахстана. Все эти меры направлены на создание устойчивой и конкурентоспособной экономики, где креативный сектор играет ключевую роль.

В Казахстане уже имеются значительные задатки для успешного развития креативной индустрии и потенциал активно реализуется. Так, ведется работа по созданию ролевых моделей и генерации контента. Лидеры креативной индустрии, задавая ориентиры, выступают в качестве катализаторов преобразований. Их видение часто определяет направление развития таких отраслей, как кино, музыка, искусство, мода, игры и дизайн.

Театр SHAM Theatre, создатели цифрового контента Алия Ашим, Dope Soz, Zamandas, фильмов Марат Есжан и Айсауле Абильда, музыканты Kalifarniya и Мархаба Саби, издательство Steppe&World Publishing, творческий центр OzgeEpic, книжный фестиваль Kitarfest показали, что индивидуальная и коллективная приверженность и желание творить положительно влияют на общество в целом.

Решая социальные проблемы с помощью своей работы, креативные лидеры вдохновляют аудиторию и ведут беседы на общественно значимые темы, играют важнейшую роль в

документировании и сохранении культурного наследия, обеспечивая его передачу будущим поколениям. Креативные лидеры создают волновой эффект, который вдохновляет и мотивирует других.

В Казахстане с помощью различных платформ и социальных сетей наблюдался широкий всплеск создания онлайн-контента. Как отдельные лица, так и группы создают и распространяют оригинальный контент. Предложив альтернативные формы его потребления, создатели контента разрушили традиционные медиа- и развлекательные индустрии, тем самым вынудив традиционные средства массовой информации адаптироваться, внедрять инновации и использовать новые платформы и каналы распространения, чтобы оставаться актуальными в меняющемся медиаландшафте, по крайней мере, среди молодого поколения.

С другой стороны, чрезмерное использование социальных сетей и стремительное создание контента привели к избыточному потреблению некачественного контента, поверхностной и поддельной информации, эмоциональному выгоранию и кризису психического здоровья во всем мире.

Например, все большую популярность набирают такие понятия, как FOMO (*Fear of Missing Out, страх пропустить что-то интересное*) и думскроллинг (*склонность к просмотру и чтению плохих новостей*). Словом года в 2024 году Оксфордское издательство выбрало выражение «brain rot» (*дословно с английского «разложение мозга»*)<sup>40</sup>. Это сленговый термин, который сам Оксфордский словарь определяет, как «предполагаемое ухудшение психического или интеллектуального состояния человека, главным образом рассматриваемое как результат чрезмерного потребления материалов (*в настоящее время в особенности онлайн-контента*), которые считаются тривиальными или не требуют усилий».

Чрезмерное использование социальных сетей и стремительный темп создания контента в значительной степени повлияли на паттерн потребления информации. В то время как социальные сети демократизировали обмен информацией и создали новые возможности для общения, сочетание постоянного доступа к информации, каналов, управляемых алгоритмами, и быстрого создания контента



также привело к ряду негативных социальных и психологических последствий.

Простота создания контента и обмена им привела к огромному притоку материалов, в большинстве из которых приоритет отдается количеству, а не качеству. Вирусные тенденции, кричащие заголовки и мимолетные посты, привлекающие внимание, часто затмевают значимый или хорошо проработанный контент. Тик-ток, Инстаграм и X продвигают контент небольшого размера, побуждая пользователей просматривать информацию, а не углубляться в нее. Такой сдвиг способствует предпочтению мгновенного удовлетворения перед продуманным потреблением.

Быстрые форматы контента побуждают пользователей сосредоточиться на поверхностных развлечениях, а не на критическом мышлении или глубоком понимании. Сложные темы часто чрезмерно упрощаются, чтобы уместиться



в рамках короткого видео или новости. Непрерывающийся поток контента затрудняет обработку и запоминание информации, заставляет пользователей чувствовать себя вынужденными оставаться в сети.

Платформы социальных сетей наводнены тщательно подобранными и зачастую нереалистичными изображениями образа жизни, достижений и внешности, что приводит к искаженному восприятию реальности. Влияние идеализированных и отредактированных образов жизни в социальных сетях часто вызывает чувство неуверенности и сниженной самооценки, особенно у молодых людей.

Исследования показывают, что чрезмерное использование социальных сетей связано с более высоким уровнем тревожности, депрессии и даже суицидальных мыслей.

Алгоритмы, которые адаптируют контент к индивидуальным предпочтениям, часто создают эхо-камеры, укрепляя существующие убеждения и препятствуя восприятию различных точек зрения. Скорость обмена контентом позволяет дезинформации и фейковым новостям распространяться быстрее, чем могут отреагировать проверенные факты или заслуживающие доверия источники.

Помочь пользователям отличать достоверную информацию от некачественного или поддельного контента могут критическое мышление и цифровая грамотность. Для противодействия пагубному воздействию соцсетей, являющихся неотъемлемой частью креативной индустрии, необходим сбалансированный подход, в основе которого лежат качество и аутентичность.

В целях определения нынешнего состояния и перспективы развития креативной индустрии в рамках написания данного аналитического доклада Казахстанским институтом общественного развития был проведен социологический массовый опрос. В исследовании приняли участие 1200 респондентов, представляющих различные возрастные группы, пол, этнос. Собранные данные позволяют оценить уровень осведомленности населения о креативной индустрии, выявить их отношение к ней.

Как показывает опрос, половина опрошенных не знакомы со словосочетанием «креативная индустрия». Почти такое же количество респондентов в той или иной степени знают, что такое креативная индустрия. (Рисунок 1).

<sup>40</sup> 'Brain rot' named Oxford Word of the Year 2024 // <https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/>

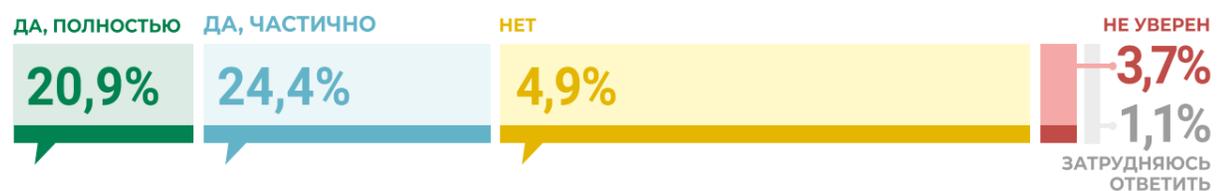


Рисунок 1. «Знакомо ли Вам словосочетание «креативная индустрия?»

Интересно, что в сельских местностях о креативной индустрии знают больше, чем в городах, на которые направлены меры по ее развитию. Это может свидетельствовать о том, что креативные индустрии в сельской местности

либо лучше воспринимаются, либо связаны с локальными формами творчества (Рисунок 2). Такая разница может быть обусловлена недостаточной информированностью или низким интересом городской аудитории к теме.

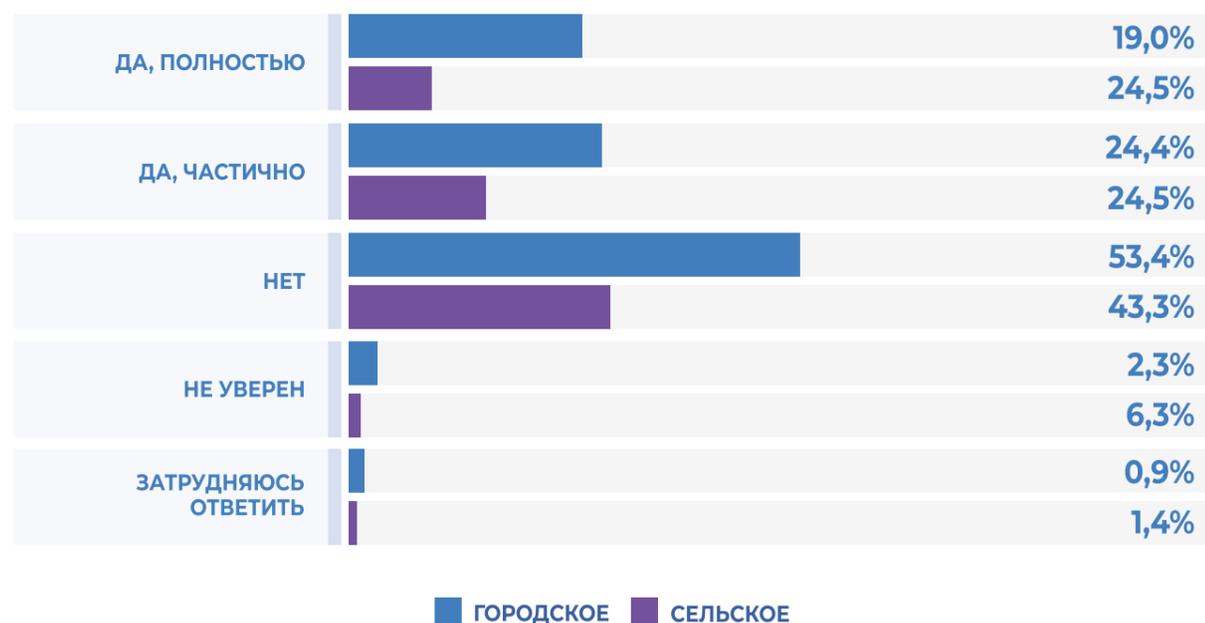


Рисунок 2. «Знакомо ли Вам словосочетание «креативная индустрия?» в разрезе типа населения.



Уровень осведомленности населения Казахстана о понятии «креативная индустрия» заметно различается и в зависимости от региона (Таблица 1).

Наибольший уровень осведомленности о креативных индустриях зафиксирован в Атырауской области, области Улытау, а также в городах республиканского значения – Астане и Шымкенте. Высокие показатели в этих регионах объясняются активным развитием креативных проектов, реализацией городских культурных инициатив и наличием профессиональных сообществ, ориентированных на творчество и инновации.

Вместе с тем в ряде регионов наблюдается низкий уровень осведомленности (Костанайская, Восточно-Казахстанская области и область Абай). Примечательно, что в г. Алматы, считающемся культурной столицей страны, три четверти ответили схожим образом. Такие

результаты указывают на недостаточную информационную работу, слабую вовлеченность населения в креативный сектор или отсутствие региональных инициатив по популяризации креативных индустрий.

Сравнительный анализ показывает, что восприятие и понимание термина «креативная индустрия» зависят от уровня урбанизации, экономической активности и культурной среды. Регионы с высоким уровнем урбанизации и развитой экономикой демонстрируют большую вовлеченность в креативный сектор, что подчеркивает значимость поддержки и продвижения подобных инициатив на местном уровне. Регионы с низким осведомленностью требуют проведения целевых образовательных и информационных кампаний для повышения вовлеченности населения и стимулирования развития креативной экономики.

Таблица 1. «Знакомо ли Вам словосочетание «креативная индустрия?» в разрезе регионов

№	Область/город	Совокупный % ответов «Да, полностью» и «Да, частично»	Совокупный % ответов «Нет» и «Не уверен»
1	область Абай	20,5	79,5
2	Акмолинская область	61,5	19,2
3	Актюбинская область	44,6	55,4
4	Алматинская область	31,5	68,5
5	Атырауская область	71,8	28,2
6	Восточно-Казахстанская область	22,0	78,0
7	Жамбылская область	59,4	39,1
8	область Жетісу	64,3	35,7
9	Западно-Казахстанская область	43,2	56,8



№	Область/город	Совокупный % ответов «Да, полностью» и «Да, частично»	Совокупный % ответов «Нет» и «Не уверен»
10	Карагандинская область	34,7	65,3
11	Костанайская область	18,4	81,6
12	Кызылординская область	58,7	41,3
13	Мангистауская область	61,0	36,6
14	Павлодарская область	52,0	46,0
15	Северо-Казахстанская область	40,5	59,5
16	Туркестанская область	51,4	48,6
17	область Ұлытау	71,4	28,6
18	г. Астана	70,2	29,8
19	г. Алматы	25,7	74,3
20	г. Шымкент	67,7	32,3

Анализ восприятия термина «креативная индустрия» среди различных возрастных групп также выявил значительные различия в уровне осведомленности (Рисунок 3). Наиболее информированной группой ожидаемо стали молодые люди в возрасте от 18 до 28 лет. Молодежь больше других осведомлена о современных цифровых тенденциях, высоко вовлечена в образовательные и культурные проекты.

В возрастной категории от 46 до 60 лет уровень осведомленности заметно ниже. Это связано с ограниченной адаптацией к новым формам экономики, менее активным использованием цифровых технологий и приверженностью традиционным взглядам. Также возможно, что люди этой возрастной группы реже сталкиваются с информацией о креативных индустриях в своей повседневной жизни.

Среди людей старше 61 года осведомленность минимальна. Основными причинами являются низкая вовлеченность старшего поколения в цифровую среду, ограниченный доступ к образовательным и культурным инициативам, а также меньший интерес к современным экономическим трендам.

Данные подчеркивают необходимость возрастной сегментации в продвижении креативных индустрий. Для молодежи важно продолжать развивать проекты, ориентированные на цифровую и культурную среду. Для старших возрастных групп требуется адаптированная информационная кампания, акцентирующая внимание на значимости и преимуществах креативных индустрий, а также создание инклюзивных возможностей для вовлечения в их развитие.

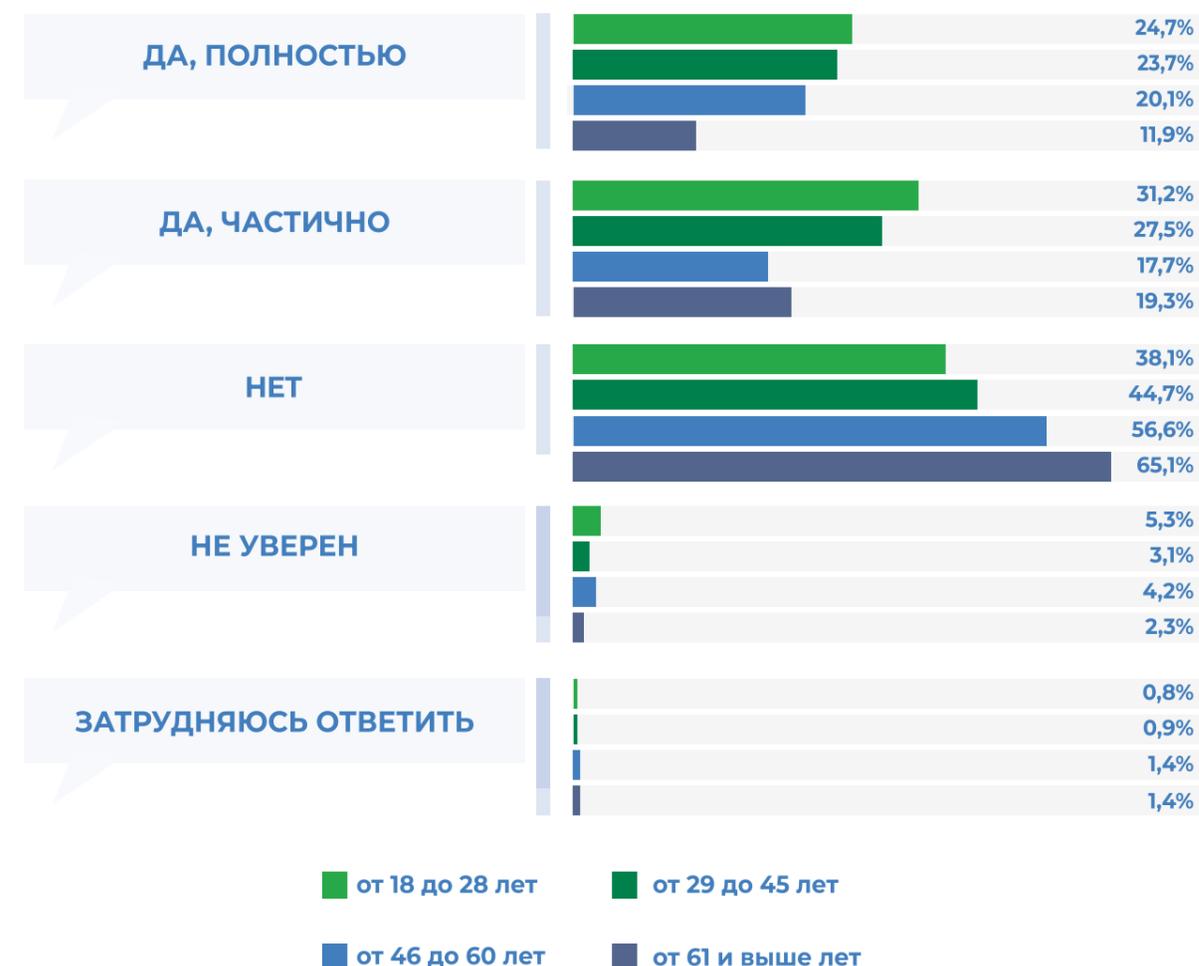


Рисунок 3. «Знакомо ли Вам словосочетание «креативная индустрия?» в разрезе возраста

Респондентам, которые в той или иной степени знакомы с понятием «креативная индустрия» или затруднились ответить на соответствующий вопрос, был предложен блок вопросов о состоянии и развитии креативной индустрии в Казахстане.

Большее половины информированных респондентов считают, что создание и нововведение должно выражаться в разработке новых продуктов и услуг. Такая же доля считает, что развитию следует проходить через

использование современных технологий и постоянное обучение. При этом 43,4% полагают, что создание и нововведение связано с готовностью учиться и применять новые знания и навыки. По мнению 39,8% опрошенных, эти процессы должны проявляться через творчество и нестандартное мышление. Ответ «Поиск оригинальных решений для сложных проблем» (36,3%) указывает на то, что немногие готовы к нестандартным подходам при решении сложных задач (Таблица 2).



Таблица 2. «В чем, на Ваш взгляд, должны выражаться созидание и нововведение?»\*

	%
Создание новых продуктов и услуг	53,4
Использование современных технологий и постоянное обучение	53,4
Готовность учиться и применять новые знания и навыки	43,4
Проявление творчества и нестандартного мышления	39,8
Поиск оригинальных решений для сложных проблем	36,3
Другое	0,5
Затрудняюсь ответить	1,5

\*сумма ответов не равна 100%, так как респонденты могли выбрать до трех вариантов ответов

Подавляющее большинство респондентов положительно относятся к творческим профессиям – более 80% в сумме вариантов ответа «Положительно» и «Скорее положительно». Это свидетельствует о высоком уровне уважения и признания значимости творческих профессий в обществе. Нейтральное

отношение может свидетельствовать о недостаточной осведомленности или слабой личной вовлеченности в креативные сферы. Отрицательные оценки, встречающиеся крайне редко, отражают минимальный уровень критики или неприятия (Рисунок 4).

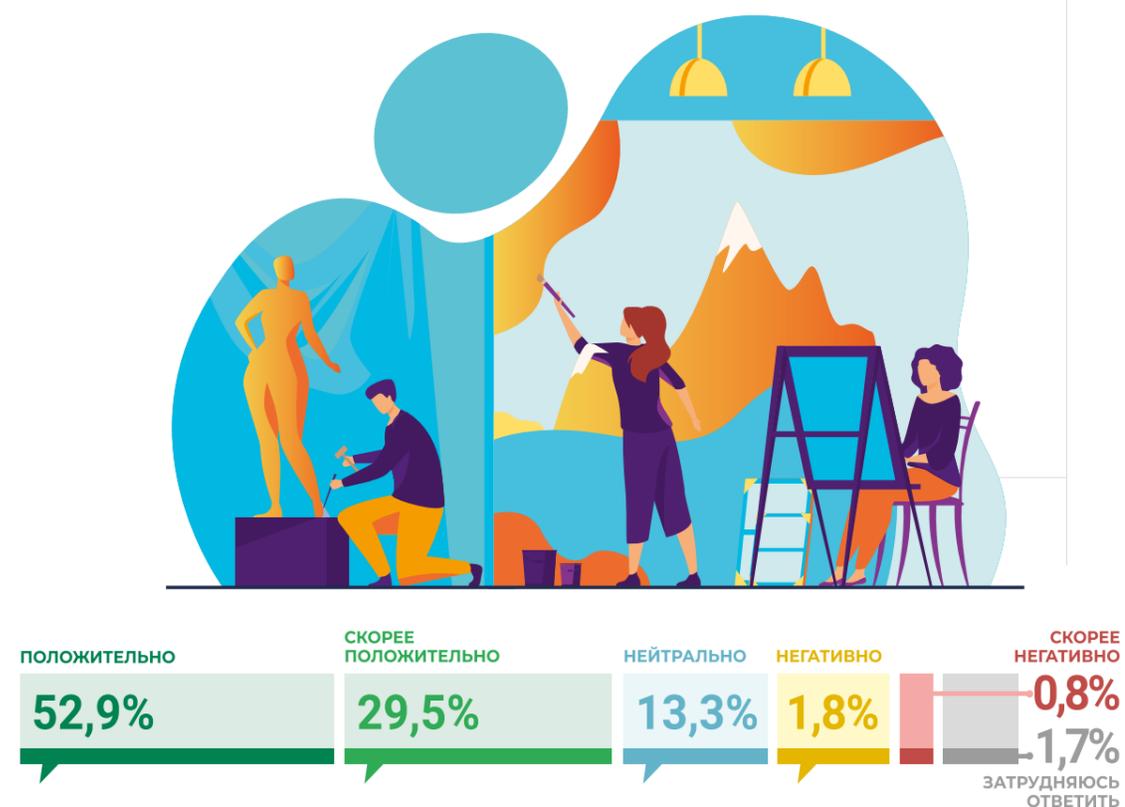


Рисунок 4. «Как Вы относитесь к творческим профессиям?»

Анализ предпочтений граждан в отношении мероприятий в сфере креативной индустрии позволяет выделить несколько направлений (Рисунок 5):

5) «Поддержка местных студий творчества» демонстрирует сравнительно низкий интерес, что может говорить о недостаточной осведомленности или ограниченной доступности локальных инициатив.

- 1) «Образовательные программы и мастер-классы» занимают лидирующую позицию, что свидетельствует о выраженной потребности в образовательных инициативах, направленных на развитие профессиональных навыков и обмен опытом;
- 2) «Международные фестивали и выставки» – высокая востребованность направления отражает стремление к интеграции в глобальные креативные процессы, развитию культурного обмена и укреплению международного имиджа Казахстана;
- 3) «Гранты и финансирование для начинающих компаний» – указывает на необходимость развития программ стимулирования для новых участников креативной индустрии;
- 4) «Развитие онлайн-платформ и цифровых медиа» – подчеркивает актуальность цифровизации и использования современных технологий для продвижения и взаимодействия внутри креативного сектора;





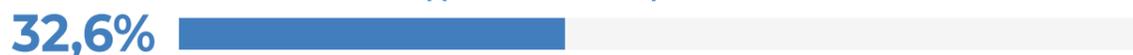
**МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФЕСТИВАЛИ И ВЫСТАВКИ**



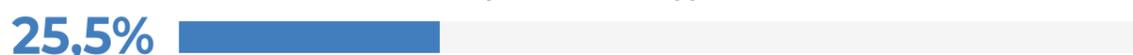
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И МАСТЕР-КЛАССЫ**



**ГРАНТЫ И ФИНАНСИРОВАНИЕ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ КОМПАНИЙ**



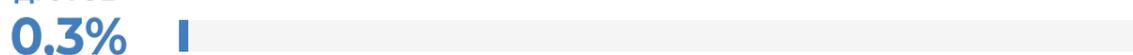
**РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ И ЦИФРОВЫХ МЕДИА**



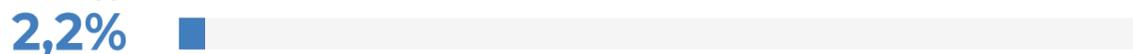
**ПОДДЕРЖКА МЕСТНЫХ СТУДИЙ ТВОРЧЕСТВА**



**ДРУГОЕ**



**ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ**



**Рисунок 5.** «Какие мероприятия в творческой индустрии хотели бы видеть в Казахстане?»

Результаты исследования подчеркивают значимость образовательных инициатив, международного культурного обмена и финансовой поддержки как основных факторов развития креативной индустрии. Разработка комплексных программ, включающих образовательные проекты, грантовые конкурсы и международные события, позволит удовлетворить ключевые запросы общества.

Результаты опроса по мерам поддержки креативной индустрии выявили следующие приоритеты (Рисунок 6):

- 1) Образовательные программы – наиболее важный фактор. Большинство респондентов считают, что развитие образования и профессиональных навыков является ключом к росту и устойчивости креативной индустрии;
- 2) Законодательная поддержка – второй по значимости элемент. Необходимы право-

вые рамки, способствующие развитию творчества и защите интеллектуальной собственности;

- 3) Площадки для стартапов – важное направление для создания инфраструктуры, поддерживающей начинающих предпринимателей и творческие проекты;
- 4) Налоговые льготы и лояльная кредитная политика – меры, которые могут стимулировать развитие малого и среднего бизнеса в креативных индустриях;
- 5) Привлечение талантов из-за рубежа – меньшая потребность в иностранных специалистах говорит о наличии внутреннего потенциала для роста.

Таким образом, основные меры поддержки – это образование и законодательство. Важно также создавать условия для стартапов, прежде всего в виде налоговых льгот и гибких кредитных политик.



**Рисунок 6.** «Какие меры, на Ваш взгляд, могли бы поддержать и развить индустрию творчества?»

Проанализировав результаты опроса, можно также выделить главные барьеры для коммерциализации результатов творческой деятельности (Таблица 3):

- 1) Предпринимательская и правовая безграмотность;
- 2) Отсутствие финансовой поддержки со стороны частного или государственного сектора;
- 3) Отсутствие кредитных и государственных программ.

Главными барьерами для коммерциализации результатов творческой деятельности являются предпринимательская и правовая безграмотность, а также ограниченный доступ к финансовой поддержке. Решение этих проблем требует целенаправленных действий, включая: внедрение образовательных программ по предпринимательству и праву, адаптированных для представителей творческой индустрии, развитие механизмов государственной и частной финансовой поддержки; упрощение доступа к кредитным ресурсам.

Эти шаги позволят снизить барьеры для коммерциализации, раскрывая потенциал творческих проектов и способствуя развитию креативной экономики.





**Таблица 3.** «Что, на Ваш взгляд, является главным барьером для коммерциализации результатов творческой деятельности?»

	%
Правовая безграмотность	27,8
Предпринимательская безграмотность	25,0
Отсутствие финансовой поддержки частного или государственного сектора	22,5
Отсутствие лояльной политики кредитования	7,8
Отсутствие сформированной госпрограммы по творческой индустрии	7,3
Жесткая конкуренция по сферам творческой индустрии	5,5
Отсутствие медиа-платформ	0,2
Нет грантов	0,2
Затрудняюсь ответить	3,7

В дополнение респондентам был задан вопрос: «Как можно измерить успешность государственной программы поддержки креативной индустрии?». Больше всего респондентов отметили увеличение бюджета на культурные мероприятия. Почти четверть респондентов считают, что государственную

поддержку креативной индустрии можно измерить ростом занятости в творческих профессиях. Увеличение числа лицензий на творческую деятельность как показатель государственной поддержки отметили 15,8% участников опроса (Таблица 4).



**Таблица 4.** «Как можно измерить успешность государственной программы поддержки креативной индустрии?»

	%
Увеличением бюджета на культурные мероприятия	29,6
Ростом занятости в творческих профессиях	23,0
Увеличением числа лицензий на творческую деятельность	15,8
Расширением международного сотрудничества	12,8
Увеличением количества законов в области авторских прав	12,3
Другое	0,2
Затрудняюсь ответить	6,3

Следовательно, основными критериями успешности государственных программ являются увеличение финансирования культурных мероприятий и повышение уровня занятости в креативных профессиях. Не менее важными критериями являются совершенствование законодательства в сфере

авторских прав, рост числа выданных лицензий и активное расширение международного сотрудничества. Эти факторы могут стать определяющими показателями для оценки эффективности государственной программы поддержки креативной индустрии (Рисунок 7).





Рисунок 7. «По Вашему мнению, какие факторы наиболее важны для успеха в творческой индустрии?»\*

\* сумма ответов не равна 100%, т.к. респонденты могли выбрать до двух вариантов ответа.

Ключевыми факторами успеха в творческой индустрии, по мнению большинства респондентов, являются природный талант и креативность. Чуть меньшая доля участников считает, что для успешной карьеры в этой сфере важно иметь хорошее образование и развивать профессиональные навыки. Это подчеркивает важность целенаправленного обучения, получения специализированных знаний и практического опыта для реализации творческих проектов. На третьем месте – фактор финансовой поддержки: его упомянули четверть респондентов. Несмотря на важность личных и профессиональных качеств, доступ к финансированию, помогающий воплощать идеи и проекты в жизнь, также играет существенную роль.

Анализируя результаты опроса по отношению роли частного сектора в поддержке и развитии творческой индустрии, можно сделать следующие выводы (Рисунок 8):

1) Превалирующая часть респондентов убеждена в ключевой роли бизнеса в развитии творческой индустрии. Такой показатель подчеркивает высокий

уровень ожиданий со стороны общества и профессионального сообщества к частному сектору;

2) Каждый пятый участник опроса занял нейтральную позицию. Это может свидетельствовать о двух возможных тенденциях: недостатке информированности о реальных действиях бизнеса в этой сфере или восприятию текущего участия частного сектора как недостаточного для значимого влияния.

Из этого вытекает, что частный сектор в Казахстане воспринимается как незаменимый партнер в развитии творческой индустрии. Высокий уровень общественного доверия и ожиданий открывает перед бизнесом возможности для активной роли в формировании креативной экосистемы. Вместе с тем доля нейтральных оценок указывает на необходимость более ощутимых и видимых действий со стороны бизнеса. Развитие возможно только через стратегические инвестиции, создание спонсорских программ, поддержку стартапов в сфере искусства и культурных инициатив.

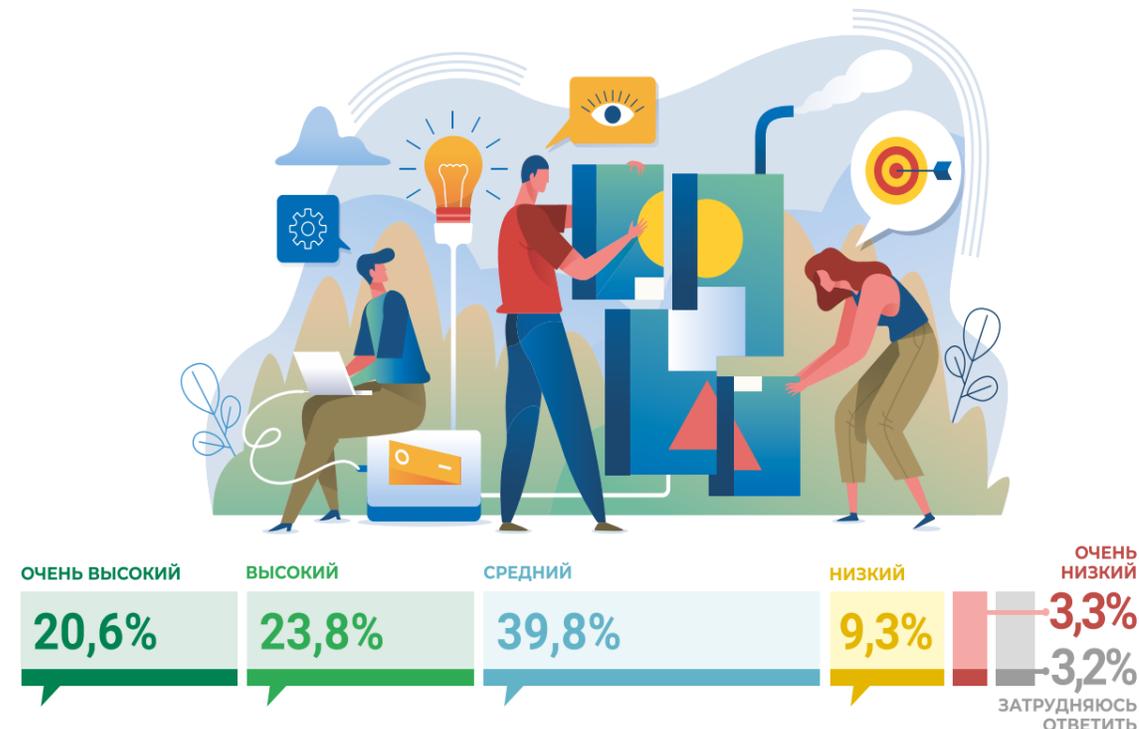


Рисунок 8. «Какой уровень информированности населения о творческой индустрии Казахстана?»

Наибольший интерес среди респондентов вызывают профессии дизайнера и маркетолога, что отражает высокий спрос на креативные и коммерчески востребованные направления. Музыканты и художники также занимают лидирующие позиции, демонстрируя значительный интерес к традиционным творческим специальностям. Также популярна профессия программиста в игровой индустрии, что указывает на растущий интерес к технологиям и интерактивным медиа.

Менее популярными оказались такие профессии, как видеограф, писатель и актер. Остальные профессии, такие, как блогер, флорист, учитель и психолог, набрали менее 1%. При этом 4% затруднились ответить, а 0,5% заявили, что их не интересует ни одна из предложенных профессий (Рисунок 9).

Молодежь демонстрирует растущий интерес как к традиционным творческим профессиям (музыкант, художник, блогер, SMM и т.д.), так и к новым направлениям, таким, как дизайнер, маркетолог и программист игровой индустрии. Высокий интерес к профессии видеографа свидетельствует о популярности цифрового контента, который стал неотъемлемой частью современной культуры.

Такие профессии, как дизайнер и программист, символизируют гармоничное сочетание креативности и технологий. Молодежь видит в этом не только способ самовыражения, но и возможность карьерного роста в условиях цифровой трансформации.



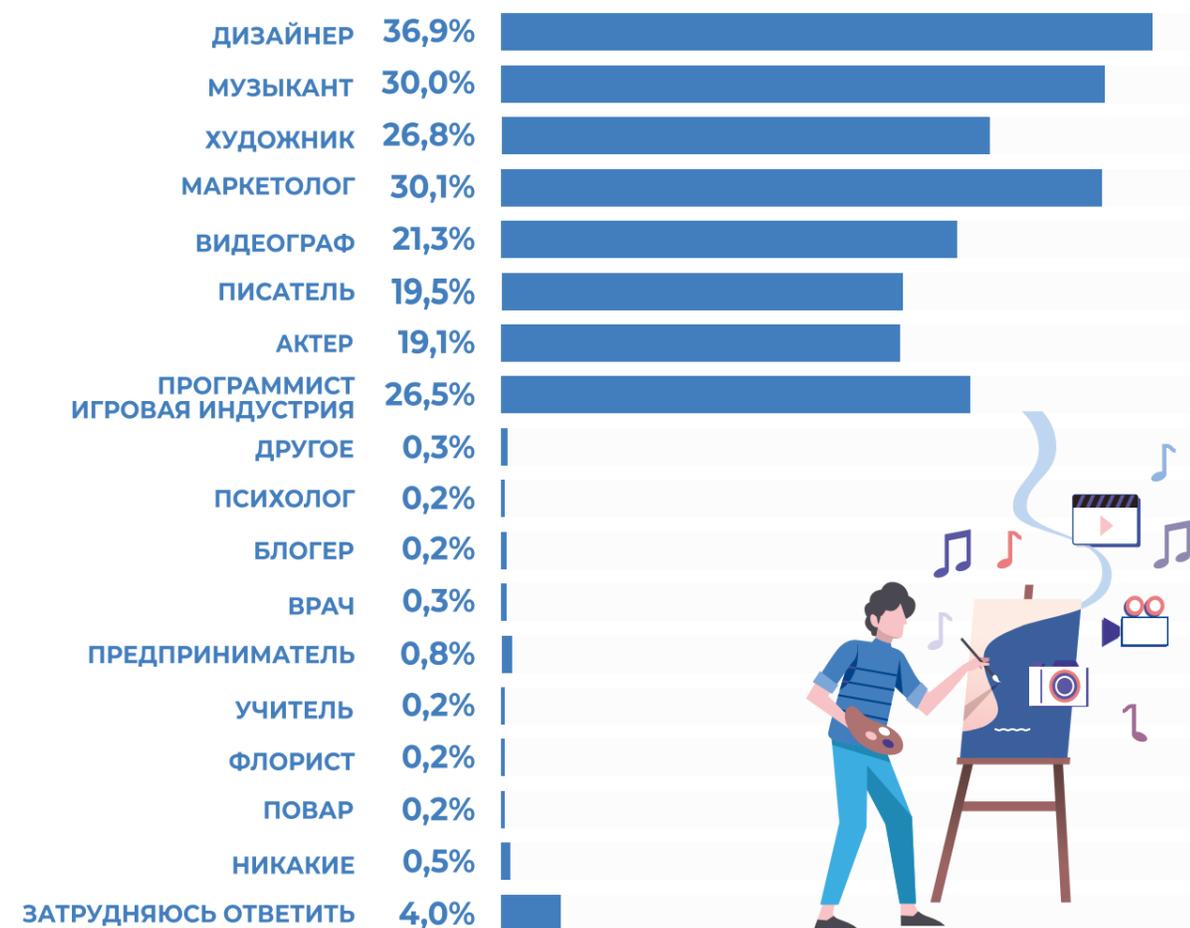


Рисунок 9. «Какие из перечисленных творческих профессий Вас наиболее интересуют?»

Наиболее перспективными секторами креативной индустрии для Казахстана респонденты считают кино и телевидение и IT-сферу с разработкой программного обеспечения. Также популярны музыка и исполнительское искусство.

Дизайн и архитектура, реклама и маркетинг занимают средние позиции, подтверждая важность этих отраслей в создании инновационного и эстетически привлекательного пространства. Напротив, издательское дело и литература, а также аниме и комиксы рассматриваются как менее перспективные направления. Минимальное внимание уделено спорту и др. (Рисунок 10).



Рисунок 10. «Какие секторы креативной индустрии, по Вашему мнению, наиболее перспективны для Казахстана?»

\*сумма ответов не равна 100%, т.к. респонденты могли выбрать до трех вариантов ответа.

В заключение, основываясь на проведенном анализе, в отношении развития креативной индустрии следует:

- сформировать и развить принцип монетизации творческого потенциала граждан;
- защищать авторское право на интеллектуальную собственность;
- способствовать развитию издательской индустрии и читательской культуры;
- популяризовать нишевые направления (например, аниме и комиксы);
- создать условия для межотраслевой интеграции.

В государствах с поддержкой, развитостью инновационных кластеров и культурных

центров, креативная экономика способна успешно интегрироваться в социальную и экономическую структуру общества, открывая новые перспективы и источники развития.

Казахстан обладает потенциалом в развитии креативной индустрии обладает потенциалом, но низкий уровень осведомленности остаётся значительным препятствием на пути к ее развитию. Для преодоления этого вызова необходимо внедрение образовательных и информационных программ, а также активное участие государства и общества в поддержке творческих инициатив. Развитие креативной экономики поможет Казахстану не только сохранить свою культурную идентичность, но и стать важным игроком на мировой арене.



### 3. ФОКУС РАЗВИТИЯ В КРАТКОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Мировая практика показывает, что креативные индустрии растут быстрее совокупной экономики. По оценкам Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), в отраслях, основанных на авторском праве, как добавленная стоимость, так и занятость растут значительно более высокими темпами, чем совокупный ВВП. В последние десять лет креативные индустрии увеличиваются примерно в два раза быстрее, чем общая экономика. Это можно сравнить с влиянием инженерных достижений XIX и XX веков, которые коренным образом изменили международные экономические отношения.

Креативная экономика Казахстана обладает значительным потенциалом для конкуренции на глобальном уровне. Творческие отрасли могут стать драйвером инноваций и экономического роста, благодаря воображению и навыкам дизайнеров, писателей, художников и других представителей креативной среды. Для достижения этой цели необходима тесная координация между правительством и частным сектором, создание благоприятной экосистемы для развития.

На политическом уровне у государственных акторов все еще отсутствует полное понимание экономического, экологического и социокультурного влияния креативной индустрии. Несмотря на экономические трудности, государственные гранты для базовых

культурных отраслей искусства должны продолжаться. Однако отношение правительства не должно сводиться к восприятию креативной индустрии исключительно через призму культурного искусства.

Фрагментированная ответственность между государственными структурами и слабая система данных препятствуют разработке долгосрочной политики. Поддержкой креативной индустрии обычно занимаются многочисленные госорганы, что приводит к недостаточной координации и коммуникации между ними. Такая ситуация создает риск дублирования усилий или упущения комплексного видения сектора. Отсутствие организованных и доступных данных, а также неструктурированный диалог между государственным и частным секторами осложняют разработку эффективных стратегий и рациональное распределение инвестиций.

Так, последовательность и приверженность укреплению креативной экономики путем поддержания четкой стратегии, планирования и финансирования – базовые требования создания эффективной экосистемы креативной индустрии. В ближайшей перспективе необходимо сосредоточить усилия на нижеследующих направлениях развития. Одновременно важно направить цели, обязанности, прозрачность и коммуникацию на поддержку и реализацию этих приоритетов, чтобы обеспечить их воплощение.



## 1. СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РОСТА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНОВ

Творческие индустрии занимают особое место в инновационной системе, способствуя стимулированию и координации процесса создания знаний, которые лежат в основе экономической эволюции. Для расширения возможностей культурных и творческих отраслей необходим многогранный подход, учитывающий специфические потребности их участников – практиков, профессионалов и предприятий. Этого можно достичь через целевые инициативы, направленные на улучшение понимания, доступности, роста, устойчивости и видимости сектора. В их рамках важно разрабатывать услуги для поддержки развития бизнеса, совершенствовать стратегии и организационные модели для обеспечения долгосрочной стабильности, а также повышать узнаваемость сектора среди политиков и заинтересованных сторон.

Факты показывают, что более плотные связи с креативными отраслями и их инновационными идеями, которые реализуются через цепочки поставок и перемещение рабочей силы между секторами, также способствуют росту инноваций в «некреативных» компаниях. Компании,

взаимодействующие с креативными отраслями, проявляют большую инновационную активность и имеют более высокие шансы на успешные инновации. Таким образом, существует эффект «перелива», при котором преимущества креативных отраслей положительно влияют на результаты других компаний и экономики в целом.

Тем не менее некоторые творческие предприятия, особенно малые предприятия, которые составляют порядка 94% компаний в креативных отраслях, часто сталкиваются с нехваткой ресурсов, инфраструктуры или возможностей для эффективного внедрения инноваций. Они также могут отказаться от инвестиций в инновации, опасаясь, что их разработки будут скопированы, а их права интеллектуальной собственности нарушены.

Как было отмечено выше, творческая индустрия в основном состоит из малых предприятий и фрилансеров. Из-за их размера им часто сложно получить доступ к финансированию. Доступность финансирования является проблемой для большинства местных



игроков и предпринимателей, будь то в форме государственных и частных грантов, венчурных инвестиций или доступа к банковским кредитам. Недостаток источников финансирования также способствует ограниченному доступу творческих людей к региональным и международным рынкам, поскольку это требует трудоемкой и дорогостоящей деловой активности. Творческие специалисты часто работают не по найму, совмещают постоянную занятость с проектной работой.

Один из ключевых факторов для создания новых финансовых инструментов – сбор более качественных данных, которые отражают поток капитала (*государственного, частного и благотворительного*) в креативные отрасли. Отсутствие доступных данных на уровне сектора и инвестиций ранее считалось серьезным препятствием для роста креативных отраслей. Лишь продемонстрировав в количественном выражении, что креативные предприятия являются надежными инвестициями, можно привлечь новых инвесторов в этот сектор.

Инвестиции в креативные индустрии по-прежнему в значительной степени сосредоточены в мегаполисах – Алматы, Астане и Шымкенте. Новые, инновационные финансовые продукты могут стать альтернативными источниками финансирования роста и помочь креативному бизнесу удовлетворить его потребности в расширении, особенно в регионах.

Таким образом, альтернативные методы финансирования в новых зонах инвестиций

в креативную индустрию могут дополнить традиционные источники, такие как банковские кредиты или государственные гранты, предоставляя более гибкие и доступные возможности для лиц и организаций в креативном секторе регионов. Для обеспечения конкурентоспособности в региональном разрезе необходимо переходить к гибридным бизнес-моделям.

К примеру, через создание и открытие региональных фондов творческой индустрии, ориентированных на финансирование творческих проектов посредством различных моделей: предложить акционерный капитал, кредиты или формы распределения доходов; соглашения о распределении доходов и лицензировании; спонсорство и партнерство с брендами; кредитование по принципу «равный-равному» (*P2P*); модели подписки и членства; венчурную филантропию; микрофинансирование и кредиты на развитие сообщества; сотрудничество с разделением прибыли; а также государственное финансирование под патронажем ЦГО и МИО.

Объединяя эти различные подходы и адаптируя их к конкретным потребностям, творческие личности и организации в регионах смогут преодолеть традиционные барьеры финансирования, масштабировать свои предприятия и внести значительный вклад в развитие творческой экономики. Отличным примером служит история успеха финтех-индустрии в Казахстане – идеальное сочетание финансов, технологий и креативности.



## 2. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОГРАММНЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Во многих творческих отраслях, где новые идеи, способы работы и технологии находятся в постоянном движении, модель ученичества может быть наиболее эффективной, предоставляя возможность изучать практические и теоретические навыки одновременно. Однако, хотя модель ученичества проста для крупных предприятий, которые могут покрыть расходы на относительно непродуктивных стажеров, она представляет собой гораздо большую проблему для малых предприятий, часто работающих с маленькой финансовой маржой. Фактически это может стать возможностью для открывающихся в стране региональных творческих центров предоставить соответствующую инфраструктуру и необходимую поддержку для содействия стажировке.

Огромный потенциал молодого, квалифицированного и талантливого населения Казахстана в креативных и наукоемких/технологических отраслях позиционирует страну как восходящего

глобального игрока с возможностями для инноваций, экономического роста и культурного влияния. Использование этого потенциала требует стратегических инвестиций, инклюзивной политики и надежной экосистемы, которая дает молодежи возможность процветать.

Квалифицированная, инклюзивная и производительная рабочая сила имеет жизненно важное значение для того, чтобы творческие предприятия могли адаптироваться к изменениям, конкурировать на коммерческой основе и определять новые области для инноваций и роста. Изменения в технологиях и инновациях продолжают катализировать изменения в потребностях в навыках сектора. Сектор все больше полагается на слияние творческих и STEM (*наука, технология, инженерия и математика*) навыков, которые часто являются узкоспециализированными, наряду с коммерческими, практическими и техническими навыками.

Сектор уже испытывает пробелы и нехватку навыков, причем почти половина работодателей в сфере творчества сообщают о проблемах с навыками. Конкретные требования к навыкам различаются в разных творческих подсекторах и постоянно развиваются. Творческие предприятия ожидают, что это продолжится и в будущем.

Должна быть наилучшая возможная информация о текущих и будущих потребностях в навыках, чтобы помочь поставщикам образования и обучения на каждом уровне сопоставить свое предложение со спросом в отрасли. Требуется целостный подход с тесной работой между правительством и творческими секторами для поддержки тех, кто уже работает в отрасли, и тех, кто еще не присоединился. Каждый этап отбора талантов и поддержка людей из всех слоев общества, от школьников до взрослых, возвращающихся на работу, должны быть охвачены интеграционной программой.

Развитие творческих талантов в начальном и среднем образовании, а также в дальнейшем и высшем образовании, и непрерывном обучении является ключом к достижению максимального потенциала талантливой и квалифицированной молодежи.

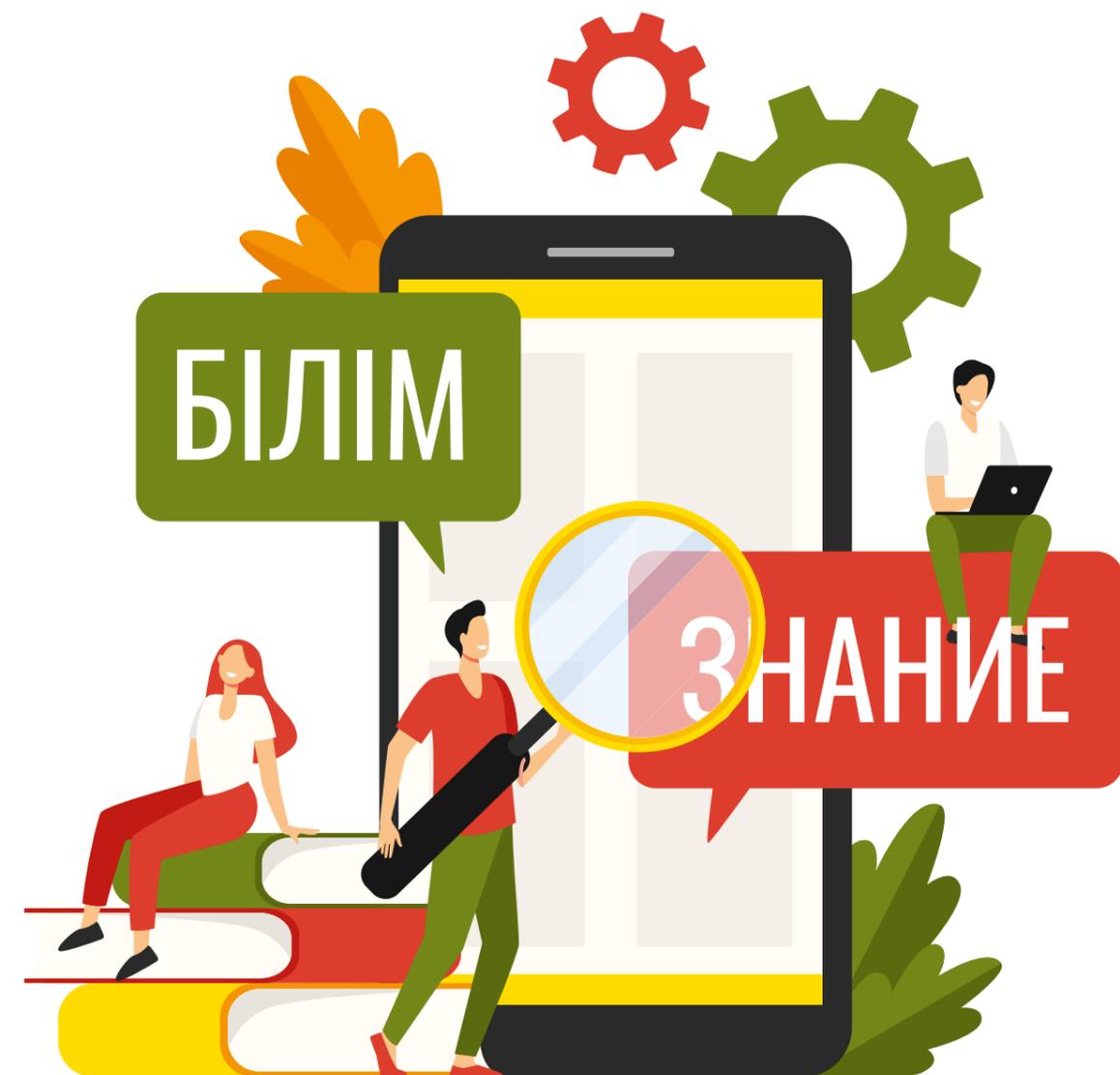


## 3. КАЗАХСКИЙ ЯЗЫК КАК ЗАЛОГ КАЧЕСТВЕННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Языковой барьер и отсутствие качественного контента на казахском языке представляют собой существенные проблемы для образования, сохранения культуры и готовности рабочей силы. Решение этих проблем требует скоординированных усилий по приоритетному созданию контента на казахском языке, содействуя доступности, инклюзивности и релевантности для молодого поколения.

Отсутствие учебников, цифровых ресурсов и учебных платформ на казахском языке препятствует эффективному образованию, особенно в сельской местности. По многим

передовым областям, таким, как наука, технологии, инженерия и математика (*STEM*), недостаточно материалов, переведенных на казахский язык. Интернет и социальные сети содержат ограниченное количество контента на казахском языке по сравнению с другими широко распространенными языками. Без адекватного образовательного и профессионального контента на казахском языке обучающимся будет сложно получить навыки, соответствующие требованиям рынка труда. Усиление содержания на казахском языке помогает сохранять и прославлять





национальное наследие, гарантируя, что будущие поколения сохранят связь со своими корнями.

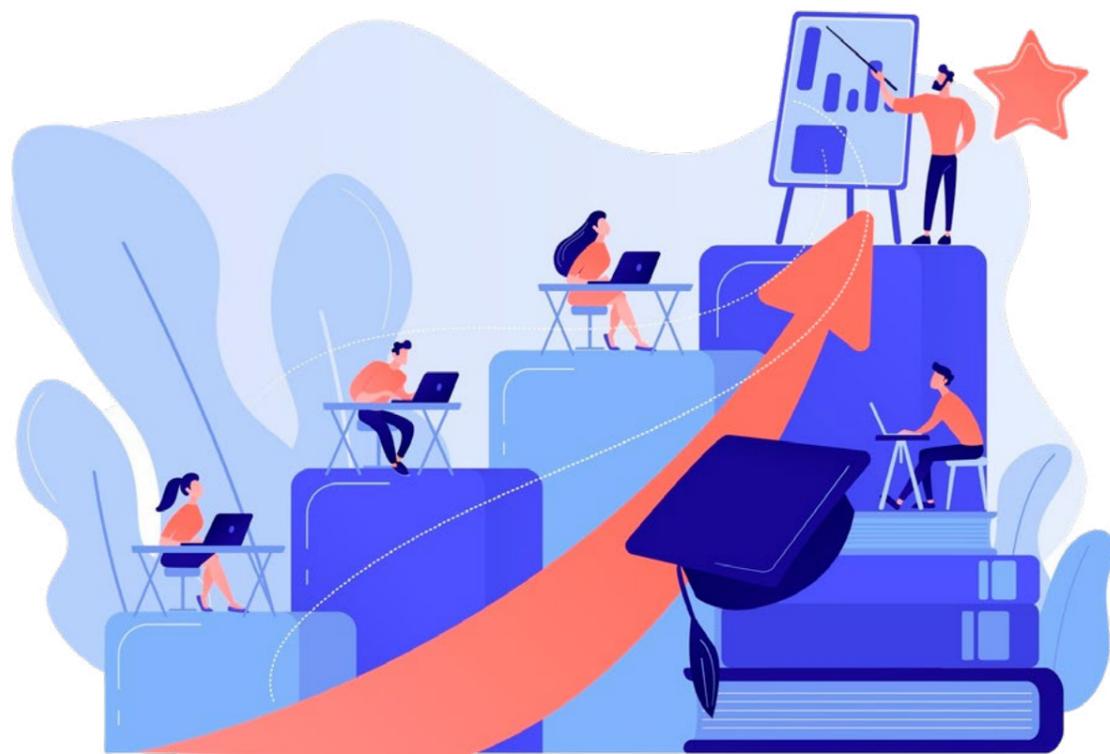
Обучение и подготовка рабочей силы на родном языке улучшает понимание и развитие навыков, способствуя национальному экономическому росту. Квалифицированная рабочая сила, владеющая как казахским, так и распространенными в мире языками, может эффективно участвовать на местных и международных рынках.

Поэтому крайне важно перевести основные мировые академические, технические и профессиональные ресурсы на казахский язык, сделать передовые знания доступными. Университеты, школы и учебные заведения должны отдавать приоритет казахскому языку как средству обучения, одновременно балансируя двуязычное владение.

Помимо этого, ввиду невозможности перевода обширного массива информации механическим

переводом для пополнения научной литературы, базы знаний, библиотечных фондов и, как следствие, развития и популяризации государственного языка в образовательный процесс и переводческое дело необходимо продолжить активное внедрение современных информационных технологий, в частности, искусственный интеллект, алгоритмы машинного обучения.

Инвестирование в творческую рабочую силу путем обеспечения им доступа к необходимому профессиональному обучению и навыкам на всех этапах их карьеры. Необходимо стимулировать предоставление и увеличение использования ряда технических образовательных путей и возможностей обучения для тех, кто входит в сектор и продвигается по нему. Это предоставление должно быть динамичным, основанным на четких данных и доказательствах, чтобы определять, предвидеть и быстро реагировать на потребности творческого бизнеса.



#### 4. СВОБОДА ТВОРЧЕСТВА КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА

Если успех «творческого промышленника» измеряется в первую очередь коммерческими показателями, то из этого следует, что политика финансирования будет все больше отдавать приоритет финансово прибыльным, «избранным» или «отфильтрованным» произведениям искусства. Поскольку коммерческие соображения начинают доминировать над решениями о финансировании искусства, существует риск того, что креативные лидеры могут оказаться во все более жесткой конкуренции за финансовые ресурсы. Это может исказить творческий процесс, формируя искусство в соответствии с требованиями рынка, а не способствуя подлинному интеллектуальному и творческому выражению. Поэтому крайне важно соблюдать баланс в поддержке искусства, признавая его не просто как коммерчески жизнеспособный продукт, но как продукт интеллектуальных и творческих усилий.

Творческие индустрии могут помочь решить проблемы здравоохранения и благополучия и способствовать открытому общению, что способствует сплочению сообщества и локальному возрождению. Творческие индустрии также вписываются в переход к углеродной нейтральности и устойчивому развитию экономики. Наконец, следует продолжать использовать мягкую силу творческих индустрий для стимулирования международного роста и укрепления позитивного имиджа Казахстана на мировой арене.

Творческие индустрии положительно влияют на благополучие несколькими способами. Отдельные личности и сообщества, вне зависимости от их вовлеченности, могут получать пользу от потенциала и воздействия творческих индустрий. Участие в творческих индустриях может оказывать прямое влияние на благополучие. Например, исследования показывают, что такие творческие занятия, как исполнение музыки или создание произведений искусства и ремесел, положительно влияют на психическое здоровье. Этот подход все чаще применяется в системе здравоохранения



через инициативы социального назначения, которые объединяют людей с деятельностью, организуемой добровольческими, общественными и социальными предприятиями.

В заключение: для успешного развития креативной экономики в регионах необходимо продолжать придерживаться сбалансированного подхода, который учитывает создание условий для роста малых предприятий в креативных отраслях, совершенствование программных и технических компетенций, поддержку казахского языка как основы для качественной рабочей силы, а также сохранение свободы творчества как движущей силы – все эти элементы должны быть интегрированы в стратегию развития. Фокус на данных направлениях обеспечит гармоничное развитие креативных индустрий в стране.



## РЕКОМЕНДАЦИИ

На основе проведенного исследования центральным и местным органам государственного управления рекомендуется:

- продолжить оказывать государственную поддержку в создании креативных кластеров, творческих парков и креативных пространств;
- разработать и внедрить программу субсидирования аренды помещений для предприятий из креативных индустрий;
- поддерживать грантовые программы творческих проектов, особенно для начинающих и малых предприятий;
- разработать визовые программы для привлечения креативных специалистов из других стран;
- привлекать международные инвестиции в креативные индустрии путем налоговых льгот и государственного софинансирования;
- рассмотреть возможность разработки и внедрения в образовательный процесс элективных курсов по креативным индустриям;
- рассмотреть возможность создания вуза и академии, специализирующейся на креативных индустриях;
- разработать меры по снижению налоговой нагрузки на предприятия в креативных индустриях (предоставление налоговых кредитов и компенсаций для создания кино, видеоигр, музыкальных проектов и других креативных продуктов);
- усовершенствовать защиту авторских прав и механизмы по их защите;
- разработать адаптированную информационную кампанию, подчеркивающую значимость и преимущества креативных индустрий. Особое внимание следует уделить созданию

инклюзивных возможностей для вовлечения различных возрастных групп, с акцентом на людей старше 50 лет.

- материально и нематериально поддерживать локальные творческие инициативы.

Общие рекомендации:

- изучить природу и механизмы деятельности креативной индустрии Казахстана, определить самобытность креативной индустрии страны;
- сформулировать четкую и обоснованную дорожную карту разных секторов креативной индустрии;
- создать подробные карты культурных и творческих ресурсов определенной территории;
- разработать стратегии развития творческих индустрий и сформировать эффективную культурную политику, направленную на устойчивое развитие регионов и усиление его конкурентоспособности;
- разработать программы обучения и наставничества, направленных на оказание помощи молодым и начинающим специалистам креативной индустрии;
- создать многостороннее сообщество, способствующее формированию среды, в которой артисты могут придумывать, репетировать и представлять тщательно продуманные живые выступления;
- разработать учебные программы, способствующие междисциплинарному сотрудничеству среди различных специалистов креативной индустрии;
- разработать инструменты для определения, измерения и отслеживания достижений в различных секторах креативной индустрии.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Креативная индустрия занимает стратегически важное место в структуре современной экономики и социальной сферы, играя ключевую роль как катализатор инноваций и культурного развития. В условиях глобализации и цифровой трансформации она становится мощным двигателем прогресса, способствуя созданию высококвалифицированных рабочих мест, росту культурного капитала и укреплению национальной идентичности. В эпоху, когда экономика знаний приобретает всё большее значение, креативные секторы не только генерируют интеллектуальные и культурные продукты, но и становятся важнейшими элементами конкурентоспособности как отдельных регионов, так и национальных экономик на мировом уровне.

Однако для полного раскрытия потенциала креативной индустрии необходимо преодолеть значительные структурные барьеры. Среди них — ограниченный доступ к финансированию, несовершенство нормативно-правовой базы, недостаток образовательных программ, направленных на развитие креативных компетенций, а также слабая инфраструктура для поддержки инноваций. Эти вызовы усугубляются проблемами цифрового неравенства, недостаточного взаимодействия между участниками креативной экосистемы и ограниченными возможностями для интеграции традиционных и новых форм творчества в экономическую деятельность.

Для достижения устойчивого развития креативной индустрии требуется комплексный подход, основанный на межсекторном взаимодействии и согласовании интересов государства, бизнеса и образовательных учреждений. Важно разработать и внедрить на уровне государственной политики комплексные стратегии, направленные на поддержку малых и средних предприятий, создание креативных кластеров и интеграцию их в экономику регионов. Открытие и поддержка креативных

хабов, создание цифровых платформ для обмена идеями и формирования новых бизнес-моделей, а также формирование социальных платформ для стимулирования взаимодействия и сотрудничества между креативными профессионалами помогут создать эффективную экосистему для роста и устойчивого развития сектора.

Инвестиции в креативную индустрию являются не только важным драйвером диверсификации экономики, но и фактором, способствующим развитию человеческого капитала, социальной интеграции и улучшению качества жизни. Через креативные индустрии можно стимулировать образование, расширять доступ к культурным и образовательным ресурсам и повышать общий уровень социальной и экономической устойчивости. Таким образом, креативная индустрия становится неотъемлемым элементом устойчивого экономического роста, формируя новые перспективы для экономики будущего и значительно укрепляя ее позиции в глобальной конкурентной среде.

Казахстан обладает уникальным культурным наследием, богатыми традициями и современными творческими ресурсами, что создает базу для успешного развития и интеграции креативной экономики на мировом уровне.

Однако для того, чтобы эти задатки переросли в устойчивый и процветающий сектор, необходимо продолжать внедрять комплексные меры поддержки и создания благоприятных условий для всех участников креативной экосистемы. Важно продолжать развивать образовательные программы, привлекать инвестиции и создавать инновационные инфраструктурные проекты. Реализация таких инициатив позволит Казахстану стать лидером креативной экономики в Центральной Азии и значительно усилить свои позиции на глобальной арене.



## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ



Раиса Сайран Кадыр – директор и основатель литературного агентства «Alghayat» и издательства «Steppe&World», член Национального курултая при Президенте Республики Казахстан. Бакалавр политологии (Американский университет в Каире (Египет), магистр ближневосточных исследований (Школа востоковедения и африканистики Лондонского университета (Великобритания), магистр финансового менеджмента (Роттердамская школа менеджмента Университета Эразмус (Нидерланды)). Работала в Королевском институте международных отношений Chatham House (Лондон, Великобритания), инвестиционном фонде Asiya Investments (Кувейт). Основатель бренда детской одежды. Владеет казахским, английским, русским, монгольским, немецким, арабским и турецким языками. С 2017 года активно применяет академический, корпоративный, предпринимательский и общественный опыт в развитии читательской культуры на казахском языке, занимается социальным предпринимательством. Steppe&World сотрудничает с ведущими мировыми издательствами и издает всемирно известные книги на казахском языке.





