

Перспективы развития творческих индустрий в Японии

Чекурова Вероника Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Институт стран Азии и Африки, Кафедра политологии Востока, Москва, Россия

E-mail: nika_korobcova@mail.ru

В настоящее время задача поиска стимулов для развития национальной экономики государства является приоритетной для многих постиндустриальных стран, вставших перед такими проблемами как снижение темпов развития экономики, увеличение безработицы, социально - экономическое расслоение населения, экологический кризис и потеря национальной конкурентоспособности на мировом рынке. В качестве решения данных проблем была предложена концепция «креативной экономики», в рамки которой входит развитие творческих, или креативных, индустрий.

Концепция «творческих индустрий» является относительно новой и не имеет четкого определения. Согласно ЮНЕСКО, «творческие индустрии - это индустрии, главной целью которых является производство, продвижение и распространение товаров, услуг, проектов культурной или творческой направленности, несущие в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. Они включают в себя такие индустрии как реклама, архитектура, искусство, дизайн, производство фильмов и видео-контента, компьютерные игры, музыку, исполнительное искусство, выпуск книжных изданий, телевидение, радио и т.п.» [6]

Важность развития творческих индустрий для экономики государств трудно переоценить. К примеру, возникнув в Великобритании как ответ на глубокий экономический кризис 1980-х годов, они помогли обеспечить людей рабочими местами на рынке труда и, перепрофилировав многие стагнирующие индустрии, вдохнуть новую жизнь в экономику [1]. Благодаря творческим индустриям, повышается привлекательность городов для туристов за счет стимулирования проектов по городскому развитию и создания «бренда», присущего определенному городу. Более того, поскольку творческие индустрии существуют благодаря взаимодействию искусства и предпринимательства, они становятся новым стимулом для развития национальных экономик, предоставляя потребителю более сложный, аутентичный и впечатляющий продукт, чем обычные товарные индустрии [3].

В Японии понятие «творческие индустрии» еще находится на начальном этапе исследования, и практически нет четких данных относительно тенденции развития данных индустрий. Однако следует отметить, что в 2012 г. доля продаж творческих индустрий уже составляла 3,3% от продаж всех секторов, и около 4,2% работников были вовлечены в творческие индустрии [2]. По сравнению с основными секторами экономики, а также сектором услуг, вовлекающим 75% работников и занимающим 70% от ВВП, доля творческих индустрий в экономике Японии сравнительно незначительна. Однако, принимая во внимание, что доля творческого сектора в экономике Великобритании, пионере и главным идейным вдохновителем концепции «креативной экономики», составляет около 5% и вовлекает 5,5% занятых [1], можно считать, что Япония имеет хорошую базу для развития творческих индустрий.

Наибольшее количество японских работников в 2011 г. было занято в индустриях по созданию программного обеспечения и видеоигр, архитектуре, рекламе, а также видео/аудио-записывающих индустриях [2]. В 2013 г. наибольшее развитие получили такие сферы как строительство и дизайнерская архитектура, а также издательство газет: примечательно,

что крупнейший газетный концерн «Ёмиури» является одним из лидирующих в творческих индустриях в регионе АТР, издающим 10 миллионов копий в день [3].

На правительственном уровне также идет активная поддержка творческих индустрий, преследующая цель продвижение национального бренда страны, реализуемого в рамках правительственной программы «Cool Japan». Данная программа работает на обеспечение внешней экспансии японских предприятий малого и среднего бизнеса, работающих в так называемых творческих отраслях. Основными индустриями продвижения являются такие массовые индустрии как кино, музыка, компьютерные игры, анимационные фильмы и комиксы манга, а с недавних пор - и японские рестораны, представляющие за рубежом национальную кухню Японии [5].

Особая роль в развитии творческих индустрий отводится программе креативных городов, разрабатываемой ЮНЕСКО. При этом их создание не рассматривается исключительно как средство развития городской среды, но как возможность развития собственно креативных индустрий. Правительство Японии также поставило задачу создания креативных городов, в которых таланты и умения творческих людей могут найти свое применение. На данный момент успешными примерами являются г. Канадзава и г. Йокогама, поддерживающие баланс между развитием культуры и бизнес-среды, а также создающие необходимые условия для реализации творческих идей и внедрения инноваций [4].

Создание креативных городов имеет непосредственное влияние на привлечение туристического потока и на развитие внутреннего туризма, который остается важным сектором японской экономики. Так, в 2015 г. туризм занимал 7,5% ВВП с долей занятых в 8%, а в апреле 2015 г. Японию посетило рекордное количество туристов - около 1.7 миллионов [7]. Однако, учитывая тот факт, что потребительские потребности меняются, и в настоящее время становится сложнее привлечь внимание потребителя, для увеличения потока туристов необходимо разрабатывать новые пути привлечения, в том числе посредством развития креативного туризма.

Несмотря на то, что творческие индустрии все еще не рассматриваются правительством Японии как приоритетное направление, и говорить об их стремительном развитии пока еще рано, существуют прогнозы влияния креативных индустрий на экономику и общество в целом. Во-первых, креативные индустрии, по расчетам специалистов, могут уменьшить уровень безработицы за счет аккумуляции рабочей силы, что должно привести к улучшению не только экономической ситуации, но и решению некоторых социальных проблем. Кроме того, развитие креативных индустрий, в том числе креативных городов должно оказать стимулирующее влияние на развитие креативного туризма, способствовать появлению новых товаров и услуг, в целом укрепить «бренд» Японии за рубежом и повысить ее мировую конкурентоспособность. Ожидается также, что развитие креативных индустрий станет шагом для перехода к новой экономической модели развития в Японии - экономике впечатлений.

Источники и литература

- 1) Department for Culture, Media & Sport. Creative Industries Economic Estimates, 2015
- 2) Emiko Kakiuchi, Kiyoshi Takeuchi. Creative industries: Reality and potential in Japan//GRIPS Discussion Paper. April 2014, 2014.
- 3) EY. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries, 2015, p. 8-9, p.16
- 4) Masayuki Sasaki. Creative cities in Japan. Cultural diversity and networking, 2008

- 5) OECD Studies on tourism. Tourism and the creative economy, 2014, p.54
- 6) UNESCO. Creative economy report, 2013, p. 20-22
- 7) World travel&tourism council. Travel and Tourism. Economic impact 2015 Japan