

УДК 331.101.262: [004:33]

ЭКОНОМИКА СОЗДАТЕЛЕЙ И ОБРАЗОВАНИЕ: ТОЧКИ КОНТАКТА



О.Н. Шкор

*Старший преподаватель кафедры экономики БГУИР
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь, старший преподаватель кафедры экономики,
Email: shkor@bsuir.by*

О.Н. Шкор

Родилась в Минске. Закончила БПИ в 1984 году. В 2001 г. защитила магистерскую диссертацию на тему: «Использование блочно-модульной системы обучения в профессиональной ориентации школьников» по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». В 2010 г. защитила докторскую диссертацию (PhD) на тему: «Экономическое обоснование формирования транспортной логистической системы Республики Беларусь» в Международной кадровой академии (Киев). С 2014 г. по настоящее время - заместитель заведующего кафедрой по научно-исследовательской работе студентов.

Аннотация. На 74-й сессии Генассамблеи ООН 2021 год был объявлен Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития. На мероприятиях ЮНЕСКО уже обсуждаются вопросы укрепления экономики за счет творческого сектора. Участниками креативной экономики являются не только деятели культуры, но и создатели творческого, обучающего, развлекательного контента в Сети — инфлюенсеры, блогеры, независимые авторы, которые образовали нишу Creator Economy и стали отдельным каналом маркетинга и продаж для заказчиков

Ключевые слова: экономика создателей, стартап, маркетинг влияния, творческий сектор

Введение

Образование должно опираться на современные тенденции. А высшее образование в особенности. Потому что абитуриенты хотят получить не только престижную профессию, но и приобрести такие навыки и знания, которые они не смогут добыть самостоятельно. Но уже ко 2-3 курсу, как показывает опыт, мотивация у них значительно снижается. Причина: не актуальный материал лекций, неинтересная подача, устаревшие задания в лабораторных и скучное чтение рефератов на практических. И даже, если преподаватель использует информационные технологии, современные программы, но задачи никак не связаны с жизнью, то студенты не видят в них никакого смысла. То ли дело их ровесники, или даже младшие школьники, у которых свой блог и 50 тысяч подписчиков. Они уже в школе зарабатывают серьезные деньги, и, главное, занимаются тем, что им очень нравится, в чем у них проявляется талант создателей. И вот над этим стоит задуматься. Кто они эти создатели? В чем уникальность Кремниевой долины, где собираются творцы со всего мира? Как там соединяются знания, полученные в Стенфордском университете с идеями стартаперов и деньгами венчурных инвесторов?

Экономика создателей

Наверное, ответ кроется в этой уникальной экосистеме, которая получила название Creator Economy или экономика создателей. Для США это понятие не новое, так как впервые было введено в оборот Дж. Хоукинсам в своем первом издании «The Creative

Есоному», выпущенном в 2001 г. Сегодня сфера экономики креаторов растет как на стероидах - и частично ей в этом помогла пандемия. Мы оказались закрытыми в четырех стенах, но желание получать информацию и развлекаться никуда не делось. При этом, в экономике креаторов инструменты всегда на втором месте. Главное - ты и твой контент. Онлайн сейчас лихорадит - все рванули создавать контент. Но прелесть экономики креаторов как раз в том, что она нацелена на уникальность. Можно соединять разные области и экспериментировать. Например, рассказывать про социальные проблемы во время skincare routine. Или заниматься бизнес-консалтингом в твиче[1]. Принцип, лежащий в основе экономики создателя, довольно прост. Создайте что-нибудь и используйте эту вещь, чтобы зарабатывать деньги - для создания собственной экономики.

То, что вы создаете, зависит от вас, и это может быть что-то вроде забавных видеороликов, видеоблога, музыки с комментариями, уроков йоги, видео с инструкциями, того, в чем вы чувствуете себя экспертом. Затем вы публикуете контент, распространяя его на одной из различных доступных платформ экономики создателей, таких как YouTube, Instagram, Clubhouse и TikTok.

В экономике создателей очень важно делиться навыками. Если ты лучше всех делаешь пасту, вяжешь крючком или обрабатываешь фото, в Интернете найдутся те, кто захочет у тебя этому научиться. Остается представить эти знания аудитории в удобном формате, например чеклисты, видеокурсы, игры. Для вирусных или новостных видео есть белорусский стартап StringersHub. Стрингеры (профессиональные видеооператоры или очевидцы событий) могут заливать туда репортажные ролики или выполнять заказы СМИ. На Patreon за ежемесячные донаты предоставляют «плюшки» в виде эксклюзивов или ограниченного доступа. Это дает возможность делать то, что действительно интересно аудитории, и получать за это деньги, не подстраиваясь под алгоритмы и правила крупных площадок. Еще один распространенный формат - чаевые. На Buy Me a Coffee подписчики могут разово скинуть пару долларов в поддержку и благодарность за контент.

Лояльная аудитория согласна платить креаторам наперед. Так работают все краудфандинговые платформы - за несколько дней или недель там можно насобирать на графический роман, документалку или новую технику для проекта.

Интерес бизнеса к экономике создателей

Популярность создателей онлайн-контента на TikTok и других платформах резко возросла. По состоянию на 2021 год более 50 миллионов человек по всему миру считают себя художниками. В это число также входят 2 миллиона профессионалов. 25% профессионалов зарабатывают на YouTube; 30% – на Twitch. Остальные пользуются множеством других платформ для публикации различного контента из области актёрского мастерства, литературы, музыки, иллюстраций, подкастов и других медиаматериалов. Cool hunting набирает обороты. Например, TikTok основал фонд на \$200 млн для поддержки креаторов.

В прошлом контент должен был привлекать более широкую аудиторию, если он мог приносить достаточно денег для получения прибыли. Однако сегодняшним создателям нужно сосредоточиться только на крошечной части публики, и они все еще могут собирать огромную аудиторию.

Население Америки составляет около 330 миллионов человек. Привлечение только 1% от этого числа означает аудиторию в 3300000 людей.

Если бы всего 1% этих людей платили в среднем по 10 долларов каждый, это означало бы доход от рекламы в размере 330000 долларов от одного видео, которое можно было бы снять с помощью камеры на вашем телефоне.

Легко увидеть потенциал и почему 50 миллионов человек сейчас вовлечены в экономику создателей. Безусловно, у этих людей есть так называемый дух предпринимательства, который предполагает высокую степень самостоятельности,

инициативности и творчества этих людей. Они постоянно держат руку на пульсе внешнего мира, впитывают и делятся новыми навыками, экспериментируют. А те компании, которые развились в серьезный бизнес, подпитываются новыми идеями и инвестируют средства в наиболее привлекательные для них. Конечно, здесь есть определенный риск, но без него нет прогресса и развития экономики. Когда предприниматель берет на себя риски, связанные с действием внешних для него факторов или с его собственной инициативой, он выполняет необходимые для общества функции: учитывает изменения в состоянии экономики, конъюнктуре рынка, моде, спросе на продукцию; внедряет новую технику и прогрессивную технологию, улучшает качество продукции и расширяет ее ассортимент и т.д. Решение этих задач способствует развитию экономики в целом, повышению уровня жизни населения. А высокий уровень жизни населения позволяет развивать не только бизнес, но инвестировать и в социальные проекты, медицину, образование.

Перспективы развития экономики создателей

На 74-й сессии Генассамблеи ООН 2021 год был объявлен Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития. На мероприятиях ЮНЕСКО уже обсуждаются вопросы укрепления экономики за счет творческого сектора. Участниками креативной экономики являются не только деятели культуры (художники, музейное дело, музыканты), но и создатели творческого, обучающего, развлекательного контента в Сети — инфлюенсеры, блогеры, независимые авторы, которые образовали нишу Creator Economy и стали отдельным каналом маркетинга и продаж для заказчиков[2].

Экономика создателей помогает зарабатывать в любой сфере. Врач может вести свой Tik-Tok рассказывая про различные болезни или примеры из жизни. Учитель, маркетолог, программист, любой человек сегодня может вести свой блог и зарабатывать на этом деньги. Общая экономика креаторов оценивается в 104 миллиарда долларов, при этом 77% доходов поступает авторам от рекламы различных брендов[3]. Заработок авторов (сравнительный отчет за 2021», опубликованный Influencermarketing.com), показал, что около 43% всех авторов зарабатывают примерно 50 000 долларов в год. Эти цифры подтверждаются цифрами роста творческой экономики – на 800 миллионов долларов в 2020 году.

Заключение

Как ни странно, но пандемия очень помогла выделить и в педагогической среде действительно творческих людей. На их дистанционных занятиях было интересно всей семье, к ним записывались на дополнительные платные уроки. В этот период появилось много интересных стартапов, которые выросли в уже известные площадки, где практикуют творческие педагоги. Это и платформа электронных сервисов для образования «Знай•бай» и онлайн-проект для развития логики и математических способностей «Logiclike», платформа для инвестиций в человеческий капитал «Vedai», построенный на технологии блокчейна [4]. Проект нацелен на граждан Республики Беларусь, которые хотят начать карьеру в IT, но не могут себе этого позволить ввиду определенных препятствий. И таких разработок в сфере образования будет все больше с каждым годом, потому что меняется общество, появляются новые технологии, не за горами Web 3.0, который даст новый толчок и экономике создателей, и образованию.

Список использованных источников

[1] .Как устроены новые образовательные среды. Кейс проектных интенсивов Университета 2035[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/education/210035-kak-ustroeny-novye-obrazovatelnye-sredy-keys-proektnyh-intensivov-universiteta-2035>

[2] Соловьев А. Что такое Creator Economy и зачем инвестировать в инфлюенсеров [Электронный ресурс]Режимдоступа:<https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6166bd6f9a79478e2d12d519>

[3] Писарева К. Экономика креаторов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://skvot.io/ru/blog/ekonomika-kreatorov>

CREATOR ECONOMICS AND EDUCATION: POINTS OF CONTACT

O.N.SHKOR

Senior Lecturer

at the Department of Economics BSUIR

Senior Lecturer at the Department of Economics BSUIR Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics G. Minsk, Republic of Belarus, Senior Lecturer at the Department of Economics

E-mail: shkor@bsuir.by

Abstract. At the 74th session of the UN General Assembly, 2021 was declared the International Year of the Creative Economy for Sustainable Development. Issues of strengthening the economy at the expense of the creative sector are already being discussed at UNESCO events. Participants in the creative economy are not only cultural figures, but also creators of creative, educational, entertainment content on the Web - influencers, bloggers, independent authors who have formed a niche Creator Economy and have become a separate marketing and sales channel for customers.

Keywords: the economy of creators, startup, influence marketing, creative sector