

СФЕРА КУЛЬТУРЫ В РФ



Предварительные результаты комплексного исследования творческих индустрий

Предложения к проекту Закона о культуре

Базисная блок-схема сферы культуры

InterMedia

Информационное агентство «ИнтерМедиа»

Совет по интеллектуальной собственности
Торгово-промышленной палаты РФ

СФЕРА КУЛЬТУРЫ В РФ

Предварительные результаты
комплексного исследования творческих индустрий

Предложения к проекту Закона о культуре

Базисная блок-схема сферы культуры

Москва, 2018

Содержание

Сфера культуры и культурные индустрии в России и в мире _____	3	Предварительный расчёт оборотов творческих индустрий _____	10
Области и сегменты сферы культуры _____	4	Характеристики некоторых значимых сегментов творческих индустрий РФ, 2017 г. _____	13
Базисная блок-схема сферы культуры _____	5	Сфера культуры в законодательстве РФ _____	14
ИТ-индустрия как ведущий сегмент сферы культуры _____	8	Разработка концепции Закона о культуре _____	15

НАД ИССЛЕДОВАНИЕМ РАБОТАЛИ:

Ведущий эксперт: **Павел Соломатин**
 Редактор: **Мария Сысоева**
 Руководитель проекта: **Наталья Галиулова**

Дизайн и вёрстка: **Ирина Рябинина**
 (ООО «Студия Снэзи»)

Главный эксперт: **Александр Тихонов**
 Главный редактор: **Евгений Сафронов**

Другие исследования «ИнтерМедиа»:
<http://intermedia.online/content/222>

«ИнтерМедиа» благодарит за ценнейшие советы при подготовке отчёта Татьяну Журбинскую, Анатолия Семёнова и Карину Кондрашову, всех членов Совета по интеллектуальной собственности ТПП РФ, а также всех экспертов и организации, предоставивших данные для исследования.

intermedia.online
 in@intermedia.online

© ООО «ИА «ИнтерМедиа»

СФЕРА КУЛЬТУРЫ И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РОССИИ И В МИРЕ

В последние десятилетия во всем мире растёт интерес к сфере культуры и особенно культурным индустриям: государственные деятели, экономисты, аналитики, юристы и общественные деятели наперебой заявляют о том, что развитие культуры – ведущий инструмент развития общества, а эффективность культурных индустрий – залог его ускоренного развития.

Однако на этом заявлении единодушие обычно и заканчивается, после чего сразу же возникают расхождения, часто принципиальные. Начинается это с самого определения понятия «сфера культуры» применительно к государству и обществу. Разумеется, в широком понимании в эту сферу включается практически вся человеческая деятельность и её результаты, однако для практических целей применяется более узкое понятие, связанное в широком смысле с самыми разными видами искус-

ства, а также проведением досуга. Развитые страны, в которых в XX веке эта активность приобрела значительные масштабы, ввели термин «культурные индустрии» (*Culture industries*), но почти сразу же вместо него стали использовать термин «творческие индустрии» (*Creative industries*) – и это при том, что далеко не вся культурная деятельность связана с творчеством. Более того, в указанные индустрии в соответствии с традициями разных стран включается различный набор сегментов экономики и общественной жизни (см. таблицу ниже).

В связи со сложностью изучаемого предмета некоторые исследователи (в том числе и в РФ) используют не совсем корректный термин «индустрии развлечений», или *Entertainment industries* (Лев Толстой и Сергей Рахманинов были бы весьма удивлены таким определением их творчества). Структуру этой индустрии аналитики также определяют по-разному, часто объединяя её со СМИ (*Entertainment*

	ВЕЛИКОБРИТАНИЯ Creative industries	ГЕРМАНИЯ Culture and creative industries	ИСПАНИЯ Culture industries	ФРАНЦИЯ Cultural sector
Архитектура	•	•	–	•
Кино, ТВ, радио	•	•	•	•
Театр	•	•	•	•
Библиотеки	–	–	•	•
Дизайн	•	•	–	–
Изобразительное искусство	•	•	•	•
Издательское дело	•	•	•	•
Мода	•	–	–	–
Разработка ПО	•	•	–	–
Музеи, культурное наследие	–	–	•	•
Музыка	•	•	•	•
Ремёсла	•	–	–	–
Реклама	•	•	–	–

Источник: Hözl, K., *Creative Industries in Europe and Austria: Definition and Potential*

& Media), что ещё больше запутывает ситуацию. В связи с этим корректное сопоставление культурных индустрий и сравнение показателей разных стран сейчас невозможно.

Следует также отметить, что в целом использование понятия «индустрия» в сфере культуры возможно только с серьёзными оговорками – к ней далеко не всегда применимы индустриальные схемы производства и сбыта товаров и услуг.

Корректное сопоставление культурных индустрий и сравнение показателей разных стран сейчас невозможно

ОБЛАСТИ И СЕГМЕНТЫ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Таким образом, унификация понятий и методов расчёта показателей как культурных индустрий, так и сферы культуры в целом уже становится насущной необходимостью как в мире, так и в РФ, где до последнего времени эти вопросы комплексно не изучались вообще. В апреле 2017 г. в Совете по интеллектуальной собственности ТПП РФ **Рабочей группой по вопросам коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в творческой сфере (далее – Рабочей группой)** совместно с информационным агентством InterMedia была начата работа в этом направлении в рамках инициативы Совета о подготовке проекта **Закона о культуре**. Актуальность проблемы вскоре была подтверждена на самом высоком уровне – уже в декабре 2017 г. на заседании Совета по культуре о необходимости разработки **Закона о культуре** заявил президент РФ В. В. Путин.

К этому моменту Рабочая группа пришла к выводу о невозможности дальнейшей работы над концепцией Закона о культуре без точного определения **границ, структуры и терминологии сферы культуры** для их последующего закрепления в этом законе. Сопоставив и проанализировав виды деятельности, которые в РФ и других странах принято относить к сфере культуры, аналитики предложили выделить две основные области этой сферы – творческую деятельность и организацию досуга населения.

1. Творческая деятельность – создание, распространение, использование и сохранение произведений и других **результатов творческой интеллектуальной деятельности**, в том числе **памятников истории и культуры**. Эта деятельность – основа сферы культуры, и она требует особого подхода со стороны государства.

2. Организация досуга населения – деятельность, не основанная на результатах творческой интеллектуальной деятельности: проведение массовых мероприятий всех видов, клубная работа, туризм и экскурсии, лектории, игры, музейная и выставочная деятельность в области истории, краеведения, природы, науки и техники, и др.

Не включены в сферу культуры:

- общественная, политическая и религиозная деятельность,
- научно-техническая, изыскательская, изобретательская и рационализаторская деятельность,
- производство,
- торговля,
- транспорт,
- образование,
- оказание бытовых услуг,
- спорт,
- общественное питание,
- внекультурный досуг (азартные игры, охота, рыбалка)
- другое



Действующее законодательство РФ сейчас не разделяет результаты интеллектуальной деятельности (РИД) на творческие, научные, экономические и др. Тем не менее для анализа сферы культуры необходимо выделение РИД, имеющих творческую основу. Это **произведения литературы и искусства, исполнения, фонограммы, сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач**.

Творческие индустрии – сегменты мировой экономики, для которых определяющим фактором потребления является доступ к творческим РИД. **Творческая деятельность** осуществляется как в рамках творческих индустрий, так и вне их – при поддержке государства и бизнеса.

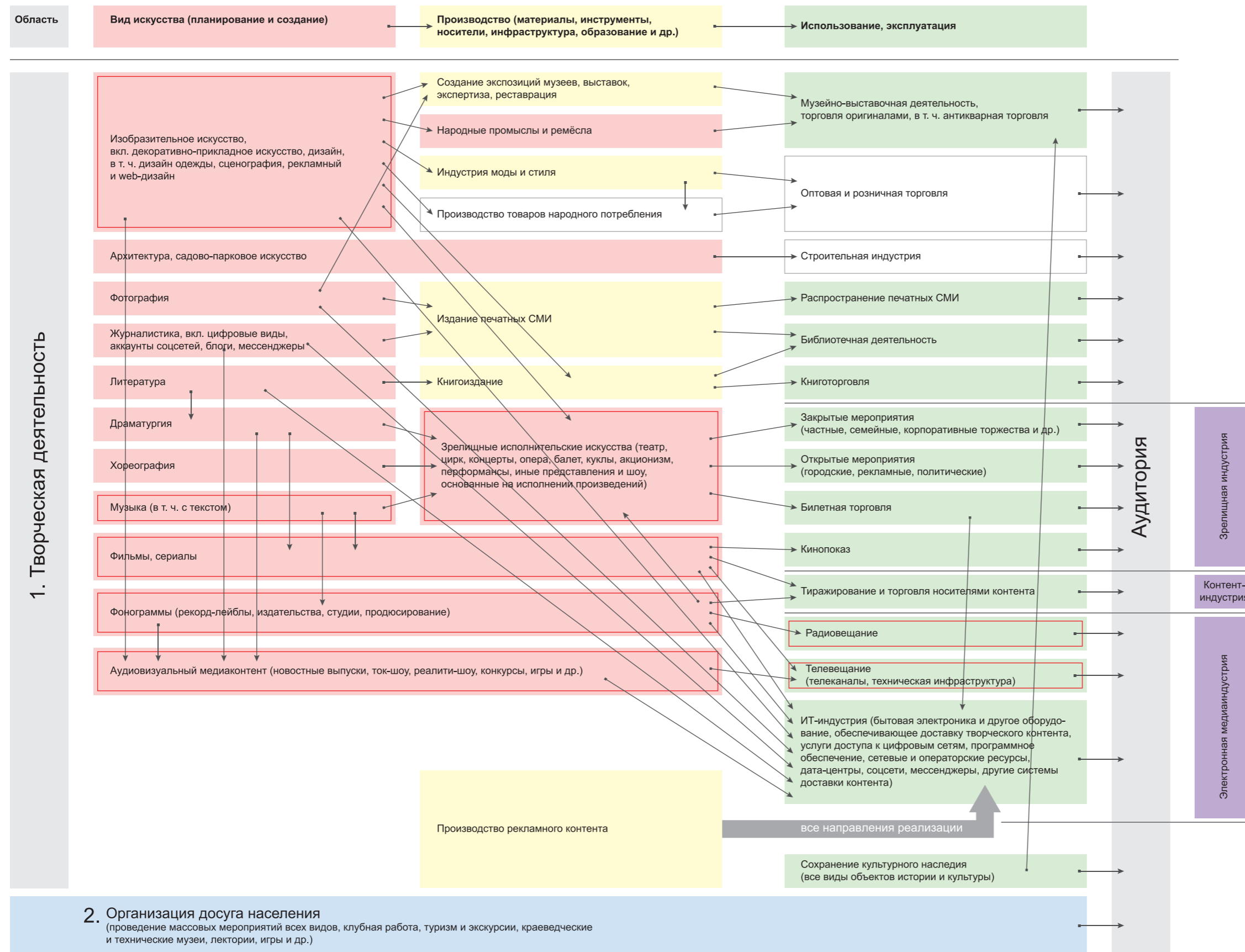
Творческая деятельность осуществляется как в рамках творческих индустрий, так и вне их – при поддержке государства и бизнеса

БАЗИСНАЯ БЛОК-СХЕМА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Принципиальная особенность сферы культуры – вариабельность и разнообразие процессов, в которых, в отличие от иных отраслей экономики, крайне сложно разграничить стадии производства и реализации продукции. Связь между творцами и аудиторией в каждом из сегментов, даже стилистически и исторически близких, построена на оригинальных, принципиально отличающихся друг от друга технологиях, которые к тому же постоянно и весьма динамично изменяются.

В связи с этим Рабочей группой и агентством «ИнтерМедиа» подготовлен проект **Базисной блок-схемы сферы культуры РФ**, на которой отображены процессы создания и использования результатов творческой интеллектуальной деятельности (см. стр. 6–7). Принципы хронологии возникновения, преемственности направлений и жанров, экономических показателей и др. в этой форме блок-схемы не учитываются. Сегменты, составляющие собственно **сферу культуры**, указаны на цветных элементах.

БАЗИСНАЯ БЛОК-СХЕМА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ



Примечания к Блок-схеме:

Блок-схема отображает последовательность процессов (слева направо): от планирования и создания – к аудитории. Там, где это возможно, блоки расположены по принципу схожести процессов.

Сегменты, в которых создаются (производятся, тиражируются) результаты творческой интеллектуальной деятельности. Как правило, на них распространяется законодательство об авторских и смежных правах

Виды деятельности, связанные с использованием творческих РИД. В них включены как коммерческая реализация (продажа, прокат), так и бесплатное распространение (политическое, рекламное, частный обмен, сетевые сервисы и т. д.). Эта деятельность не носит творческого характера, но зачастую является неотъемлемой частью творческих индустрий, обеспечивая их экономическую основу. На некоторые из этих видов деятельности распространяется законодательство об авторских и смежных правах

Сегменты, в которых применяется коллективное управление правами

Организация досуга населения сейчас не разделена на сегменты

Стрелками показаны значимые связи, возникающие в ходе создания произведения и его пути к аудитории. Менее значимые связи не указаны, но предполагается, что в настоящее время в сфере культуры взаимосвязаны практически все сектора.

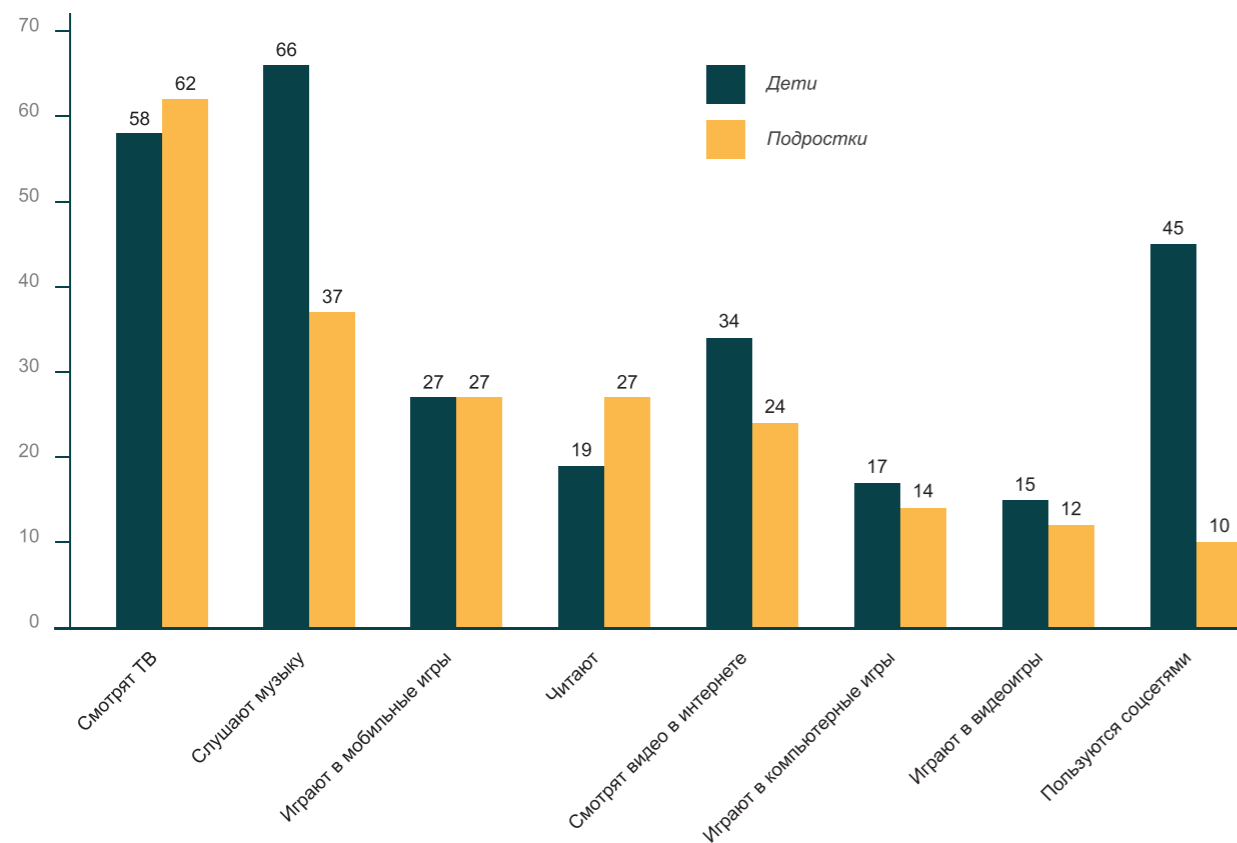
Рекламная индустрия основана на технической процедуре размещения, за счёт которого формируются её обороты, в связи с чем к творческим индустриям причислена только её первая стадия – производство рекламного контента всех видов.

ИТ-ИНДУСТРИЯ КАК ВЕДУЩИЙ СЕГМЕНТ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Отдельного обсуждения заслуживает включение в сферу культуры ряда секторов ИТ-индустрии (бытовая электроника, доступ в интернет, дата-центры, интернет-реклама). Этот вопрос вызывает бурные дискуссии не только в России, но и во всем мире. Рабочей группой были рассмотрены следующие аспекты работы ИТ-индустрии.

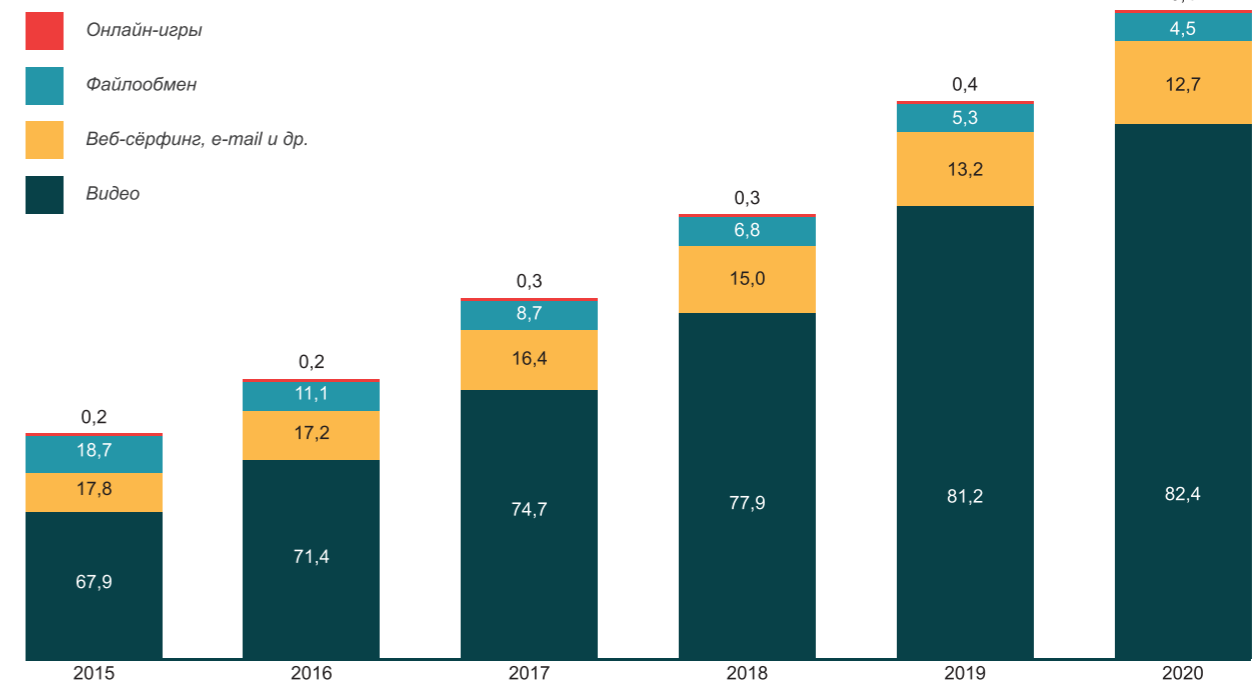
1. Практически все современные бытовые электронные устройства (как аудио-, видео- и ТВ-устройства, так и компьютеры, смартфоны, планшеты, телефоны и другие гаджеты) специально спроектированы для максимально удобного и неограниченного доступа к творческому контенту – видео, музыке, фотографиям, текстам и др.
2. Доступ широких масс населения к творческому контенту сейчас осуществляется преимущественно через инфраструктуру ИТ-индустрии. По результатам профильных исследований именно на потребление видео, музыки, изображений и текстов уходит до 50–60% общего времени использования пользовательской техники и до 70–80% глобального интернет-трафика.

Ежедневное использование бытовой электроники детьми (9–12 лет) и подростками (13–19 лет) в США, 2015 г., %



Источник: Common Sense

Доли потребления глобального интернет-трафика по сегментам, 2015–2020 гг., %



Источник: Cisco

Ежемесячное использование мобильных устройств, 2013–2018 гг.

Сегмент	2013 г.	2018 г.
Ежемесячный трафик, Гб	0,4	3
Просмотр видео, ч.	2	20
Прослушивание аудио, ч.	2	10
Количество видеозвонков	5	10
Количество загруженных приложений	2	20

Источник: Cisco

Трафик соцсетей также генерируется преимущественно творческим контентом.

3. Значительная (по некоторым оценкам – большая) часть прибыли ИТ-индустрии формируется именно за счёт использования творческого контента.
4. Возможность свободного доступа к творческому контенту – один из основных драйверов роста ИТ-индустрии.
5. ИТ-индустрия в значительной степени регулирует темпы, стилистику, особенности выразительных

средств и направлений создания практически всех видов творческого контента.

6. Игровая среда, сформированная ИТ-индустрией, является одним из основных видов проведения досуга различными слоями населения, в первую очередь молодёжью.

Перечисленные факты не оставляют сомнений в том, что именно ИТ-индустрия является ведущим сегментом творческих индустрий.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ РАСЧЁТ ОБОРОТОВ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ

После определения структуры сферы культуры аналитики InterMedia провели предварительный расчёт оборотов творческих индустрий.

Как известно, Росстат ряд значимых сегментов этих индустрий либо игнорирует вообще, либо описывает во фрагментарном виде: к примеру, публикуются данные о киноиндустрии, театрах, цирках, зоопар-

ках и др., однако полностью отсутствуют не только данные, но даже упоминания о концертах, звукозаписи, в целом использовании музыки как таковой, негосударственных художественных галереях, большинстве видов дизайна, билетных сервисах и др. В связи с этим для расчётов были использованы данные аналитических компаний, фондов, отраслевых ассоциаций и др., а также экспертные оценки.

Творческие индустрии – сегменты экономики, в которых определяющим фактором потребления является доступ к произведениям и другим результатам творческой интеллектуальной деятельности

Обороты творческих индустрий РФ в 2016–2017 гг., млн руб.

Сегмент	Детализация, примечания	Источник	2016 г.	2017 г.
Афишные мероприятия	Афишные зрелищные мероприятия (концерты, спектакли, шоу всех видов с участием исполнителей – продажа билетов, иное)	InterMedia	84 200	96 000
Неафишные мероприятия	Неафишные зрелищные мероприятия – частные, государственные, корпоративные (только расходы на творческую часть)	InterMedia	23 000	27 000
Кино	Продажи билетов в кинопрокате	InterMedia, Фонд кино	48 306	53 576
Поступления от общепита, транспорта, торговли	Отчисления в ОКУП за использование музыки от организаций общественного питания, торговли, транспорта, сферы обслуживания и др.	РАО, ВОИС	1 879	2 160
Физические носители (музыка)	Продажи физических носителей (музыка)	IFPI, InterMedia	682	660
Физические носители (видео)	Продажи физических носителей (кино, видео)	InterMedia	500	440
Рингбэктоны (RBT)	Продажи услуг рингбэктонов (Ringbacktones) операторами мобильной связи	InterMedia	6 800	6 800
Легальные сервисы аудио	Скачивание/загрузка, стриминг	IFPI, InterMedia	2 374	2 600
Легальные сервисы видео	Скачивание/загрузка, стриминг, AVOD, SVOD, TVOD, EST. Не включены доходы операторов платного ТВ от VOD (учтены в строке «Платное ТВ»)	J'son & Partners	8 910	14 060
Нелегальные сервисы аудио	Нелегальные сервисы аудио, включая торренты	InterMedia	2 000	2 100

Сегмент	Детализация, примечания	Источник	2016 г.	2017 г.
Нелегальные сервисы видео	Нелегальные сервисы видео, включая торренты	InterMedia	2 600	2 800
Лицензирование образов	Лицензирование образов звезд музыки, кино, театра, других творческих индустрий для рекламы	InterMedia	200	240
Лицензирование музыки	Лицензирование музыки для рекламы, телевидения, игр и др.	InterMedia	100	120
Эфирное радио	Доходы от рекламы эфирных радиостанций	АКАР, InterMedia	15 100	16 900
Платное ТВ	IPTV, спутниковое ТВ, кабельное ТВ (все доходы, включая VOD)	TMT Консалтинг	76 100	83 800
Эфирное ТВ	Все доходы, включая дотирование	АКАР, Роспечать, InterMedia	182 765	201 000 *
Печатные СМИ	Доходы от продаж и рекламы, исключая доход от продажи рекламы в онлайн-изданиях	PricewaterhouseCoopers	69 509	68 466 *
Книги	Доходы от книжной торговли. Не включены доходы книжных магазинов от не книжного ритейла, включая продажу товаров народного потребления (FMCG)	Роспечать, InterMedia	66 770	68 250 *
Дата-центры	Доходы дата-центров от предоставления услуг на территории РФ. Дата-центры заработали на предоставлении услуг в РФ в 2017 г. 23,6 млрд руб., в оборот творческих индустрий включено 50% этой суммы.	TMT Консалтинг	10 750	11 800
Интернет-реклама	Доходы интернет-ресурсов от рекламы в 2017 г. составили 224 800 млн руб., в оборот творческих индустрий включено 50% этой суммы.	РАЭК, InterMedia	90 120	112 400
Доступ в интернет	Доходы провайдеров в 2017 г. от предоставления доступа в интернет составили 389 млрд руб., в оборот творческих индустрий включено 70% этой суммы.	TMT Консалтинг, InterMedia	252 630	272 300
Бытовая электроника	Доходы от продаж бытового электронного оборудования в 2017 г. составили 663,4 млрд руб. В оборот творческих индустрий включено 70% этой суммы. – Компьютеры (настольные, переносимые, мониторы, принтеры) – Электроника для автомобиля (плееры, радиостанции, навигаторы, колонки). Не включены предустановленные заводские и дилерские устройства – Электроника для дома (акустические системы, домашние кинотеатры, системы Hi-Fi, видеопроигрыватели, ТВ-приставки) – Портативная электроника (камеры, видеокамеры, мобильные телефоны, включая смартфоны, электронные ридеры, плееры, носимая электроника). Не включена электроника, предназначенная для использования в профессиональных целях военными, врачами и т. д.	Euromonitor, InterMedia	427 840	464 380
Разработка ПО	Доходы от разработки ПО в 2017 г. составили 270 000 млн руб.*. В оборот творческих индустрий включено 30% этой суммы.	CNews, InterMedia	74 400	81 000
Итого по всем сегментам			1 447 535	1 588 852

Составление: InterMedia

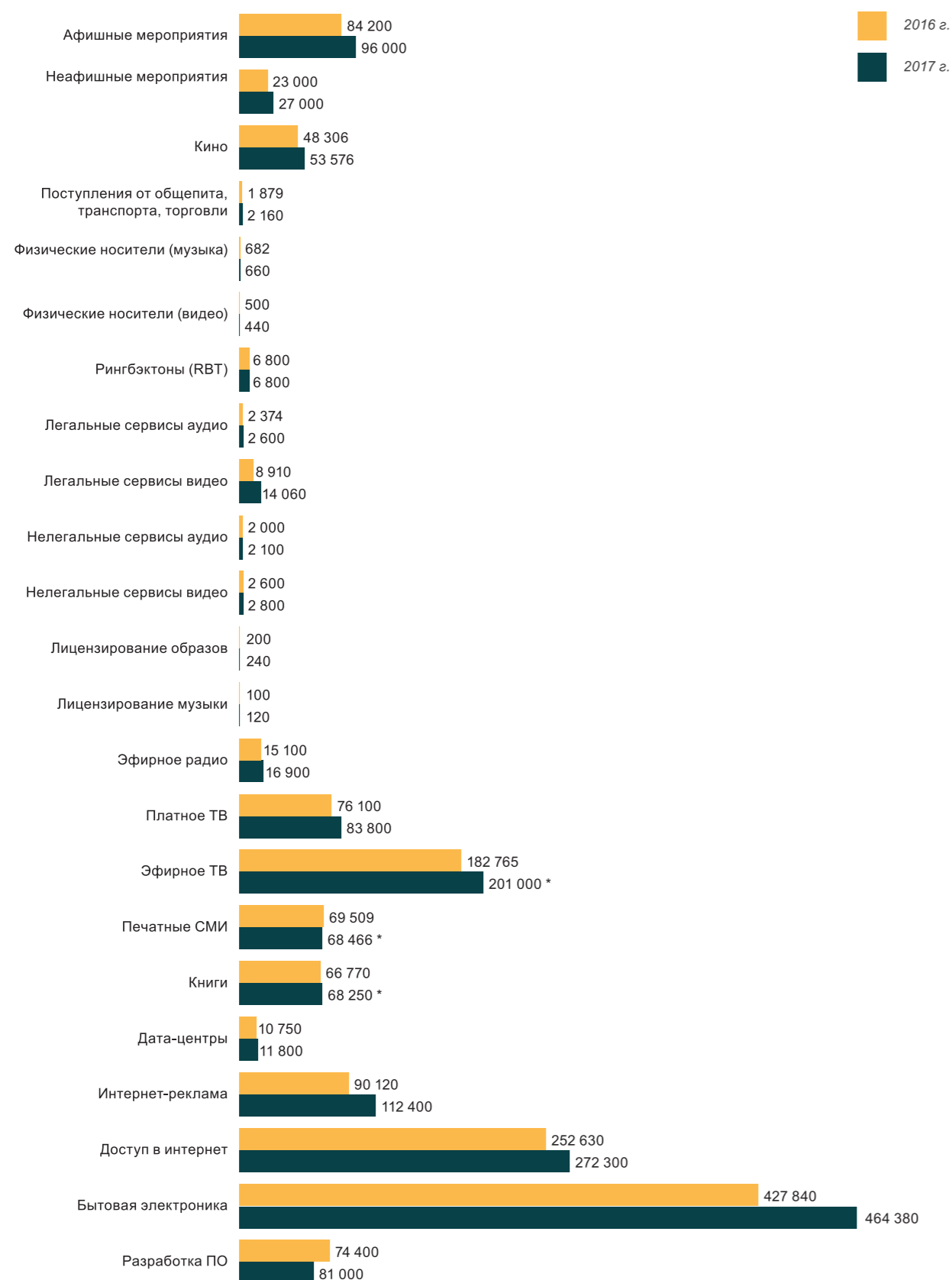
Примечания:

- Звёздочкой (*) отмечены прогнозные данные (на момент сдачи отчёта в печать официальных данных нет).
- В предварительных данных Комплексного исследования творческих индустрий РФ (частично опубликованы в газете «Коммерсантъ» 26.01.18) в расчёт были включены полные обороты некоторых секторов ИТ-индустрии, что было связано с отсутствием на тот момент достоверных исходных данных. В настоящем исследовании в расчёт включены доли секторов ИТ-индустрии, связанные с потреблением творческих РИД. При этом использовались коэффициенты, разработанные на базе соответствующих данных аналитических компаний (примеры таких данных приведены на стр. 8).

3. В расчётах не учтены:

- доходы, полученные в РФ сетевыми сервисами – подразделениями международных монополий Alphabet и Apple (iTunes, Apple Music, YouTube и др.);
- обороты следующих сегментов: изобразительное искусство, дизайн, реставрация, народные промыслы и ремёсла, музеи, фотография, архитектура, производство рекламного контента;
- субсидирование госучреждений из бюджетов всех уровней, кредитование, инвестирование, дотирование частных компаний от собственников и акционеров (кроме строк, в которых это указано отдельно).

Обороты творческих индустрий РФ в 2016-2017 гг., млн руб.



Составление: InterMedia



ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕКОТОРЫХ ЗНАЧИМЫХ СЕГМЕНТОВ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ РФ, 2017 Г.

Как видно из расчётов, определяющими для российских творческих индустрий являются ИТ-индустрия, электронные медиа и зрелищные мероприятия. По первым двум позициям использованы данные

профильных аналитических компаний, расчёты по третьему значимому сегменту проводят аналитики InterMedia.

Зрелищная исполнительская индустрия

Количество площадок, на которых проводятся мероприятия с продажей билетов	4 400
Суммарное количество мест на площадках	4 300 000
Количество организаций, управляющих концертными залами	3 000
Количество организаторов зрелищных мероприятий	4 400
Количество исполнителей (коллективы и артисты)	7 300

Источник: InterMedia

Киноиндустрия

Количество кинотеатров	1 612
Количество кинозалов	4 930
Количество релизов в прокате (всего)	472
Количество российских релизов в прокате	123

Источник: InterMedia

СФЕРА КУЛЬТУРЫ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РФ

Законодательное регулирование сферы культуры в РФ сейчас далеко от системности. Действующие в настоящее время «**Основы законодательства Российской Федерации о культуре**», утвержденные 9 октября 1992 года, (№ 3612-1) не обеспечивают эффективного регулирования отраслей. Законодательство РФ насыщено противоречиями и упущениями. Приведём несколько примеров.

В Гражданском кодексе РФ результаты интеллектуальной деятельности (РИД), которая может быть отнесена к творческой, – **произведения, исполнения, сообщение в эфир или по кабелю радио-или телепередач** – даны в едином перечне вместе с научными и экономическими РИД. В списке произведений нет фильмов, но они упоминаются в главе, посвящённой «сложным объектам», как входящие в общее понятие «аудиовизуальные произведения», определение которых парадоксально совпадает с определением понятия «фильм» из Закона № 126-ФЗ о господдержке кинематографии.

В свою очередь, Закон № 126-ФЗ прямо распространяет понятие «фильм» на все аудиовизуальные произведения – не только собственно фильмы, но и музыкальные клипы, все виды телепередач, спортивные трансляции, новостные программы, рекламные ролики и т. д. Соответственно, если следовать букве закона, то во всех перечисленных случаях показ невозможен без предварительного предоставления в Минкультуры России обязательного экземпляра и официальной выдачи прокатного удостоверения.

«Сложным объектом» в Гражданском кодексе также признается «театрально-зрелищное представление», видами которого являются «театральные, цирковые, кукольные, эстрадные и иные представления»; при этом в Налоговом кодексе упомянуты «театрально-зрелищные, культурно-просветительные и зрелищно-развлекательные мероприятия» – и ни в одном из актов не указаны отличительные признаки каждого из них.

Действующее законодательство опирается на такие общие термины, как **театр, цирк, филармония, артист, спектакль, концерт, эстрада** и др. Эти термины были введены в обиход в Российской империи в XIX веке и бюрократически закрепились в СССР во второй четверти XX века, они не имеют объективных отличительных признаков и во многом неприменимы в эпоху бурного роста массовой культуры, электронных СМИ, цифровой экономики и блокчейн-технологий. Для практического использования в таких случаях приходится либо издавать разъясняющие ведомственные акты и инструкции, либо просто на системном уровне откровенно игнорировать законодательство, что вряд ли помогает эффективному развитию отраслей.

Один из самых ярких примеров бессистемности государственного подхода – отношение к массовым индустриям, играющим важнейшую роль в формировании национального сознания и идентичности. Регулирование массовой киноиндустрии в РФ официально возложено на Минкультуры России, для её государственной поддержки специально создан Фонд кино и выделяются значительные средства; развитием массовой литературы и медиа серьёзно занимается Минкомсвязи; а вот массовая музыкальная индустрия (шоу-бизнес), имеющая намного большую аудиторию, вообще не имеет ни отраслевого закона, ни регулятора, не говоря уже о господдержке.

Несовершенство и противоречивость нормативных актов, разночтения при их толковании зачастую прямо подталкивают руководителей организаций культуры к нарушениям в хозяйственной деятельности, что не просто ставит их в экстремальные условия, но и порождает препятствующие творческому процессу конфликты, отрицательно влияет на трудовые отношения в сфере культуры, приводит к эксцессам и даже уголовным делам, имеющим значительный резонанс в обществе, иногда (как с «делом Серебренникова») доходящий до высшего государственного уровня.

Таким образом, действующее законодательство РФ в области культуры неполно, архаично, не соответствует ни реалиям современности, ни задаче стимулирования инвестиционной активности, в связи

с чем как **регулирование, так и коммерциализация интеллектуальной собственности в творческой сфере серьезно затруднены.**

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ЗАКОНА О КУЛЬТУРЕ

На первом этапе Рабочей группой была подчеркнута необходимость разработки и закрепления в Законе о культуре определений каждого из видов культурной деятельности. Был составлен перечень терминов и категорий сферы культуры, не рекомендуемых для использования в законодательстве в связи с отсутствием отличительных признаков – это в первую очередь **типы организаций, виды мероприятий, творческие стили и жанры**. Также подтверждена нецелесообразность использования в законодательстве **оценок художественной значимости** результатов интеллектуальной деятельности (за исключением отдельных случаев).

Особое внимание рабочая группа уделила анализу существующих препятствий для самостоятельной деятельности творческих работников в качестве индивидуальных предпринимателей и самозанятых граждан, в том числе с применением патентной системы налогообложения. Предложено дополнить коды ОКВЭД отсутствующими в настоящее время видами деятельности, такими как **создание музыки (работа композитора), создание пьес и сценариев (работа драматурга)** и др.

Рабочей группой разработан и представлен руководством ТПП РФ и заинтересованным структурам

проект концепции Закона, призванного **вернуть доверие общественности и бизнеса к культурным отраслям в целом, создать инвестиционно привлекательные условия, вывести из тени и многократно увеличить обороты отраслей.**

Закон о культуре должен закрепить цели и основные методы государственной поддержки сферы культуры из бюджетов всех уровней, включая особый порядок госзакупок у лиц, ведущих деятельность в сфере культуры. Именно Закон о культуре должен стать основой для разрешения назревших проблем отрасли – таких как невысокая эффективность государственной поддержки, юридическая и социальная незащищённость творческих организаций и работников, интеллектуальное пиратство, билетная спекуляция и др.

Результатом станет создание устойчивого юридического фундамента сферы культуры, динамичное развитие творческих сил и инфраструктуры, рост аудитории отечественной творческой продукции, увеличение доли российского искусства на внутреннем и международном рынках. Иными словами, будут созданы законодательные условия для культурного развития страны, общества, человека.

Сфера культуры в РФ

Предварительные результаты
комплексного исследования творческих индустрий

Предложения к проекту Закона о культуре

Базисная блок-схема сферы культуры

Информационное агентство «ИнтерМедиа»
Совет по интеллектуальной собственности Торгово-промышленной палаты РФ

Ведущий эксперт: **Павел Соломатин**
Главный эксперт: **Александр Тихонов**
Редактор: **Мария Сысоева**
Дизайн и верстка: **Ирина Рябина** (ООО «Студия Снэзи»)

Руководитель проекта: **Наталья Галиулова**
Главный редактор: **Евгений Сафронов**

Фото: «ИнтерМедиа», Shutterstock

Intermedia.online

Москва, 2018