

Современные тенденции развития креативной экономики в странах Азии

УДК:330.342; ББК:65.01; Jel:O33
DOI: 10.24412/2072-8042-2025-7-119-124

*Александра Владимировна СИНИЛОВА,
ООО «Авангард» курортный проект Лучи
(Россия, Анапа, ул. Пионерский проспект, д.1),
директор по стратегическому развитию,
e-mail: aleksandra@sinilova.ru*

Аннотация

В статье анализируются модели государственной поддержки креативной экономики в азиатском регионе. Рассматриваются функции и эффективность специализированных государственных агентств, их финансовые механизмы, образовательные программы и инфраструктурные проекты. Приводятся конкретные примеры успешных агентств из Южной Кореи, Японии, Китая и других стран Азии. Особое внимание уделено сравнительному анализу азиатских подходов. Статья также затрагивает проблемы и перспективы развития креативной экономики в регионе при государственном участии.

Ключевые слова: креативная экономика, Азия, государственная поддержка, творческие индустрии, культурные агентства, государственная политика, креативные кластеры, культурный экспорт, институциональное развитие.

Contemporary Trends in the Development of the Creative Economy in Asian Countries

*Alexandra Vladimirovna SINILOVA,
Avangard Company Resort Project Luchi (1 Pionersky Prospekt, Russia, Anapa),
Strategic Director, e-mail: aleksandra@sinilova.ru*

Abstract

The article analyzes models of state support for the creative economy in the Asian region. It examines the functions and effectiveness of specialized government agencies, their financial mechanisms, educational programs, and infrastructure projects. Specific examples of successful agencies from South Korea, Japan, China, and other Asian countries are provided. Special attention is paid to the comparative analysis of Asian approaches. The article also addresses challenges and prospects for the development of the creative economy in the region with state participation.

Keywords: creative economy, Asia, state support, creative industries, cultural agencies, government policy, creative clusters, cultural export, institutional development.



В современной глобальной экономике креативные индустрии становятся важным драйвером роста. В азиатском регионе за последнее десятилетие сформировалась уникальная система специализированных государственных агентств, играющих ключевую роль в активизации творческого потенциала стран. Эти организации выступают катализаторами развития данного сектора.

Креативная экономика охватывает широкий спектр отраслей (архитектура, дизайн, мода, музыка, кинематограф, изобразительное искусство, ремесла, издательское дело), внося значительный вклад в формирование национальной идентичности и культурного экспорта. В этой связи государственные агентства становятся важнейшими акторами, обеспечивающими развитие и продвижение творческих индустрий.¹ Цель статьи – анализ специфики и эффективности государственной поддержки креативной экономики в странах Азии.

Агентства, функционирующие в сфере креативной экономики, представлены государственными, частными и общественными структурами. Их деятельность многогранна и включает финансовую поддержку, консультационное сопровождение, реализацию образовательных программ и продвижение культурных инициатив. Государственные агентства выступают ключевыми институтами поддержки, предоставляя финансирование, экспертные консультации и площадки для профессионального взаимодействия.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ АГЕНТСТВА КАК КЛЮЧЕВЫЕ ИНСТИТУТЫ ПОДДЕРЖКИ

Государственные агентства выступают основными институтами поддержки креативной экономики в Азии, предоставляя финансирование, экспертные консультации и площадки для профессионального взаимодействия. Их деятельность многогранна и включает:

1. **Финансовые механизмы:** Прямое финансирование через гранты, субсидии, инвестиционные сессии (например, Агентство креативных индустрий Москвы – АКИМ).
2. **Экспертно-консультационное сопровождение:** Разработка стратегий развития, бизнес-моделирование, помощь в выходе на международные рынки.
3. **Образовательные программы и акселераторы:** Повышение квалификации кадров, развитие предпринимательских навыков.
4. **Инфраструктурные проекты:** Создание и развитие креативных кластеров, предоставление производственных и офисных площадок.
5. **Продвижение и брендинг:** Формирование позитивного имиджа страны/региона как креативного центра, поддержка культурного экспорта.

Азиатский регион демонстрирует разнообразие моделей государственной институциональной поддержки, адаптированных к национальным особенностям:

Южная Корея: Korea Creative Content Agency (КОССА) – ключевой государственный орган, координирующий поддержку K-Pop, K-Drama, анимации, игр. Акцент на экспортный потенциал и технологическую интеграцию (AI, VR). Финансирует производство, маркетинг, международное продвижение. Создана разветвленная сеть центров поддержки по стране.

Япония: Japan Agency for Cultural Affairs (Bunka-cho) и Cool Japan Fund. Bunka-cho фокусируется на сохранении традиционного наследия и поддержке современных художников через гранты. Cool Japan Fund – государственно-частный инвестиционный фонд, финансирующий проекты, продвигающие японскую культуру и образ жизни (мода, аниме, кухня, туризм) за рубежом.

Китай: Национальная стратегия «Made in China 2025» включает креативные индустрии как стратегический сектор. Поддержка осуществляется через местные органы власти и специализированные фонды развития в крупных городах (Шанхай, Пекин, Шэньчжэнь). Акцент на масштабирование, создание крупных креативных парков и интеграцию с цифровыми гигантами (Alibaba, Tencent). Жесткая связь с задачами национальной культурной политики и soft power.

Сингапур: Infocomm Media Development Authority (IMDA) реализует государственные программы (например, «Infocomm 21 Masterplan»)² по развитию креативных медиа и технологий, предоставляя финансирование, инфраструктуру (медиаполисы) и экспортную поддержку.³

Индонезия: Министерство туризма и креативной экономики (Kemenparekraf) и ранее существовавшее Бекрафт (Bekraf) координируют национальную политику. Принят Закон № 11/2020 о создании рабочих мест (Omnibus Law), упрощающий регулирование для креативного сектора. Разработан Национальный среднесрочный план развития (RPJMN) 2020-2024 с фокусом на креативную экономику как приоритет.⁴ Индонезия активно продвигает тему креативной экономики на международной арене (G20)⁵.

ОАЭ: Принята Национальная стратегия для культурных и креативных индустрий (2021), создаются новые институты и фонды для поддержки локализации и экспорта креативного контента, диверсифицируя нефтезависимую экономику.⁶

Общие черты азиатских подходов:

Сильная централизованная координация: Наличие ведущего государственного агентства или министерства.

Стратегическое планирование: Интеграция креативных индустрий в национальные планы развития.

Экспортная ориентация: Активное продвижение культурных продуктов на глобальные рынки как инструмент soft power.



Инфраструктурные инвестиции: Создание креативных кластеров, технопарков, медиагородов.

Связь с образованием: Развитие специализированных учебных программ и вузов.

Гибкое регулирование: Попытки адаптировать законодательство (особенно в сфере ИС) к специфике сектора.

Российский контекст: Агентство креативных индустрий Москвы (АКИМ)

В Российской Федерации институциональная инфраструктура поддержки креативной экономики находится в стадии формирования. АКИМ, инициированное Правительством Москвы, реализует комплексную стратегию:

Финансовая поддержка: Микрогранты, конкурсы проектов, инвестиционные сессии.

Образовательные акселераторы: Программы развития навыков для творческих предпринимателей.

Инфраструктура: Содействие развитию креативных кластеров в городе.

Продвижение: Формирование имиджа Москвы как международного креативного центра, помощь в выходе на внешние рынки.

Экспертиза и консалтинг: Предоставление отраслевых знаний и бизнес-поддержки.

Деятельность АКИМ сфокусирована на развитии творческого бизнес-кластера и коммерциализации проектов представителей творческих профессий (визуальные художники, музыканты, литераторы, digital-разработчики).⁷ Ключевым вызовом остается интеграция в глобальные цепочки создания стоимости и преодоление фрагментарности отраслевого регулирования.

ВЫВОДЫ

Государственные агентства поддержки креативной экономики в Азии формируют необходимую инфраструктуру для устойчивого развития сектора как драйвера экономического роста, культурного суверенитета и soft power.⁸

Предоставляя многоканальную поддержку (финансирование, экспертиза, образование, инфраструктура, продвижение), эти организации минимизируют рыночные провалы, характерные для креативного сектора, и облегчают интеграцию локальных игроков в глобальные цепочки. Сравнительный анализ азиатских кейсов (КОССА, Cool Japan Fund, Kemenparekraf, IMDA) и российского опыта (АКИМ) демонстрирует высокий потенциал трансформации креативной экономики в стратегический сектор национального хозяйства при условии системной государственной поддержки, целевых инвестиций и стратегического планирования.

Прогнозируется усиление роли подобных агентств, обусловленное их способностью генерировать позитивные экстерналии: наращивание экспорта, формирование soft power, стимулирование инноваций. Их эволюция подтверждает тезис о переходе от поддержки отдельных проектов к построению устойчивых экосистем креативного капитала под эгидой государства.⁹

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Mumtaz, M. Z., Smith, Z. A. Эффективность и факторы творческих индустрий в Азии. 2023. С. 48.

² Infocomm 21 Masterplan. Singapore: Ministry of Information and the Arts (MITA), 2000. 31 p.

³ Ooi, C.-S. The Future of Creative Industries in Singapore. 2021. P. 52; Infocomm 21 Masterplan. 2000.

⁴ Закон Республики Индонезия № 11 от 2020 года о создании рабочих мест (Omnibus Law). Электронный ресурс. Режим доступа: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/138287/uu-no-11-tahun-2020>

⁵ Национальный среднесрочный план развития Индонезии (RPJMN) 2020-2024; Приоритеты председательства Индонезии в G20. 2022.

⁶ Национальная стратегия для культурных и креативных индустрий ОАЭ. Ноябрь 2021. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://creind.urfu.ru/ru/news/?news=51365>

⁷ АКИМ: Альянс креативных индустрий и медиа: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://acim.ru/about>

⁸ Creative Economy Outlook 2021: Trends in international trade in creative industries / UNCTAD. 2021. Электронный ресурс. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2021>

⁹ Creative Economy Outlook 2021 / UNCTAD. 2021; Резолюция ООН A/RES/74/199. 2019.

БИБЛИОГРАФИЯ:

АКИМ: Альянс креативных индустрий и медиа: офиц. сайт @@ АКИМ: Al'yans kreativny'x industrij i media: oficz. sajt. – <https://acim.ru/about> (Дата обращения: 26.06.2025).

Закон Республики Индонезия № 11 от 2020 года о создании рабочих мест (Omnibus Law) @@ Zakon Respubliki Indoneziya № 11 ot 2020 goda o sozdanii rabochix mest (Omnibus Law). Электронный ресурс. URL: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/138287/uu-no-11-tahun-2020> (Дата обращения: 26.06.2025).

Национальная стратегия для культурных и креативных индустрий ОАЭ. Ноябрь 2021 @@ Nacional'naya strategiya dlya kul'turny'x i kreativny'x industrij OAE'. Noyabr' 2021. Электронный ресурс. URL: <https://creind.urfu.ru/ru/news/?news=51365> (Дата обращения: 26.06.2025).



Национальный среднесрочный план развития Индонезии (RPJMN) 2020-2024 @@
Nasional`ny`j srednesrochny`j plan razvitiya Indonezii (RPJMN) 2020-2024. Электронный ре-
сурс. URL: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/40260/uu-no-25-tahun-2004> (Дата обра-
щения: 26.06.2025).

Приоритеты председательства Индонезии в G20. 2022 @@
Prioritety` predsedatel`stva Indonezii v G20. 2022. Электронный ресурс. URL: <https://www.g20.org/about-g20-indone-sia-presidency/> (Дата обращения: 26.06.2025).

Creative Economy Outlook 2021: Trends in international trade in creative industries / UNC-
TAD. 2021. Электронный ресурс. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-out-look-2021> (дата обращения: 26.06.2025).

Infocomm 21 Masterplan. Singapore: Ministry of Information and the Arts (MITA), 2000. 31
p.

Mumtaz, M. Z., Smith, Z. A. Эффективность и факторы творческих индустрий в Азии //
Journal of Asian Creative Economies. 2023. Т. 12, № 3. С. 45-67.

Ooi, C.-S. The Future of Creative Industries in Singapore // Journal of Creative Economies.
2021. Vol. 5, No. 2. P. 45–67.

