**КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯ: ӘДЕБИЕТ ЖӘНЕ ӨНЕР**

19.09.2023

1078

0

**Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың тікелей бастамасымен елімізде әлеумет­тік-экономикалық, мәдени-рухани салада көптеген игілікті іс-шаралар жүзеге асуда. Мемлекет Басшысының Қазақстан Жазушылар одағы басқармасының төрағасы Мереке Құлкеновті қабылдауы – осы саладағы жақсы жаңалықтардың бірі болды. Қабылдауда Президент еліміздің өсіп-өркендеуінде қаламгерлер қауымының еңбегі зор екендігіне тоқталып, қазақ әдебиетінде оқырман талғамына сай, көпшілік іздеп жүріп оқитын қызық туындылар жазылу керектігін және жас ақын-жазушылардың шығарма­шылығына ерекше қамқорлық жасау қажет­тігін атап айт­ты.**

Демек, ұлт­тық әдебиетімізді дамытуда жаңа мүмкіндіктер туып отыр. Бұл мүмкіндіктерді жүзеге асыру үшін не істеу керек?  
Президент Түркістанда өткен Ұлт­тық құрылтайда сөйлеген сөзінде бұл жөнінде негізгі бағыт-бағдарды айқындап: «Креативті индустрияны жаңа деңгейге көтеру керек. Қазір медиа саласы, кино және сериал, мультфильм, спорт және музыка шоулары, компьютер ойындары мен кітаптар – бәрі бірігіп, біртұтас жүйеге айналды. Бұл жүйе озық құндылықтар мен қасиет­терді қалыптастыруға ықпал етеді. Біздің бұл саладағы әлеуетіміз орасан зор. Оны толыққанды жүзеге асыру үшін нақты шаралар қабылдау керек», – деп атап көрсет­ті.  
Демек, алдағы уақыт­та мәдениетіміздің барлық саласын, оның ішінде әдебиетімізді де креативті индустрияның негізінде дамытуымыз керек. Бірақ бүгінгі таңда басқалар түгілі шығармашылық өкілдерінің өздері де креативті индустрияның мән-жайын, оның өздеріне қандай қатысы бар екендігін біле бермейді. Сондықтан бұл туралы айта кетейік. «Мәдениет туралы» заңда «Креативті қызмет – шығармашылық қызмет нәтижелерін коммерциялауға байланысты қызмет түрлері» деп айтыла келе «креативті индустриялар жеке және заңды тұлғалардың креативті қызметінің нәтижелерін жасау, шығару, қайта жаңғырту және жаппай тарату жөніндегі индустриялар» деп атап көрсетілген. Бұл заңның тілін жазушы тілімен түсіндіріп айтсақ, «Креативті индустрия дегеніміз – қаламгердің кітап жазу, оны баспадан шығару немесе бұрынғы жарық көрген шығарманы қайта бастыру, сосын ол кітапты кітапханаларға тарату не сатуға шығару» деген мағынаны білдіреді.  
Яғни бүгінгі жазушының бүкіл шығармашылық тірлігі осы креативті индустрияға барып тіреледі. Бұл жағдай тек жазушыға ғана емес, театрда спектакль қоюдан бастап кино түсіру, газет-журнал шығару, радио мен телехабарлар таратуға дейін бәріне қатысты. Яғни бұл саладағы шығармашылық туындының креативі индустрияның бір секторы ретінде коммерцияландыру арқылы өзіне жұмсалған шығынды толығымен өтеп, авторларға да, мемлекетке де міндет­ті түрде пайда әкелуі керек.  
Мұндай мысалды өзімізбен көрші Ресейден келтіруге болады. Бұл елде театр өнері креативті индустрия секторының ең алдыңғы қатарынан орын алады. Оларда көрермендер әрқашан да мол, түсетін табыс та жоғары. Мысалы, Мәскеу театрлары Алматыға гастроль­дік сапармен келіп тұрады. Сонда байқайтынымыз, олардың спектакльдеріне сатылатын билет­тердің бағасы 10 мың теңгеден басталып, 30-40 мың теңгеге дейін жетеді. Бірақ көрермендер сонда да оларға ағылып барып жатады.  
Шетелдерде кітап шығарып тарату да креативті индустрияның бір секторы ретінде кәсіпкерліктің ең тиімді түрлерінің біріне айналған. Қазақстанның кітап дүкендерін Ресейден шыққан дүниелердің «жаулап» алуы осының нақты көрінісі. Біздің кинотеатрларымыз бен телеарналарымызда шетел кинолары мен телесериалдарының күні-түні тынбай көрсетілуі де осы креативті индустриялардың нәтижесі.

**Креативті индустрия және шетел**

Креативті индустрия бүгінгі таңда өркениет­ті мемлекет­тердің бәрінде халық шығармашылығы, музыка, мәдениет және демалыс мекемелері, баспа ісі, кино және анимация, фотография, ақпарат құралдары архитектура, кітапхана, мәдени мекемелері, тарихи мұра және басқа да, барлығы 16 секторға бөлініп, тұрақты жұмыс істеп, пайда тауып, мемлекет­тің экономикалық дамуына үлкен үлес қосатын қуат­ты күшке айналған. Мысалы, АҚШ пен Қытайдың әрқайсысында бұл саладағы қаржы айналымы жылына 1 триллион доллардан асады екен.

**Креативті индустрия және біз**

Ал креативті индустрия Қазақстанда қалай дамуда? Бұл жөнінде бірдеңе айтудың өзі қиын. Өйткені мәдениет саласындағылардың басым көпшілігі креативті индустрияны дамытпақ түгілі, оның не екенін де білмейді; білсе де оған мүлдем қарсы. Яғни бізде әдебиет пен өнерді экономикамызды дамытудың бір құралы ретінде пайдалану деген ұғым мүлдем жоқ. Керісінше, бұл саладан ақшаны аямау керек, оған берілген қаржының қайтарымын талап ету сауатсыздық деген түсінік кеңінен қалыптасқан.  
Нақты мысал келтірейік. Біз театр­ларымыздың жұмысын нарық заңдылығына бейімдеу керек дегенді үнемі айтып та, жазып та жүрміз. Соған орай жақында Дулат Исабеков, Нұрлан Оразалин бастаған біраз драматургтер мен театр сыншылары бірлесіп, Қазақстан театрларының жұмысын жетілдіру, оның ішінде қаржыны оңды-солды шаша бермей, тиімді пайдалану жөнінде нақты ұсыныстар дайындап, жоғарыға жіберіп едік. Осыған байланысты театрларға бюджет­тің қаржысын дұрыс пайдалану туралы нақты тапсырма келген көрінеді. Бірақ мұндай тапсырма кейбір театр басшыларына ұнамай қалыпты. Сосын олар дереу әлгі ұсынысқа қатысы бар театр сыншыларына байланысқа шығып: «Неге тыныш жүрмейсіңдер?! Қаржыны біздің қалай жұмсайтынымызда не шаруаларың бар?! Енді қайтып маңайымызға жоламаңдар!» – деген сыңайда қоқан-лоқы жасаған.  
Ал енді осындай дау шығарған театрдағылар Президент­тің креативті индустрияны дұрыс жүргізіп, бюджет ақшасын тиімді жұмсап, пайда келтіріңдер деген тапсырмасын қалай қабылдады екен оны өздері біледі; бірақ көрермендерді көбейтіп, табысты жақсартып, бюджет­тен түскен қаржының қайтарымын қамтамасыз етіп, мемлекетке пайда келтірейік деген ұғым-түсініктің төмен екендігін енді мойындайтын шығар?! Тіпті театрларымыздың бұл жөніндегі жұмысы бұдан отыз-қырық жыл бұрын әлдеқайда жақсы еді. Ол кезде көрермен барынша мол болатын, оның үстіне барлық театрлар жаз шыға Қазақстан мен көршілес республикалардың ең шалғай ауыл-аудандарына дейін аралап, екі-үш ай гастрольдік сапарда жүретін. Соның нәтижесінде театрлар табысы барынша мол, ең ауқат­ты, бай мекемелердің қатарынан орын алатын. Қазір оның бәрі ұмыт болған.  
Егер театрларға жылына бюджет­тен қанша қаржы бөлінді, билет сатудан қанша пайда түсті дегенге дұрыстап есеп жүргізсек, бұған оп-оңай көз жеткізуге болады. Бірақ бұл мүлдем ескерілмейді. Оның есесіне, қазіргі театрларымыз үшін ең басты мақсат та, мақтаныш та – түрлі фестивальдерге қатысып, жүлдегер атану. Егер бір жүлдеге қолдары жетсе, оны театрдың ең басты жетістігі ретінде айтып, мақтанып жүреді. Ал сол мақтанған спектакльге көрермен қалай келуде, жұмсалған қаржының қайтарылымы қандай деген әңгіме ешқашан ашып айтылмайды.****  
Және мұндай масылдық көзқарас мәдениет­тің барлық саласында, әсіресе кино өндірісінде кеңінен тараған. Президент кеңесшісі Мәлік Отарбаев жақында Алматыға келіп драматургтермен, театр сыншыларымен кездесу өткізгенде біз осы жөнінде де әңгіме қозғағанбыз. Мысалы, бұдан бұрын Қазақстанда соңғы отыз жылда бюджет қаржысына үлкенді-кішілі 600-ден астам фильм түсіріліп, оның 8 пайызы яғни 50-і ғана прокатқа шығып, қалған 550-і ешкімге керек болмай далада қалғаны ресми түрде жарияланды. Ал өткен жылы осындай 62 фильм түсіріліп, оның 12-сі ғана көрерменге жол тартып, қалған 50-і мүлдем көрсетілмеген. Бірақ мұндай мәселелер жөнінде еш жерде ешқандай әңгіме болмайды. Оның есесіне біздегі кейбір фильмдердің халықаралық фестиваль­дерге қатысып жүлдегер атанғаны үлкен жетістік ретінде кеңінен насихат­талады. Ал сұрастырып көрсең, бәйге алған ол фильмді ешқандай шетелде де, тіпті бәйге берген сол елдің өзі де, ең аяғы біздің өзімізде де керек етпеген болып шығамыз.  
Міне, осындайда мемлекет­тік бюд­жет есебінен түсірген киноларының 80-90 пайызы ешкімге керек болмай, босқа қалатын жағдай Қазақстаннан басқа қай мемлекет­те бар деген сұрақ туады. Бұл сұраққа сол киноларды түсірген режиссерлар мен кинотанушы сыншылар жауап бермесе, біз ештеңе айта алмаймыз.  
Кітап шығарып таратудағы жағдайы­мыз да осыған ұқсас. Мысалы, соңғы уақыт­та бізде «Жұрт кітап оқымайды, бәрі телефонға қарайды, әлеумет­тік желілерді көреді» деген сияқты сарыуайымға салынған әңгімелер жиі айтылады. Бірақ бұл пікірмен келісу қиын. Оған да дәлел келтірейік. Биылғы оқу жылының алдындағы тамыз кеңесінде мектептерімізде балалар оқитын кітап, әсіресе көркем әдебиет жетіспейді деген әңгімелер Қазақстанның әр түкпірінен де естіліп жат­ты. Бұл – ащы шындық. Өйткені жыл өткен сайын қазақша оқитын балалардың саны үздіксіз өсуде. Биыл Астана қаласында бірінші сыныпқа 36 мыңдай бала барған, соның 26 мыңға жуығы қазақ мектебінде оқиды. Ал бүкіл еліміз бойынша қазақ мектебінің бірінші сыныбына барған оқушылардың өзі 300 мыңға жуықтайды екен. Демек, мектептердегі бүкіл сыныптарды қоссақ, қазақ әдебиетін қажет ететін оқушылардың ұзын саны бірнеше миллионға жетеді. Оның сыртында жүздеген мың жастар жоғары және арнаулы оқу орындарында оқиды. Қазақша білім алып, қазақша көркем әдебиетке сусап отырған осы миллиондаған жастарды кітаппен қалай қамтамасыз етеміз?  
Бұл сұраққа жауап іздегенде бірінші кезекте қазіргі Мәдениет және ақпарат министрлігінің «Әлеумет­тік маңызы бар әдебиет­ті сатып алу, басып шығару және тарату» бағдарламасы еске түседі. Бүгінгі таңда Қазақстандағы көркем әдебиет­ті шығару жөніндегі ресми түрде бекітілген ең басты құжат – осы бағдарлама. Және бұл бағдарламаға айтарлықтай мол қаржы бөлінеді. Бірақ ол бағдарлама бойынша шығатын кітаптардың таралымы 3 мың дана ғана. Ал сонда бұл 3 мың дана әлгі көркем әдебиетке құштар болып отырған сан миллион жастарға қалай жетеді? Оның сыртында, қазақша кітап оқығысы келетін қалың бұқара халық бар ғой, олар қайда қалады? Бұл сұраққа қазіргі Қазақстанда ешкім де жауап бере алмайды. Міне, осының бәрін көріп, біліп отырып ешкім кітап оқымайды деп қалай айтуға болады?  
Киноға, театрға, көркем әдебиетке қатысты айтылған бұл әңгімелер креативті индустрияны дамытудың Қазақстанда барынша кенже қалғанын көрсетеді. Президент­тің күн тәртібіне қойған мәселесі де осыдан туындаған. Енді осы жағдайды рет­теу үшін не істеу керек.

**Креативті индустрия және әдебиет**

Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев жақында «Қазақ­фильмнің» төрағасы Азамат Сатыбалдыны қабылдап, киноөндірісін креативті индустрияның жеке секторы ретінде қарастыру жөнінде нақты тапсырма берді. Сондықтан да алдағы уақыт­та кино саласындағы барлық мәселе өз шешімін табады деп ойлаймыз.  
Театр туралы да осыны айтуға болады. Яғни театр қайраткерлері Президент­тің тапсырмасына сәйкес алдағы уақыт­та мемлекет­тің қаржысын босқа шаша бермей, өз жұмыстарын креативті индустрияландырудың негізінде жүргізеді деп үміт­тенеміз.  
Ал біз бұдан әрі өзімізге тікелей қатысты бар кітап шығару мәселесі туралы ғана сөз қозғамақпыз.  
Президент Ұлт­тық құрылтайда креативті индустрияның қатарына кітаптарды да қосып атап көрсеткенін жоғарыда айт­тық. Демек, бұдан былай әдебиетімізді дамытып, оқырмандарымызды көбейтіп, дұрыс қаламақы алғымыз келсе, онда жарық көретін кітаптарымызды креативті индустрияға бейімдеп шығаруымыз керек.  
Бұл мәселе бірінші кезекте жоғарыда айтылған «Әдебиет­тің әлеумет­тік маңызды түрлерін сатып алу, басып шығару және тарату» бағдарламасына келіп тіреледі. Мәдениет және ақпарат министрлігі бұл Бағдарламаға бюджет­тен айтарлықтай мол қаржы бөліп, мемлекет­тік сатып алу конкурсы бойынша біраз баспаларға қаржы беріп келеді. Ал бұл баспалар алған ақшаларына кітаптарды конкурс шартына сәйкес 3 мың таралыммен ғана шығарып, кітапханалар мен басқа да тиісті мекемелерге жеткізіп, артылған ақшаны өз пайдаларына жаратып, тып-тыныш отыра береді. Өркениет­ті елдердегідей кітаптардың таралымын көбейтіп, сау­даға шығарып, халықтың сұранысын қанағат­тандырайық деген мақсат ешкімнің ойына да келмейді.  
Қысқасы, әдебиетке жанымыз ашитыны, шығарған кітаптарымыздың таралымы көбейіп, халықтың сұранысын өтеп, мемлекетке де, авторға да пайда келтіргіміз келетіні рас болса, онда Президент­тің тапсырмасына сүйене отырып кітап шығаруды креативті индустрияның бір секторы ретінде жүргізуіміз керек.  
Қаламақы мен әдеби агент­тіктерге қатысты мәселелерді осы жолмен де шешуге болады.

**Жаңарған министрлік, қайта оянған үміт**

Біз мәдениетімізді дамытуға қатысты жоғарыда айтылған мәселелерді ақпарат құралдарында бұған дейін де сан рет жазғанбыз. Тиісті министрліктер мен басқа да жоғары орындарға ұсыныс та жолдағанбыз. Бірақ ол жазғандарымызға судыраған қызыл сөзден басқа ешқандай нақты жауап алмағанбыз. Сөйтіп, үмітіміз үзілгендей болып жүр еді.  
Мемлекет басшысы мәдениет­тің барлық саласын нарыққа бейімдеп, жаңаша дамыту жөнінде нақты тапсырма бергеннен кейін бұл үмітіміз қайта оянғандай болды.  
Мәдениет пен ақпарат­тың бір министрлік болып қайта құрылып, бұл екі саланы да жақсы білетін Аида Балаева­ның министр болып тағайындалуы бұл үмітімізді, тіптен нығайта түсті.  
Бұл Министрлікте кітап шығару көптен бері Архив істері және құжат­таманы басқару комитетінің көлеңкесінде қалып, елеусіз күн кешіп келген еді. Министрліктегі жаңа өзгерістерге байланысты енді бұл комитет – Архив, құжат­тама және кітап ісі деп аталатын болыпты. Бұл жаңалық та министрліктің әдебиетке деген ынта-ықыласы мен қолдауын арт­тыратыны анық.  
Дегенмен Министрліктегі бұл жаңалықтар мәдениетіміздің барлық саласын креативті индустрияландыруға бірден кедергісіз кең жол ашады деу де қиын. Бұрын қаржыны тегін алып, керегінше жұмсап үйреніп қалғандар енді аяқастынан өз жұмыстарын коммерцияландыруға бірден қызу кірісіп кете ме, жоқ әлде шамалары жеткенше әртүрлі тәсілмен оған кедергі жасай ма – ол жағы әлі белгісіз. Тіпті бұл жаңалықты қостағанмен, оны жүзеге асырудың мән-жайын білмей, тұйыққа тірелетіндердің де кездесетіні анық.  
Мұндай жағдайды болдырмаудың біздің ойымызша жалғыз-ақ жолы бар. Ол – Мәдениет және ақпарат министрлігінің құрамынан креативті индустрия мәселесімен айналысатын жеке комитет құру. Бұл комитет бүкіл Қазақстандағы мәдениет пен ақпарат саласындағы креативті индустрия­ны коммерцияландыру жұмыстарын ұйым­дастыруға бағыт-бағдар беріп, орындалуын қадағалап, қажет жағдайда өзі де нақты шешім қабылдап отыратын құзырлы мекеме болуға тиіс.  
Шығармашылық саланы креативті индустрияландыруды қолға алғанда заңнамалық актілерге де сүйену керек. Жақында Мәжіліс депутаты Абзал Құспан Алматыға келіп Жазушылар одағында әдебиет және өнер өкілдерімен кездесу өткізді. Кездесуде «Мәдениет туралы» заң мен «Қазақстан Республикасының мәдени саясатының 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдасына» өзгертулер мен толықтырулар енгізу туралы әңгіме болды. Мен өзім бұл заңмен біршама таныс болатынмын, ал «Мәдени саясат туралы» тұжырымдаманың қабылданғанын, тіпті естімеппін де. Бірақ негізінен мәдениет мәселесіне арналғандықтан Тұжырымдамада әдебиет­тің жағдайы жан-жақты қамтылған шығар деп ойлағанмын. Бірақ Тұжырымдаманы оқып қарағанымда, онда әдебиет туралы ештеңе, тіпті бір ауыз сөз де жоқ болып шықты. Кез келген халықтың мәдени-рухани өмірінде әдебиет ерекше. Бұл бізге де тән. Мына Тұжырымдаманы дайындағандардың бүкіл әлемге тән осы жағдайды қалай ескермегені түсініксіз.  
Ал кейін креативті индустрия туралы мәселе көтерілгенде бұл туралы не айтады деп Тұжырымдаманы тағы қарадым. Бірақ бұл жолы да іздегенімді таппай, тұйыққа тірелдім. Тұжырымдаманы жасағандар бұл іске кірісу барысында «Мәдениет туралы» заңды дұрыстап оқымаған сияқты. Егер оқыса, Заңдағы мәдениет саласын креативті индустрияландыру жөнінде көрсетілгендерді Тұжырымдамаға пайдаланар еді ғой.  
Біздің ойымызша, мәдениетімізге қатысты жоғарыда айтылған екі маңызды мәселені айналып өткен бұл Тұжырымдаманы қайта қарап, қажет­ті мәселелермен толықтырып, қолданысқа содан кейін шығару керек.  
Мұндай толықтырулар «Мәдениет туралы» заңға да қажет. Мысалы, заңның 7 бабында мемлекет­тік тапсырыспен шыққан кітаптар тек Мемлекет­тік кітапханаларға және өзге де мемлекет­тік ұйымдарға тарату үшін» шығарылады деп көрсетілген. Демек, мұндай кітаптар сатуға түспейді. Бұл жағдай мемлекет­тік тапсырыспен шыққан кітаптарды креативты индустрияның бір желісі ретінде коммерцияландыруға кедергі жасайды. Сондықтан Заңға өзгерістер енгізіп, кітаптарды креатвиті индустрияның бір желісі ретінде саудаға шығарып, таралымын көбейтуге жол ашу керек.  
Сондай-ақ әдебиет­тің әлеумет­тік түрлерін басып шығарып тарату жөніндегі конкурс өткізгенде кітаптың таралымын бұрынғыдай 3 мың данамен шектемей, одан әлдеқайда көбейтетін баспаларға басымдық беруді ресми түрде бекіту қажет. Әрине, кітаптың таралымын көбейтудің бұдан да басқа тиімді жолдары бар. Дегенмен бірінші кезекте мемлекет­тік тапсырыспен шығатын кітаптарды шығару мен таратуды креативті индустрияға бейімдеп алсақ та үлкен жетістік болар еді.  
Осыған орай, Мәдениет және ақпарат министрлігі «Әлеумет­тік маңызды әдебиет­ті сатып алу, басып шығару және тарату» жөніндегі ережені жетілдіріп, қайта бекіткені жөн. Бұл жаңа Ережеде кітап таралымын тек 3 мың ғана емес, одан әлдеқайда көбейтетін баспаларға басымдық беру нақты ескерілуге тиіс. Тіпті кітап таратуды креативті индустрияның бір секторы ретінде коммерцияландыру қажет­тігін негізге ала отырып, «Әдебиет­тің әлеумет­тік маңызды түрлерін тарату» жөнінде де өз алдына жеке кіші бағдарлама қабылдаса да болар еді.  
Бүгінгі таңда алыс-жақын шетелдерде 5-6 миллиондай қазақ тұрады. Олар Қазақстаннан шыққан қазақша кітаптарға өте мұқтаж. Бұл әсіресе Өзбекстан мен Моңғолиядағы ағайындарға тән жағдай. Ресейдегі ағайындардың да қазақша кітапқа деген сұранысы баршылық. Міне, осы ағайындарға Қазақстаннан шыққан кітаптарды қалай жеткізіп береміз? Тегін емес, сауда дүкендеріне түсіріп сатсақ та болады ғой. Бірақ ол мәселені ешкім ойламайды.  
Ал Қытайдағы қандастардың мәселесі тіптен өзгеше. Олар төте жазумен білім алады. Қазір бұл ағайындардың біраз бөлігі Қазақстанға қоныс аударды. Міне, осы ағайындарға төте жазумен жазылған кітаптар шығарып берсек те артық болмас еді. Тіпті төте жазумен басылған кітаптарды Қытайдың өзінде де таратуға болады. Мен мұны өз тәжірибеме сүйеніп айтып отырмын. Сонау тоқсаныншы жылдардың басынан бастап біз қызмет бабымен Қытайға жиі барып тұрдық. Шекараға жақын Іле, Шәуешектен бастап ішкі өлкедегі Құмыл, Баркөл, Ақсай, оның ар жағындағы мемлекет астанасы Бейжіңге дейін сан рет аралап, ондағы мемлекет­тік мекемелермен келісе отырып, талай мәдени шаралар өткіздік. Және бұл жұмыстарды алғаш бастаған жылдары екі елдің қарым-қатынасы өте төмен, шекара тарс жабық еді. Бірақ біртіндеп, бәрі де рет­телді. Ал қазір заман мүлдем басқа ғой. Қытаймен экономикалық байланыс күн сайын жоғары қарқынмен дамып келеді. Соған орай енді екі ел арасындағы мәдени байланысты да жақсарту керек.  
Соңғы уақыт­та бюджет­тен арнайы қаржы бөліп, қазақ жазушыларының шығармаларын шет тілдерге аударып, тегін тарату дәстүрге айналды. Әрине, бұл дұрыс, ұлт­тық әдебиетімізді бүкіл әлемге насихат­тауды біз де қостаймыз. Дегенмен осы жерде бір-екі сұрақ туындайды: біріншіден, жер бетінде әдебиет туындыларын бюджет­тен қаржы бөліп өзге елдерге тегін тарататын Қазақ­станнан басқа қандай мемлекет бар? Екіншіден, кітапты бюджет­тен қаржы бөліп шығарып, тегін тарату қазіргі күн тәртібіндегі шығармашылық еңбекті коммерцияландыруға қаншалықты сәйкес келеді? Үшіншіден, аудармаларымыздың сапасы қандай?  
Бұл үш мәселенің, әсіресе соңғысы аса маңызды. Яғни кез келген тілге аударылған дүниенің көркемдік сапасы шығарманың түпнұсқасынан төмен болмауға тиіс. Бұл үшін аударманы міндет­ті түрде жазушылық дарын қабілеті бар адам жасауы керек. Бұрын бізде қазақ тіліндегі шығарманы орыс­шаға аударғанда ең алдымен екі тілді де жетік білетін бір қаламгер жолма-жол аударма жасайтын. Содан кейін орыс жазушысы ретінде танымал болған қаламгер жолма-жол аударманы көркем шығарма етіп қайта жазатын. Осындай тиянақты жұмыстың нәтижесінде аударма шынайы көркем дүние дәрежесіне көтерілетін. Ал қазіргі аудармалар қалай жасалып жүр? Аударма жасайтындар шынайы жазушылар ма, жоқ әлде әйтеуір ағылшын тілін біледі дейтін көлденең біреулер ме? Егер аударма қазақ әдебиетін насихат­тайтын көркем дүние емес, ешкім оқымайтын, сөйтіп, бюджет қаржысын босқа шығындаған күлдабадам бірдеңе болса оған кім жауап береді?  
Бүгінгі таңда Қазақстан қаламгерлері өздерінің авторлық құқықтарының қорғалуы жөнінен де түрлі қиындықтарға душар болып отыр. Әсіресе драматургтердің театрларда сахналанған шығармаларынан түсетін қаламақы авторға жетпей, орта жолда жоқ болып кетеді. Бұл жөнінде сөз болса театрлар қазіргі кезде саны оннан асатын авторлар қоғамына сілтейді, ал авторлар қоғамы бар пәлені театрларға жабады. Міне, осындай жағдайда бұл мәселені тағы да Президент Қ.Тоқаев көтерді. Яғни Мемлекет басшысы күні кеше ғана жарық көрген Қазақстан халқына Жолдауында «Зияткерлік меншікті қорғайтын құқықтық тәсілдер қажет. Бұл – өте маңызды мәселе», – деп атап көрсет­ті. Мәдениет және ақпарат министрлігі мен Әділет министрлігі бірлесе отырып, бұл мәселені рет­тейді деп сенеміз.  
Сөзімізді түйіндей келе айтарымыз, қазір мәдениетіміздің сапасын жаңа деңгейге көтеруге кең ауқымды мүмкіндік туып отыр. Президент Қасым-Жомарт Тоқаев бұл мүмкіндіктердің бәрін атап айтып, оны жүзеге асырудың жолдарын нақты көрсетіп берді. Соған орай алдағы уақыт­та бұл мүмкіндіктердің бәрі толығымен жүзеге асады деп үміт­тенеміз.

**Сұлтанәлі БАЛҒАБАЕВ,**  
**жазушы-драматург, профессор,**  
**Қазақстанның еңбек**  
**сіңірген қайраткері**

# Креативті индустрия. Қазақстан жолы

БҰҰ 2021 жылды «Халықаралық креативті экономика жылы» деп жариялады. Креативті индустрияның әлемдік нарығы шамамен 104,2 миллиард долларды құрайды, ал оның капитализациясы екі триллион доллардан асады. Бұл ретте саланың айналымы жыл сайын 15 пайызға артып келеді.

Сондықтан Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев елімізде осы саланы ауқымды дамыту үшін барлық жағдай жасалу қажет екенін өзінің 2023 жылғы «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары» атты Қазақстан халқына Жолдауында айтқан болатын. Жолдауда шығармашылық индустрияны қолдау бойынша жеке шаралар кешенін әзірлеу, оның ішінде әрбір облыс орталығы мен ірі қалаларда шығармашылық индустрия орталықтарын

Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары» атты Қазақстан қалыптастыру, қатысушыларға өз өнімдерін коммерцияландыру мәселелері бойынша көмек көрсету жөнінде нақты міндет қойған еді. халқына Жолдауында:

«Қазіргі заманда азаматтардың шығармашылық әлеуетіне және зияткерлік капиталына арқа сүйейтін «креативті өндіріс» салалары шынайы инклюзивті экономиканы дамытудың қайнар көзі саналады. Бұл аз десеңіз, креативті экономика дарынды әрі шығармашыл адамдарды өзіне тартатын ірі қалалардың дамуына ықпал етуші күшке айналуда. Біз елімізде креативті экономиканың жан-жақты дамуына барлық жағдайды жасауымыз керек. Соның ішінде зияткерлік меншікті қорғайтын құқықтық тәсілдер қажет. Бұл – өте маңызды мәселе» деген еді.

Креативті индустрия көптеген елдердің экономикасында маңызды инновациялық салаға айналуда. Қарқынды даму арқылы олар өз экономикалық өсімнің жаңа көздерін тудырып қана қоймай, сонымен қатар ірі қалалардың эксклюзивті экожүйелерін жасайды, серпінді идеялар мен таланттарға, ерекше орындар мен ландшафттарға назар аударады, осылайша олардың жаһандық танылуына ықпал етеді.

Шығармашылықпен ақша табу мүмкін емес деген идея бүгінде ескірген. Қазір технологияның дамуымен шығармашылықтың рөлі артты – ол өз авторларына үлкен көлемде қаражат әкеле бастады. Бүгінде креативті индустрияның Қазақстан экономикасына қосқан жалпы үлесі 2023 жылы 33,3 млрд. теңгені құрап отыр және сарапшылардың пікірінше, бұл көрсеткіш жыл сайын өспек. Бүгінде көптеген елдер креативті индустрияны дамытуға басымдық береді.

Креативті индустрия дегеніміз не? Ол не үшін қажет? Бұл салада қандай мемлекеттік қолдау шаралары қолданылады? Креативті экономикада қандай өзгеріс бар және жақын арада не күтуге болады? — осы және басқа сұрақтарға Ruh.kz порталының дайындаған материалынан жауап іздей аласыздар.

«Креативті индустрия» термині нені білдіреді?

Қарапайым тілмен айтқанда креативті индустрия дегеніміз не?

ЮНЕСКО анықтамасына сәйкес, креативті индустрия – шығармашылық мазмұнды құру, өндіру және коммерцияландыру.

ЮНЕСКО дерегі бойынша, креативті экономика әлемдік ЖІӨ-нің 3 пайызын құрайды. Ұйым оны әлемдегі ең қарқынды дамып келе жатқан экономика секторларының бірі деп атады. Өз саласына 30 миллионнан астам адамды белсенді түрде тартатын сала, оның ішінде 18-25 жас аралығындағы жастардың басым бөлігі әлемдік экономикаға жыл сайын 2 триллион 250 миллиард доллар табыс әкеледі.

Креативті индустрия – инновациялық мәдени дамудың жаңа тәсілдерінің бірі. Оның қазіргі жағдайда мәдени кластерді дамыту үшін үлкен мүмкіндіктері мен орасан зор әлеуеті бар.

Креативті индустрия – шығармашылық және мәдени компоненттер басым және біріктіруші идея болатын әлеуметтік-мәдени тәжірибенің бір түрі. Креативті саланы, сондай-ақ өнімдері зияткерлік меншікті құру, өндіру және пайдалану мүмкіндігі бар кәсіпкерлер мен кәсіпорындарды біріктіретін экономика саласы ретінде анықтауға болады. Креативті индустрияның дамуы постиндустриалды экономиканың әлеуметтік-экономикалық дамуының маңызды факторы ретінде әрекет етеді.

Жалпы қосылған құн бойынша креативті индустрия сегментіндегі әлемдік көшбасшылар – АҚШ (988 миллиард доллар) және Қытай (921,6 миллиард доллар). Кейбір мәліметтер бойынша креативті экономика АҚШ – 4,1%, Канада – 3,9%, Ұлыбритания – 3,8%, Жапония – 3,3%, Франция – 3,0%, Германия – 3,0% ЖІӨ үлесін алады.

«Креативті индустрия» термині қалай пайда болды?

«Креативті индустрия» термині бірқатар коннотацияларға ие: экономикадан бастап, әлеуметтік-мәдени салаларға дейін. Экономикада креативті индустриялардың синонимдері «креативті экономика» немесе «білім экономикасы» деп айқындалады: адамның интеллектуалды қызметімен байланысты сектор. Алғаш рет «креативті экономика» терминін 2000 жылы Нью-Йорктегі Businessweek журналы қолданған және содан бері бұл ұғымның ауқымы кеңейе түсуде. Креативті индустрияның негізгі сипаттамасы – түрлі шығармашылық қызмет саласындағы инновациялық технологиялардың маңызды рөлі: ойындар құрастыру, бағдарламалық өнімдердің кең ауқымы, виртуалды, музыка, өнер, жарнама, сәулет, кинематография, анимация, дизайн және шығармашылық қызметпен тікелей немесе жанама байланысты басқа да салалар.

Әлеуметтік-мәдени салада креативті индустрия мәдениет дамуының жаңа түрі ретінде жіктеледі. Мұнда біріктіруші идея – шығармашылық компонент, сонымен қатар жаңа технологиялар мен жаңалықтардың рөлі жоғары. Креативті индустрия негізінен халықаралық нарық үшін тауарлар мен қызметтер ұсынады. Маңызды рөл контент жасаушылар атқарады, қарапайым тілмен айтқанда — интеллект. Креативті индустриялардың дамуына серпін беретін технологиялар, мысалы, креативті өндіріс құралдарына, аддитивті технологияларға, жасанды интеллектке жедел қол жеткізуге жауап беретін цифрландыру.

Неліктен креативті индустрия экономикалық өсудің драйвері?

Әлемдегі креативті салаларды капиталдандыру бүгінде АҚШ-та 2,3 триллион долларды құрап, өнеркәсіпте 30 миллионнан астам жұмыс орнын қалыптастырып отыр.

Оңтүстік Кореяның мысалын қарастыратын болсақ, онда 2009-2017 жылдары контент индустриясын үйлестіру және ілгерілету үшін арнайы KOCCA мемлекеттік шығармашылық контент агенттігі құрылған: креативті индустриямен жұмысты жолға қоюға және корей контентін халықаралық нарыққа шығарып, әлемге танымал етуге мүмкіндік берген арнайы жоба. Ал мұның бәрі «K-pop» немесе «Корея толқынынан» басталды, бастапқыда корей поп-музыкасының жанры заманауи оңтүстік кореялық сәнге, телехикаяларға, компьютерлік ойындарға және басқа да мультимедиялық өнімдерге қызығушылықпен жаһандық субмәдениетке айналды. Қазір «Корея толқынының» әлемдік нарықтарға кеңеюі Оңтүстік Кореяның имиджін жақсартып қана қоймай, Корея бюджетіне орасан зор дивидендтер әкеліп отыр. Корей креативті индустриясының өнімдері көптеген жылдар бойы әлемдік танымалдылықтың шыңына жетті. Кореяның шығармашылық саласының экспорты 2016 жылы 6 миллиард доллардан астамды құрады.

Креативті саланың даму қарқыны, мысалы, дәстүрлі индустрияға немесе басқа салаларға қарағанда әлдеқайда жоғары: экономиканың құлдырауы кезінде де жаһандық шығармашылық сектордың көлемі 14%-ға өсті. Жаһандық креативті сектордың өсуінің себептері арасында сала мамандары креативті экономиканың барлық секторларында қосылған құнның жоғары үлесін және өндіріс пен тұтыну тұрғысынан табиғи кедергілердің жоқтығын атап өтеді. Яғни, өнімді жасау үлкен материалдық шығындарды қажет етпейді, сонымен бірге оны барлық жерде және еш шектеусіз тұтынуға болады. Оған қоса, шығармашылық пен кәсіпкерліктің тоғысқан жерінде жүздеген жаңа кәсіпорындардың пайда болуы жаңа жұмыс орындарының ашылуын тудырып отыр. Осылайша креативті сала өзінің ерекшелігіне байланысты жастардың қызығушылығын арттыра түсуде: бүгінгі таңда шығармашылық индустриядағы жұмыспен қамту нақты сектордағы жұмыспен қамтудан асады.

Қазіргі уақытта креативті индустрияда реттеудің нақты нормалары мен негіздері жоқ, бұл креативті кластерлер қызметінің құқықтық негіздерін анықтауда маңызды.

Креативті индустрия саласындағы алғашқы зерттеулерді Ұлыбританиядағы «Үлкен Лондон Кеңесі» жүргізген, кейінірек «Comedia» агенттігінің британдық зерттеушілері және мәдениеттану саласындағы басқа да кеңесшілері мен зерттеушілері толықтырған. Қазірдің өзінде бұл зерттеулерге жаңа академик ғалымдар өз үлестерін қосуда. Сол арқылы әлеуметтанулық және статистикалық зерттеулер негізінде қалыптасқан шығармашылық байланыстар мен тізбектердің үлгілері қалыптасып келеді. Бүгінде бұл зерттеулер барлық жерде креативті салалардың әлеуетін бағалау, оларды қолдау мен дамытудың жолдары мен стратегияларын қалыптастырудың негізіне айналды. Технология «mapping» атауын алды.

Аумақтық карта жасау – шығармашылық сектордың жұмыс істеу және әлеуетін бағалау, сондай-ақ оның қажеттіліктері мен мүмкіндіктерін анықтау үшін аумақтың мәдени және шығармашылық ресурстарының картасын құрастыру. Ал ең бастысы, картаға түсіру негізінде белгілі бір аумақта креативті салаларды дамыту стратегиясы қалыптасады. Ол жалпы шығармашылық сала үшін де, жеке секторлар үшін де (мысалы, тек театр, музыка және т.б.) үшін де жүзеге асырылуы мүмкін.

Мұндай зерттеулерді жүргізу үш негізгі себеп бойынша маңызды және қажет:

1. Шығармашылық салалардың әртүрлі ішкі салалары: сахна өнері (театр), музыка, бейнелеу өнері, теледидар және т.б. мәдениеттану, экономика ғылымдарының дамуына біріктіріліп, қоғамның әлеуметтік даму категориясына кіреді. Олар «креативті кластерлер» ретінде жұмыс істейді және жинақталған әсерге ие, бұл өз кезегінде шығармашылық салалардың дамуына айтарлықтай әсер етеді.
2. Шығармашылық кластерлер ірі мегаполистерде шоғырланған.
3. Өзара қарым-қатынас коммерциялық және коммерциялық емес секторлар арасында, өнер мен жергілікті экономикалық өсу арасында айқын көрінуі мүмкін.

Ұлыбритания мен Германия сияқты әртүрлі елдердің зерттеушілері шығармашылық индустрияларды картаға түсіру және дамытудың өзіндік әдістерін жасау үшін жұмыс істеді. Бұл тәсілдерді тұтастай талдайтын болсақ, ең танымал және индикативті әдістеме британдық EUCLID агенттігі әзірлеген әдістеме.

Оны жалпылама түрде талдап, сипаттауға тырысайық.

Шығармашылық индустрияның өндірістік тізбегі төрт кезеңнен тұрады:

1. Идеяның бастауы – шығармашылық идеялар мен жобаларды жасау.
2. Өндіріс – коммерциялық сатуға жарамды өнім жасау.
3. Тарату – өнімді эфирге шығару, жазу, кинокөрсету, спектакльдер көрсету және т.б.
4. Тұтыну – соңғы пайдаланушының белгілі бір тәжірибені алуы.

Идеяны қалыптастыру кезеңінде мыналар қарастырылады:

– материалдық мәдениет объектілері немесе бұйымдары – сызбалар, жобалар, әндер, сценарийлер және басқа да қолдан жасалған заттар;

– материалдық емес шығармашылық концепциялар мен идеялар – репутация, бренд, кейіпкер, үлгі, түс схемасы және т.б.

Өндіріс сатысында «шикі» шығармашылық материалдан нарықтық өнімге трансформация жүреді:

– жаппай көбейтуге мүмкіндік беру – фильмдер, телешоулар, кітаптар, жазбалар, компакт-дискілер және т.б.;

– бір рет жасалған – картиналар, театрландырылған қойылымдар, дизайнерлік киімдер және басқа да заттар.

1. Ел экономикасына креативті индустрияның әсерін бағалау құралы

Мәдениеттің құндылығын экономикалық тұрғыдан өлшеуге тырысу мүмкіндігі шектеулі. Өйткені мәдени құндылық шығармашылық қабілеті бар адам өз еңбегі үшін төлей алатын қызмет құнынан әлдеқайда ауқымды. Осы ереже аясында шығармашылық адамдар жалдамалы мамандардың жұмыс күшінің жиынтығы ғана емес, сонымен қатар дамуы экономикалық құрамдас бөлігі бар мәдениет пен креативтң өнімдерін құруға және сатуға ықпал ететін ерекше қасиеттердің тасымалдаушылары деген тезис расталады.

«Жаңа жобаларды ілгерілету жөніндегі стратегиялық бастамалар агенттігі» АҚ қалалық құзыреттер орталығының сарапшылары мен талдаушылары экономикалық өсу тетігі ретінде белгіленген қызметтің құндылығын айқындау шеңберінде креативті индустриялардың Ресей экономикасына қосқан үлесін есептеу әдістемелерінің бірін қолданды. Зерттелетін саланың мәнінің математикалық моделін құрудың қолданылған әдісі келесі алгоритм арқылы жүзеге асырылды:

¾ Есепке енгізуге жататын экономикалық қызмет түрлерін айқындау;

¾ Есептеу формуласын қалыптастыру;

¾ Экономикалық қызмет түрлері мен әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштер бойынша аймақтар немесе муниципалитеттер деңгейіндегі статистиканы жинау;

¾ Муниципалды, аймақтық және федералды деңгейлердегі шығармашылық салалардың үлесін есептеу;

¾ Есептеу нәтижелерінде орташа мәндерден ауытқитын мәндерді анықтау және оларды түсіндіру;

¾ Дәлірек есептеуді қиындататын мәселелердің жиынтығын анықтау;

¾ Белгіленген мәселелерді шешу бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Креативті индустриялардың үлесін шамамен бағалаудың негізі ретінде қалалық экономиканың жалпылама көрсеткіші – «қалалық өнімді» (city product) бағалау әдісі қолданылды. Бұл әдісті БҰҰ-ның елді мекендер жөніндегі орталығы (UN-Habitat) мыңжылдықты дамытудың алға қойылған міндеттеріне қол жеткізудегі прогресті мониторингтеу мақсатында әзірледі. UN-Habitat мәліметтері бойынша, «қалалық өнімді» бағалау әдісі келесі компоненттерді қамтиды: экономика саласы өндірген ұлттық өнім, тиісті салада жұмыс істейтіндердің үлесі, сондай-ақ қалалық және ұлттық экономика салаларындағы орташа жалақы деңгейінің арақатынасы. Жиынтық көрсеткішті бағалау келесі аралас модель арқылы анықталады:

E=A×C×D÷B, (1)

Мұндағы E - қалалық экономика саласына арналған қалалық өнім;

A - экономика саласы өндірген ұлттық өнім;

B - ұлттық экономика саласында жұмыспен қамтылғандар саны;

С - қалалық экономика саласында жұмыспен қамтылғандар саны;

D - қалалық экономика саласындағы және ұлттық экономика саласындағы орташа жалақы деңгейінің арақатынасы (Gafarova, 2017).

1. Креативті индустрияның ұлттық экономикаға әсер ету жолдары

Креативті индустрия саласы – ұлттық ішкі және сыртқы ортаның ажырамас бөлігі. Ол – ұлттық экономика, тарих және мәдениет арқылы қалыптасады. Бұл креативті индустрия мен ұлттық экономика екіжақты байланыста екенін білдіреді. Экономиканың сипатталатын секторын дамыту халықтың шеберлігін, таланты мен шығармашылық әлеуетін пайдалану есебінен жаңа жұмыс орындарын және ұлттық байлықты арттыруды қамтамасыз етеді.

Бір-бірімен тығыз байланысты ішкі секторлардан тұратын креативті индустрияны мәдени саламен шатастыруға болмайды. Соңғысы әлеуметтік және мәдени мақсаттарға жетуге бағытталған, ал біріншісі қызметтің экономикалық нәтижесінің маңыздылығын көрсетеді. Креативті индустрияның ұлттық экономикаға әсері, әдетте, оның жұмыссыздыққа қарсы күрестегі рөлі, ЖІӨ мен сыртқы саудаға қосқан үлесі және басқа да көрсеткіштері бойынша бағаланады.

Бүгінгі таңда креативті саланы зерттеу – академиялық ортадағы өзекті және танымал пікірталас тақырыптарының бірі. Ғылыми қоғамдастық өкілдері қарастырылып отырған қызметтің әртүрлі сипаттамаларына назар аударады, сонымен қатар олардың пайда болуына, қалыптасуына және дамуына ықпал ететін факторларды анықтайды. Ғылыми қызығушылықтың маңызды, бірақ сонымен бірге дамымаған салаларының бірі-шығармашылық салалардың ұлттық экономикаға әсері. Ұлттық экономиканың ерекше назар аударатын компоненттерінің ішінде мыналар бар:

¾ Жұмыссыздықпен күресу;

¾ ЖІӨ-дегі үлес, қосылған құн;

¾ Сыртқы сауда (экспорт);

¾ Әлеуметтік интеграция;

¾ Әлеуметтік және мәдени даму;

¾ Өмір сүру сапасын жақсарту;

¾ Жастар арасындағы жұмыссыздықпен күрес;

¾ Әлеуметтік-экономикалық әсердің өзге де көрсеткіштері.

Креативті индустриялар жаңа жұмыс орындарын құруға, экспорттың дамуына ықпал етеді, сондай-ақ креативті сала субъектілерінің ақша айналымын, олардың ЖІӨ-ге қосқан үлесін арттыруға көмектеседі.

Креативті индустрия белгілі бір ортада пайда болатынын, дамитынын және өркендейтінін атап өту маңызды: соңғысы экономикалық қызметті жүргізу үшін қолайлы жағдайларды, жеткілікті жұмыс күшін және өндірілген өнімдердің қосымша құнын арттыру және әлеуметтік-экономикалық өмір сүру жағдайларын жақсарту үшін қажетті басқа сипаттамаларды қамтиды.

1. Шығармашылық салалардың құндылығын бағалау кезінде картографиялауды қолдану

Экономиканың урбанизациясы жаңа білім құру және әртүрлі мамандықтарды байыту арқылы креативті индустриялардың дамуына ықпал етеді. Сонымен қатар, дамыған елдердегі жағдайға негізделген белгіленген алғышарт дамушы мемлекеттердің аумағында әрқашан әділ бола бермейді.

Креативті индустриялар постиндустриалды қалалармен байланысты, мұнда экономикада қызмет көрсету саласы басым. Белгіленген қызмет спектрі белгісіз және тез өзгеретін нарықтардағы тұтынушылардың тенденциялары мен қалауларын үнемі қадағалап отыруға бағытталуы керек.

Тауарлар мен қызметтерді сатып алушылар мен сатушылар арасында алмасуды қамтамасыз ететін процестер мен процедуралардың қазіргі жағдайы мен қызметі кең желілерге ие және ақпараттық технологиялар мен әлеуметтік желілермен қамтамасыз етілген. Бұл сипаттама қазіргі нарық субъектілерінің жұмыс істеуіне географиялық кедергілердің болмауын қамтамасыз етеді. Сондықтан креативті индустрия субъектілерінің жұмыс істеуі көбінесе урбанизацияланған аудандарда және ақпараттық технологиялармен жақсы байланысы бар жеткілікті дамыған аймақтарда шоғырланады деп күтуге болады. Бұл шығармашылық қызмет нәтижелерін өндірушілер мен тұтынушыларға жергілікті және жаһандық нарықтарға қол жеткізуге көмектеседі.

Жұмыспен қамту құрылымы және жеке қала, аймақтың экономикалық жағдайлары креативті индустрия белсенді дамуының орнын анықтай алады. Кәсіпкерлік қызметті жүргізудің қолайлы шарттары және мәдениетті дамыту адамдарды креативті әлеуетті іске асыру және жаңа кәсіпорындар ашу үшін жаңа мүмкіндіктер іздеуге ынталандыратын болады. Сондықтан креативті саланың өкілдері креативтіліктің жоғары деңгейімен, инновациялармен және кәсіпорындардың жұмыс істеуі үшін қолайлы жағдайлармен сипатталатын аудандарда орналасуы мүмкін.

Креативті индустрияны дамытудың артықшылықтары туралы айта отырып, олардың халықты жұмыспен қамту деңгейін арттыруға, жоғары білікті мамандарды тартуға, жергілікті өнерді дамытуға оң әсерін атап өткен жөн. Осылайша, халық шаруашылығының зерттелетін саласын тұрақсыз экономикалық деңгейі бар аудандарды жандандыру, жергілікті экономиканы әртараптандыру, сондай-ақ брендті жаңарту және елді мекеннің немесе аймақтың мамандану құралы ретінде қарастыруға болады.

Халықаралық бағалаулар бойынша, креативті индустриялардың артықшылығы – шағын және орта бизнес өкілдерін тарту, жұмыс орындарын құру, шикізаттық емес экспорттың өсуіне балама шешім табу, адами капиталдың сапасын арттыру. Сонымен қатар бұл сектор өмір сүру үшін қолайлы ортаны қалыптастыра отырып, өзін-өзі дамытуға мүмкіндік беретін тұрақты инклюзивті өсудің көзіне айналмақ.

**Креативті және мәдени индустриялар арасындағы айырмашылықтар**

Бұл екі ұғым қоғамда жиі қатар қолданылады, тіпті бір бүтінге топталады. Екі құбылыстың ортақ сипатын атап көрсетуге немесе тіпті оларды бір категорияға біріктіруге тырысады. Дегенмен, бұл ұғымның айырмашылықтары көп. Мәдени және креативті индустрияларға тән орталық сипаттамаларды белгілеп, осы категориялар арасындағы негізгі ұқсастықтар мен айырмашылықтарды қарастырайық.

Алдымен мәдени индустрияға тән негізгі сипаттамаларды қарастырайық. Бірінші ерекшелігі – олардың индустрияландыру дәрежесіне байланысты мәдени өнімдердің айтарлықтай әртүрлілігі:

* Креативті және ақпараттық қызметкерлердің оларды өндіруге қатысуын көздемейтін, алайда мәдениет саласына қатысы бар жаңғыртылатын өнімдер (бірінші кезекте мәдени және ақпараттық өнімдерге қол жеткізу жүзеге асырылатын техникалық құрылғылар);
* Кітаптар, компакт-дискілер, фильмдер, телебағдарламалар және т.б. сияқты олардың өндірісіне мәдениет және ақпарат қызметкерлерінің қатысуын көздейтін өнімдер;
* Шығармашылық қызметкерлердің еңбегін көздейтін ішінара репродукцияланатын өнімдер, алайда олардың репродуктивтілігі (және тиісінше жаппай) техникалық немесе әлеуметтік жағынан шектелген: литографиялар, көркем репродукциялардың шектеулі сериялары және т. б.
* Өндірістің индустриялық процесіне қатысы жоқ, бірақ мәдениет саласына қатысы бар өнімдер: музыкалық залдардың қойылымдары, бірегей өнер объектілері және т. б.

Бұл типология мәдени индустрияның негізгі сипаттамасы ретінде репродуктивтілік категориясының негізгі элементін құрайды.

Екінші ерекшелігі – мәдени индустрияның мәдени немесе ақпараттық тұтыну құнының болжанбайтын (немесе анықталмаған) сипаты. Осы болжамсыздықтың салдарын тегістеу үшін салалар әр өнімге емес, серияға немесе өнім каталогына (альбом және каталог диалектикасы деп аталатын) шығындарды есептеуді қамтитын белгілі бір тәуекелсіз шаралардың тұтас жиынтығын қолданады. Бұл – құрылымдық ерекшелік және мәдени,  ақпараттық индустрияны архаикалық сала ретінде емес, индустрияландырудың дәстүрлі түрлерімен теңестірілмейтін және салыстыруға келмейтін басқа салалардан бөледі.

Үшінші ерекшелігі – өнім тұжырымдамасын іске асыру кезеңі (фильм, кітап, музыкалық альбом және т.б. әзірлеу – шамамен. ) негізінен қолөнер өндірісі аясында жүзеге асырылады және шығармашылық дизайнның автономиясына кепілдік береді. Өнім тұжырымдамасын жасауға қатысатын шығармашылық қызметкерлерге еңбекақы төлеудің ерекшеліктері бар екенін атап өту маңызды. Олардың еңбекақысының көпшілігі ең кең тараған жалақы жүйесіне бағынбайды.

Мәдени индустриядағы үйлесімді классификация мен үлгіні креативті индустрия түсінігіне бірқатар себептерге байланысты қолдануға болмайды. Ең алдымен, креативті индустрия сияқты саланың шығармашылық өлшемін мәдениет индустриясының негізінде жатқан әлеуметтік-символдық және шығармашылық принциппен салыстыруға болмайды. Қалай болғанда да, креативті индустрия шығармашылық құрамдас бөлігінің әлеуметтік мойындалуы және соның салдары ретінде заңдылығы мәдени индустрияға қарағанда әлдеқайда айқын емес. Креатив элемент ретінде өндіріске және кез келген экономикалық қызметке тән екендігі де іргелі мәселе.

Қазақстанда да креативті индустрияның элементтері пайда болғаны қуантады. 2018 жылы Қазақстандағы Британ Кеңесі Алматыдағы Нархоз университетімен бірлесіп Қазақстандағы креативті индустрияға зерттеу жүргізді: 2019 жылдың басына қарай 18 мыңға жуық кәсіпорын болды, бұл елде тіркелген, креативті индустрияға жатқызуға болатын заңды тұлғалардың жалпы санының шамамен 4% құрады; Қазақстанның креативті индустриясы кәсіпорындарының арасында: 7,7 % – өңдеу өнеркәсібі; 2,1 % – көтерме және бөлшек сауда; 33,8 % - ақпарат және байланыс; 47,4 % – кәсіби ғылыми және техникалық қызмет; 9 % - өнер, ойын-сауық және демалыс.

British Council in Kazakhstan (ВСiК) өнер және креативті экономика жобаларының мамандары креативті индустрия – бұл білім экономикасы деп те аталатын және тұтастай зияткерлік қызметке негізделген экономиканың төртінші секторы екенін айтады. Онда өнер, мәдениет, бизнес және технологияны тоғыстырады. «Креативті индустрия тек ойын – сауық, өнер және демалыс деп саналады. Бірақ бұл креаиндустрияның тек 9 %-ын құрайды. Ең үлкен сектор – бұл ғылыми-техникалық қызмет: барлық жеке кәсіпкерлер, дизайнерлер, сәулетшілер, бейне және аудио өндіріс және т. б. Креативті индустрия секторын әлдеқайда кеңірек қарастыру өте маңызды: ол тіпті бизнес қызметтері мен жылжымайтын мүлік секторынан да үлкен»,-дейді мамандар. Сондай-ақ ВСiК қызметкерлерінің айтуынша, Қазақстан экономикасының креативті секторында негізінен фрилансерлер жұмыс істейді.

Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев та креативті экономиканы белсенді дамыту қажеттігін бірнеше рет атап өтті. Мәселен, 2023 жылғы 1 қыркүйектегі «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары» Жолдауында ол креативті индустрияларды экономика мен жұмыспен қамтудың өсу нүктесі ретінде белгіледі.

Қазақстанда бұл сектор әлі тиісті деңгейде дамымаған. Креативті индустрияның Қазақстан Республикасының ЖІӨ-ге қосқан үлесі шет елдердің деңгейіне жетпейді, ал оның жұмыспен қамту құрылымы өте төмен. Жоспарланған шаралар есебінен 2025 жылға қарай креативті индустриялардың ел экономикасына қосқан үлесін 5% - ға дейін, ал ШОБ субъектілерінің санын 80 мыңға дейін ұлғайту көзделген 2022 жылы бұл көрсеткіш тиісінше 3,6% және 55,1 мың ШОБ құрады.

Қазақстан креативті индустрияны дамытуда көшбасшылардың бірі болуға ұмтылады. Соңғы жылдары Қазақстан Үкіметі креативті салаларды қолдауға және көтермелеуге бағытталған ұзақ мерзімді стратегия құруда, «Мәдениет туралы» Заңға және креативті индустриялар мәселелері жөніндегі Кәсіпкерлік Кодекске заңнамалық түзетулер қабылданды. «Креативті сала», «креативті индустрия» ұғымдары бекітілді. Қазақстанда креативті индустрияларды дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасы, Қазақстан экономикасының креативті секторын дамыту, оның ішінде креативті экономика мүддесінде Қазақстанның адами капиталын дамыту жүйесін ынталандыру қағидаттарын жасауға бағытталған креативті білім беру хабының тұжырымдамасы әзірленді. Тұжырымдаманы іске асыру нәтижесінде креативті индустрияларды дамыту үшін қажетті институционалдық жағдайлар мен алғышарттар қалыптастырылатын болады. Шығармашылық кәсіпкерлік субъектілері, сондай-ақ шығармашылық тұлғалар мемлекеттік қолдау және ынталандыру құралдарына қол жеткізе алады.

Статистикалық деректерге сәйкес, Қазақстанда жалпы ішкі өнім құрылымындағы креативті индустриялардың үлесі 2020 жылдың қорытындысы бойынша 2,67% -ды. құрады, бұл орташа әлемдік деңгейден 4% - ға төмен. 2020-2021 жылдары креативті индустриялардың экономикаға қосқан үлесі 2,7% деңгейінде тұрақты динамиканы көрсетті. 2022 жылы бұл көрсеткіштің 0,9% - ға айтарлықтай өсуі байқалды. 2023 жылы - 4,07 %-ға, 2024 жылы - 4,53 %-ға жеткен.

Бүгінгі таңда креативті салаларда 95 мың адам жұмыспен қамтылған, ал негізгі капиталға салынған инвестиция көлемі 33,3 млрд теңгені құрап, белсенді кәсіпкерлік субъектілерінің саны 32 мың бірлікке жетке. Креативті салалардың Қазақстан экономикасына қосқан үлесі 2,7%-ға жуықтаған.

Осылайша, креативті салаларды дамытудың жүйелі және прогрессивті тәсілдері келесі нысаналы индикаторларға қол жеткізуге мүмкіндік береді: олардың ЖІӨ-дегі үлесін 3%-ға, қызметкерлердің үлесін 4%-ға дейін, шығармашылық салалардағы ШОБ субъектілерінің санын 80 мың бірлікке дейін арттыру. Сондай-ақ креативті индустрия өнімдерінің экспортын 200 млн долларға ұлғайту.

Қазақстанда креативті бизнесті қолдаудың түрлі шаралары бар:

1. Қазақстан Үкіметі креативті жобалар мен стартаптарды дамыту үшін гранттар мен субсидиялар түрінде қаржылық қолдау көрсетеді.
2. Елімізде креативті кәсіпкерлікті көтермелеуге және дамытуға бағытталған түрлі бағдарламалар мен конкурстар өткізіледі. Мысалы, Астана Hub – бұл стартаптар үшін конкурстар мен бағдарламалар ұйымдастыратын инновациялық орталық.
3. Қазақстанда креативті жобалар мен стартаптарды дамыту үшін кеңістік, оқыту, менторлық және қаржылық қолдау көрсететін инкубаторлар мен акселераторлар бар.
4. Банктер мен қаржы институттары креативті кәсіпкерлер үшін арнайы шарттар мен қаржыландыру бағдарламаларын ұсынады, мысалы, төмендетілген пайыздық мөлшерлемелер немесе төлемдерді кейінге қалдыру.
5. Шығармашылық кәсіпкерлерге қосылған құн салығынан босату (ҚҚС) немесе төмендетілген салық ставкалары сияқты салықтық жеңілдіктер берілуі мүмкін.
6. Білім беру бағдарламалары мен бастамалары шеңберінде креативті кәсіпкерлік саласында дағдылар мен білімді дамыту үшін курстар, тренингтер және шеберлік сыныптары өткізіледі.
7. Қазақстан халықаралық форумдарға, көрмелер мен конференцияларға қатыса отырып, креативті экономика саласындағы халықаралық ынтымақтастықты белсенді дамытуда. Бұл тәжірибе алмасуға және креативті кәсіпкерлер үшін жаңа мүмкіндіктер ашуға ықпал етеді.

Бұл шаралар инновациялар мен экономикалық өсу үшін қолайлы орта құру мақсатында Қазақстанда креативті бизнесті ынталандыруға және дамытуға бағытталған.

Ең дамыған елдерде креативті сектордағы шағын бизнес кірістіліктің ең жоғары деңгейімен сипатталады, өйткені ол аймақтардағы жұмыссыздық мәселесін шешуге, қосымша жұмыс орындарын құруға, отбасылық бизнесті дамытуға, жергілікті тауарлармен нарықтық сұранысты қанағаттандыруға, сондай-ақ ескірген өндірісті жаңартуға, мәдениет пен өнерге инновациялар енгізуге, ішкі туризм мен шағын қалаларды дамытуға, ұмытылған дәстүрлер мен мерекелердің жандануына ықпал етеді.

Тәжірибе көрсеткендей, шығармашылық бизнес әртүрлі қалалардағы мәдени мұраны дамыту арқылы еліміздегі мәдениет деңгейіне әсер етеді.

Бүгінгі таңда Қазақстанда 7,8 мыңға жуық мәдениет мекемелері (театрлар, мұражайлар, мәдени-демалыс орталықтары, кинотеатрлар, концерт залдары және т.б.) бар. Бұл 2021 жылғы көрсеткіштен 60 бірлікке артық, осыған байланысты туристік әлеуетті дамытуға оң ықпал байқалады. Осылайша, креативті бизнес – қазақстандықтардың шығармашылық әлеуетін табыс көзіне айналдыру құралы, сондай-ақ әлеуметтік мәселелерді шешу және еліміздің тартымдылық деңгейін арттыру бойынша пәрменді құрал.

Қорытынды. Бүгінде бүкіл әлемде креативті индустриялар инновацияның, экономикалық өсудің, жеке әл-ауқаттың және қоғамның бірлігінің қайнар көзі ретінде танылды, бірақ олардың әлеуетін пайдалану қиын болуы мүмкін. Сонымен бірге экономиканың сипатталатын ерекше секторын қалалар мен өңірлерді экономикалық тұрғыдан неғұрлым қолайлы және өмір сүруге тартымды жерлерге жаңғырту құралы ретінде қарастыруға болады.

Цифрлық технологиялар мен инновацияларды қолдану шығармашылық қызмет үшін жаңа мүмкіндіктер аша отырып, осы сектордың одан әрі қарқынды даму мүмкіндіктерін айқындайды.

Айта кету керек, Қазақстандағы креативті индустрия тұрақты және адамға бағытталған қоғамды дамыту құралы ретінде адамдардың өмірі мен кәсіпкерлік қызметінің шығармашылық компонентін қалыптастыру үшін одан әрі даму мен қолдауды қажет етеді.

Шығармашылық салаларды қаржыландыру арнайы білім мен шынайы міндеттемені, адамдардың шығармашылығын өзгертетін және дамытатын оң әлеуметтік әсер ету үшін осы сектордың әлеуетін мойындауды талап етеді.

[[](https://ruh.kz/author/kabylkanova/) Аяжан Қабылқанова](https://ruh.kz/author/kabylkanova/) [Send an email](mailto:a.kabylkanova@kipd.kz)05.06.2024

 312

[Facebook](https://www.facebook.com/sharer.php?u=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [Twitter](https://twitter.com/intent/tweet?text=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%82%D1%96%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.%20%D2%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D2%9B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%B6%D0%BE%D0%BB%D1%8B&url=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [VKontakte](https://vk.com/share.php?url=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [Odnoklassniki](https://connect.ok.ru/dk?st.cmd=WidgetSharePreview&st.shareUrl=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/&description=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%82%D1%96%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.%20%D2%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D2%9B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%B6%D0%BE%D0%BB%D1%8B&media=https://ruh.kz/storage/storage/element/2024/07/06/mainphoto/ikUK4ZRhCUG5ofBrEcFdwVrCGq4qIy7ncitnv8jn.jpg?time=1720222464) [Skype](https://web.skype.com/share?url=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/&text=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%82%D1%96%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.%20%D2%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D2%9B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%B6%D0%BE%D0%BB%D1%8B) [Messenger](https://www.facebook.com/dialog/send?app_id=5303202981&display=popup&link=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/&redirect_uri=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [Хатпен жіберу](mailto:?subject=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%82%D1%96%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.%20%D2%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D2%9B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%B6%D0%BE%D0%BB%D1%8B&body=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [Басып шығару](https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/)

[Facebook](https://www.facebook.com/sharer.php?u=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [Twitter](https://twitter.com/intent/tweet?text=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%82%D1%96%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.%20%D2%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D2%9B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%B6%D0%BE%D0%BB%D1%8B&url=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [VKontakte](https://vk.com/share.php?url=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/) [Skype](https://web.skype.com/share?url=https://ruh.kz/kreativti-industriya-qazaqstan-zholy_44965/&text=%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%82%D1%96%20%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F.%20%D2%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D2%9B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%B6%D0%BE%D0%BB%D1%8B)