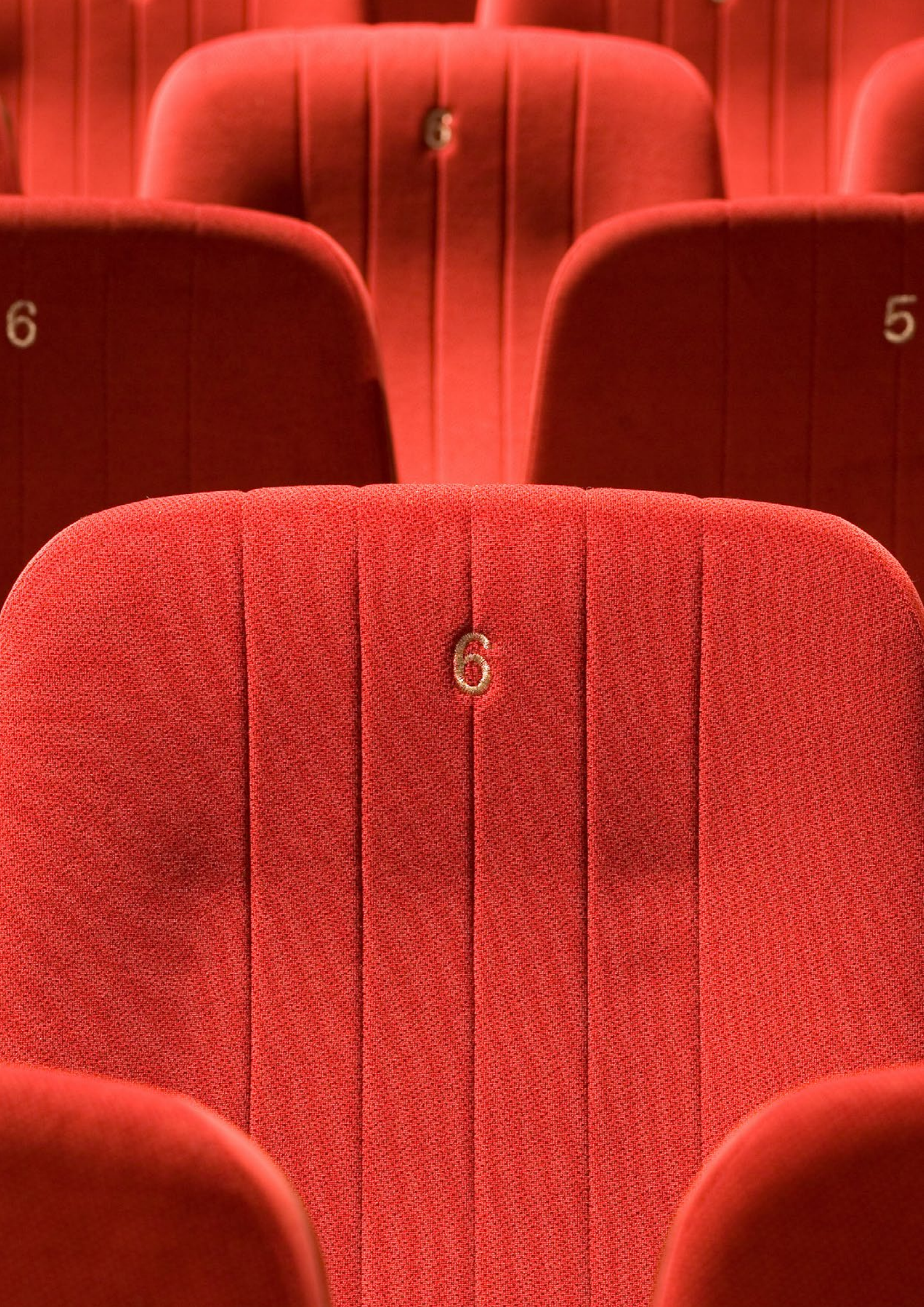


Культура и культурные индустрии в РФ 2016–2018

Результаты комплексного исследования

- Структура сферы культуры РФ
- Базисная блок-схема сферы культуры
- Финансовые показатели с учетом предварительных данных 2018 г.



The image shows a close-up of several rows of red theater seats. The seats are upholstered in a textured red fabric and have vertical pleats. Some seats have small, gold-colored numbers (5 and 6) on the backrests. The lighting is warm and focused on the seats, creating a sense of depth and texture.

Информационное агентство InterMedia
Совет по интеллектуальной собственности
Торгово-промышленной палаты РФ

КУЛЬТУРА И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РФ 2016–2018

Результаты комплексного исследования

Москва, 2019

Содержание

Комплексное исследование сферы культуры РФ _____	3	Приложение 2. ИТ-индустрия как ведущий сегмент сферы культуры _____	24
Базисная блок-схема сферы культуры _____	6	Приложение 3. Опрос экспертов культурных индустрий _____	30
Методика расчета финансовых показателей культурных индустрий _____	8	Благодарности _____	36
Финансовые показатели культурных индустрий РФ в 2016–2018 гг. _____	10	Использованная литература _____	37
Приложение 1. Обзор сферы культуры и культурных индустрий на современном этапе _____	12		

НАД ИССЛЕДОВАНИЕМ РАБОТАЛИ:

Главный редактор: **Евгений Сафронов**
 Руководитель проекта: **Наталья Галиулова**
 Главный эксперт: **Александр Тихонов**
 Ведущий эксперт: **Павел Соломатин**
 Корреспондент: **Анна Стрельчук**

Редактор: **Мария Сысоева**
 Дизайн и верстка: **Максим Гелета**

Другие исследования
 InterMedia:



ИСТОЧНИКИ:

Росстат; Роспечать; Минпромторг России; Минкультуры России; Росархив; Ростуризм; Фонд кино; РАО; ВОИС; РАЭК; АКАР; TMT Консалтинг; Формлаб; Артгид; ARTInvestment; InArt; J'son and Partners; Group-IB; Simple Analytics; PricewaterhouseCoopers; IFPI; Euromonitor International; ООН; European Commission; Department for Digital, Culture, Media & Sport; U.S. Department of Commerce; British Council; Directorate-General for Education and Culture European Commission; BOP Consulting; UNESCO; Common Sense; Cisco; Newzoo

intermedia.online
 in@intermedia.online

© ООО «ИА «ИнтерМедиа»

КОМПЛЕКСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ РФ

Изучение сферы культуры и культурных индустрий в Российской Федерации до последнего времени практически не выходило за пределы научных аудиторий – несмотря на значительный объем авторитетных работ на эту тему, на практике государственное регулирование и статистика до настоящего времени продолжают использовать терминологию и подходы 30–40-х гг. прошлого столетия.

Эта ситуация отрицательно сказывается как на развитии культурных индустрий, так и на эффективности государственной поддержки сферы культуры. В связи с этим в апреле 2017 г. Рабочей группой по вопросам коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности Совета по интеллектуальной собственности ТПП РФ (далее – Рабочей группой) совместно с коммуникационным холдингом InterMedia начата работа по подготовке предложений к концепции Закона о культуре. Актуальность проблемы вскоре была подтверждена на самом высоком уровне – в декабре 2017 г. на заседании Совета по культуре о необходимости разработки нового Закона о культуре заявил президент РФ Владимир Путин.

Деятельность Рабочей группы началась со сравнительного анализа подходов к оценке экономики культуры в развитых и развивающихся странах (см. илл. 7 «Разница в подходах к оценке экономики культуры в разных странах» на стр. 17). Были определены и учтены принципиальные особенности сферы культуры – блочная структура, неприятие иерархии и регулирования, крайне высокая доля индивидуальной креативной деятельности, вариативность и разноплановость процессов, в которых, в отличие от иных отраслей экономики, крайне сложно разделить стадии планирования, производства и реализации. Технологии связи между творцами и аудиторией в каждом из сегментов, даже близких по стилю и происхождению, зачастую принципиально различаются, динамично и непредсказуемо изменяясь на национальном и международном уровнях.

В мае 2017 г. Рабочая группа подготовила предварительные результаты исследования, из которых стало ясно, что как объективное изучение сферы культуры, так и ее эффективное регулирование невозможно без определения ее границ, структуры и адекватной терминологии.

Среди великого множества определений понятия «культура» нет одного общепринятого и согласованного. В цивилизационном аспекте термин может быть определен так: **культура – это совокупность результатов общественно полезной человеческой деятельности**. Однако для государственного регулирования и аналитики необходимо более узкое и исчерпывающее определение. Анализ законодательных актов различных стран привел к выводу о принципиальной невозможности выработки такого единого определения.

В этой связи Рабочая группа видит единственно возможное решение в применении казуального изложения, определив принадлежность к сфере культуры видов деятельности методом перечисления – с учетом сложившихся в обществе традиций. Таким образом было определено, что сфера культуры РФ состоит из двух составляющих – **творческой и досуговой**, в каждой из которых действуют государственные и индустриальные сегменты.

На практике государственное регулирование и статистика до настоящего времени продолжают использовать терминологию и подходы 30–40-х гг. прошлого столетия

КОНТРОЛЬ

В целях исследования было предложено выделить из установленного законом перечня результатов интеллектуальной деятельности (РИД) те из них, которые, в отличие от научных, технических и экономических, имеют творческий характер:

- произведения литературы и искусства;
- исполнения;
- фонограммы;
- сообщения в эфир или по кабелю радио- или телепередач;
- сложные и составные объекты, созданные на базе вышеуказанных РИД.

Перечисленные РИД предложено называть «творческими результатами интеллектуальной деятельности» (ТРИД).

Определения видов культурной деятельности:

Творческая деятельность – создание, распространение, использование и сохранение произведений и других творческих результатов интеллектуальной деятельности, в том числе памятников истории и культуры.

Досуговая деятельность – не основанные на творческих результатах интеллектуальной деятельности проведение массовых мероприятий всех видов, клубная работа, туризм и экскурсии, лекции, игры, музейная и выставочная деятельность в областях истории, краеведения, природы, науки, техники и др.



Фото: shutterstock.com / melnikof

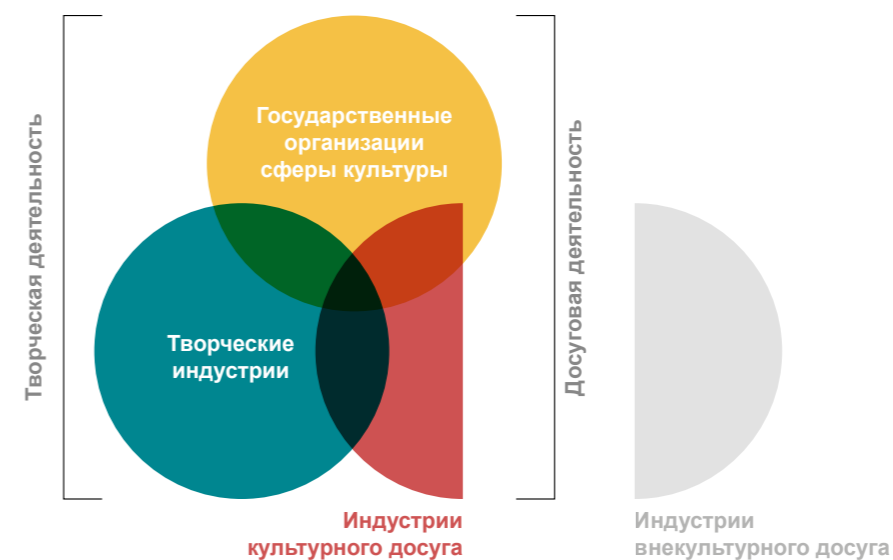
Таким образом, Рабочей группой были разработаны определения секторов **культурной экономики**:

Творческая экономика – совокупность индустрий, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности.

(Заимствованные аналоги «креативная экономика» и «креативные индустрии» решено не использовать.)

Досуговая экономика – совокупность индустрий, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является спрос на культурные формы досуга (доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности не является определяющим фактором).

Илл. 1. Общая структура сферы культуры в РФ



Источник: InterMedia

Не включены в сферу культуры:

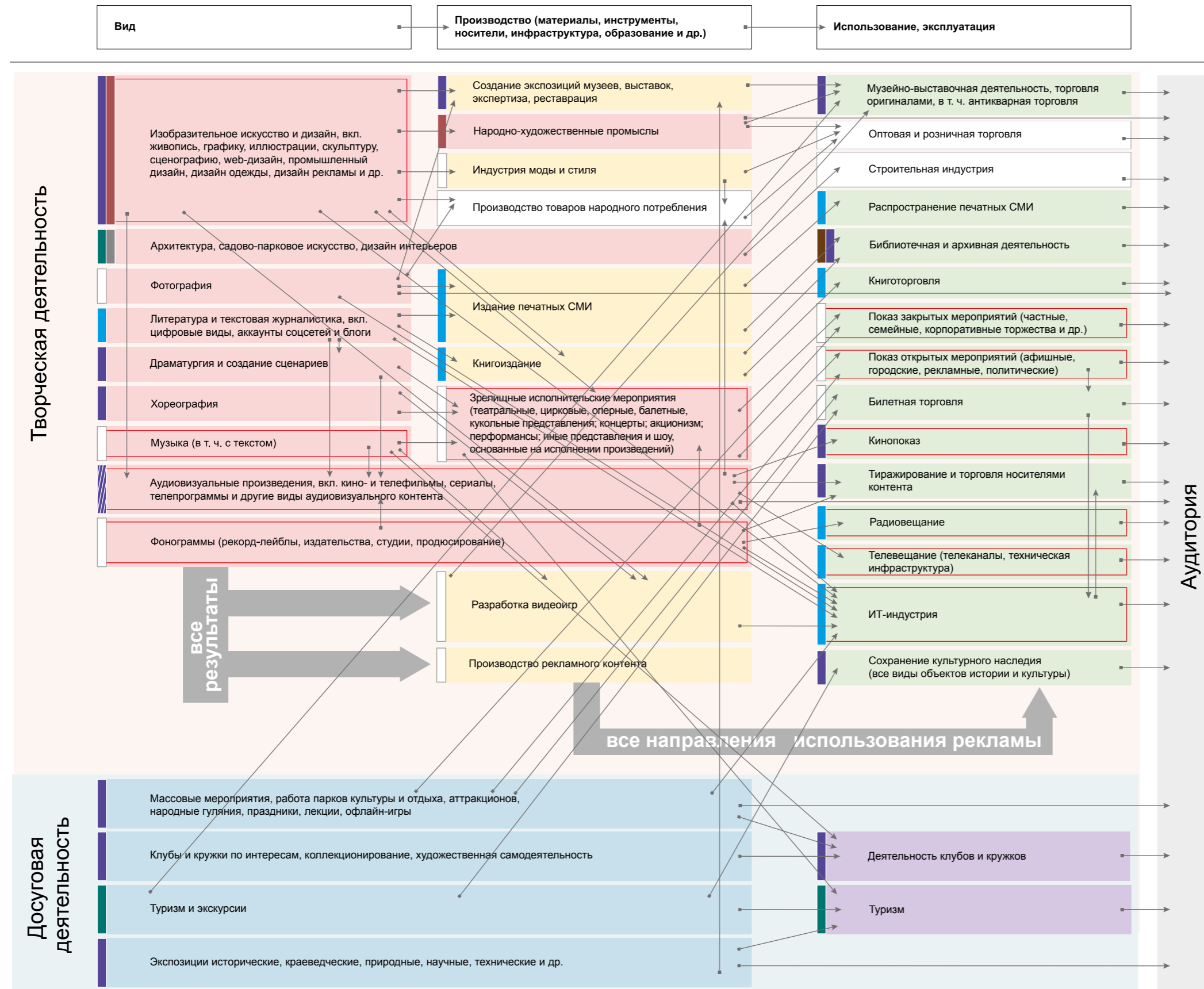
- общественная, политическая и религиозная деятельность;
- научно-техническая, изыскательская, изобретательская и рационализаторская деятельность;
- производство;
- торговля;
- транспорт;
- образование (за исключением вузов сферы культуры);
- оказание бытовых услуг;
- спорт;
- общественное питание;
- внекультурный досуг (азартные игры, охота, рыбалка и др. – принадлежность тех или иных форм досуга к «культурным» либо «внекультурным» определяется в соответствии с традициями и уровнем культуры социальных групп);
- и др.

ТРИД - творческие результаты интеллектуальной деятельности (в отличие от экономических, технических и др.)

КОНТРОЛЬ

На следующем этапе Рабочей группой и InterMedia был подготовлен проект Базисной блок-схемы сферы культуры (см. стр.6–7), в универсальном плане отображающей процессы создания, производства, распространения и эксплуатации ТРИД, а также основных видов услуг, относящихся к сфере культурного досуга. Блок-схема построена на основе аналогичных разработок зарубежных аналитиков с учетом особенностей сферы культуры РФ.

Базисная блок-схема сферы культуры



Примечания к Блок-схеме

Проект от 02.04.19

Блок-схема отображает последовательность процессов (слева направо): от планирования и создания – к аудитории. Там, где это возможно, блоки расположены по принципу схожести процессов. Принципы хронологии возникновения, преемственности стилей и жанров, экономических показателей и т. п. в данной форме блок-схемы не учитываются. Сегменты, которые предлагается включить в сферу культуры, отмечены цветной заливкой:

- Сегменты, в которых создаются (производятся, тиражируются) результаты творческой деятельности. Как правило, на них распространяется законодательство об авторских и смежных правах
- Сегменты, в которых используются творческие РИД. В них включены как коммерческая реализация (продажа, прокат), так и бесплатное распространение в различных целях (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 культурной деятельности, не связанные с использованием творческих РИД (досуговая деятельность)
- Сегменты, в которых применяется коллективное управление правами

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 сегменты.

Зрелищные исполнительские мероприятия включают выступления как профессиональных, так и непрофессиональных коллективов и артистов.

Обороты рекламной индустрии основаны на оплате заказчиком технической процедуры – размещения. В связи с этим к творческим индустриям причислена только первая стадия этого сегмента – производство рекламного контента всех видов.

ИТ-индустрия – это бытовая электроника и другое оборудование, обеспечивающее доставку творческого контента, связь и телекоммуникации, услуги доступа к цифровым сетям, программное обеспечение, сетевые и операторские ресурсы, дата-центры, соцсети, мессенджеры, скачивание/загрузка, стриминг и другие системы доставки контента.

Деятельность государственных и местных органов управления, образовательных, общественных и других организаций, связанная с творчеством и досугом, не обозначена в блок-схеме, поскольку в той или иной степени является неотъемлемой частью всех указанных видов деятельности.

Регуляторы

- Минкультуры
- Минэкономразвития
- Минкомсвязь
- Минпромторг
- Минстрой
- Росархив
- Регулятора нет
- Частично регулируется

Источник: InterMedia

МЕТОДИКА РАСЧЕТА ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

После определения структуры и составления блок-схемы сферы культуры Рабочая группа приступила к отработке методики расчета оборотов сегментов культурных индустрий. Задачу усложнил тот факт, что официальная статистика РФ ряд значимых сегментов культурных индустрий либо не учитывает вообще, либо отражает во фрагментарном виде.* К примеру, Росстат публикует данные о театрах, цирках, зоопарках и др., но не упоминает о концертах, распространении аудио- и видеозаписей, в целом использовании музыки как таковой, большинстве видов дизайна, негосударственных галереях, билетных сервисах и др. В связи с этим для расчетов были использованы данные аналитических компаний, фондов, отраслевых ассоциаций и др., а также экспертные оценки.

Рабочей группой впервые в стране разработана методика расчета оборотов отрасли, объективно отображающая ее состояние в настоящий момент. Как показали результаты исследования (см. стр.10–11), вклад культурных индустрий в экономику РФ превышает 2 трлн руб. Значительны обороты кино, СМИ, концертов, но большая часть доходов, как и во всем мире,

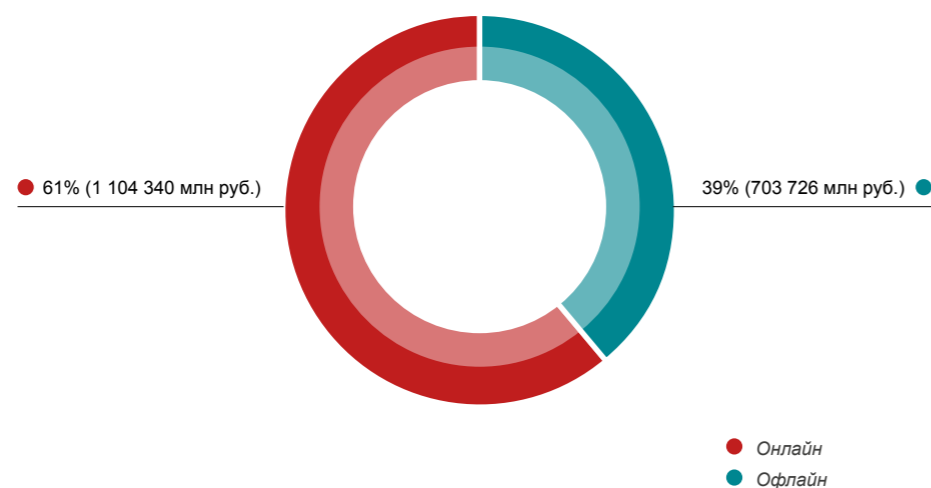
сейчас генерируется в цифровой среде, там же формируется общая культурная повестка.

Исследования Рабочей группы подтвердили, что особенностью культурной экономики в РФ является традиционно значимая роль федеральных, региональных и местных органов власти, выступающих в роли не только регуляторов, но и собственников абсолютного большинства организаций отрасли – театров, цирков, концертных площадок, художественных коллективов, музеев, библиотек. Во многих случаях это затрудняет применение традиционных аналитических инструментов. Следует заметить, что практически все организации, финансируемые из государственных и местных бюджетов, убыточны.

Что касается негосударственных участников индустрии, то они действуют преимущественно в таких сегментах, как СМИ, книжное дело, кинопоказ, массовая концертная деятельность и ряд других. Их собственниками (часто в форме ИП) являются преимущественно физические лица – граждане РФ, доля зарубежного капитала в организациях незначительна.

* Единственным исключением является комплексный отчет о показателях развития киноиндустрии, который в 2017–2018 гг. публиковался Фондом кино при участии InterMedia на уровне, соответствующем мировым статистическим стандартам

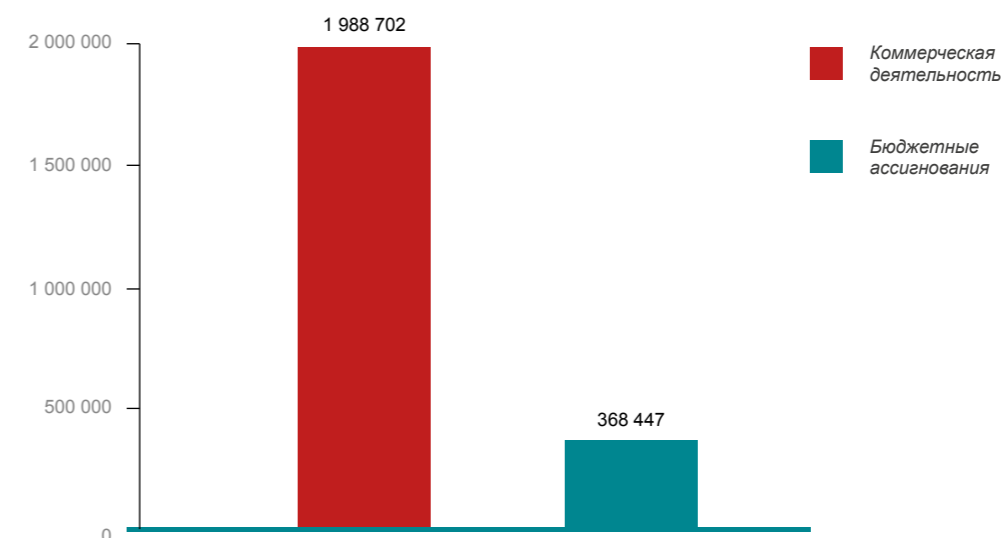
Илл. 2. Соотношение доходов от коммерческой деятельности онлайн- и офлайн-сегментов культурных индустрий, 2017 г.



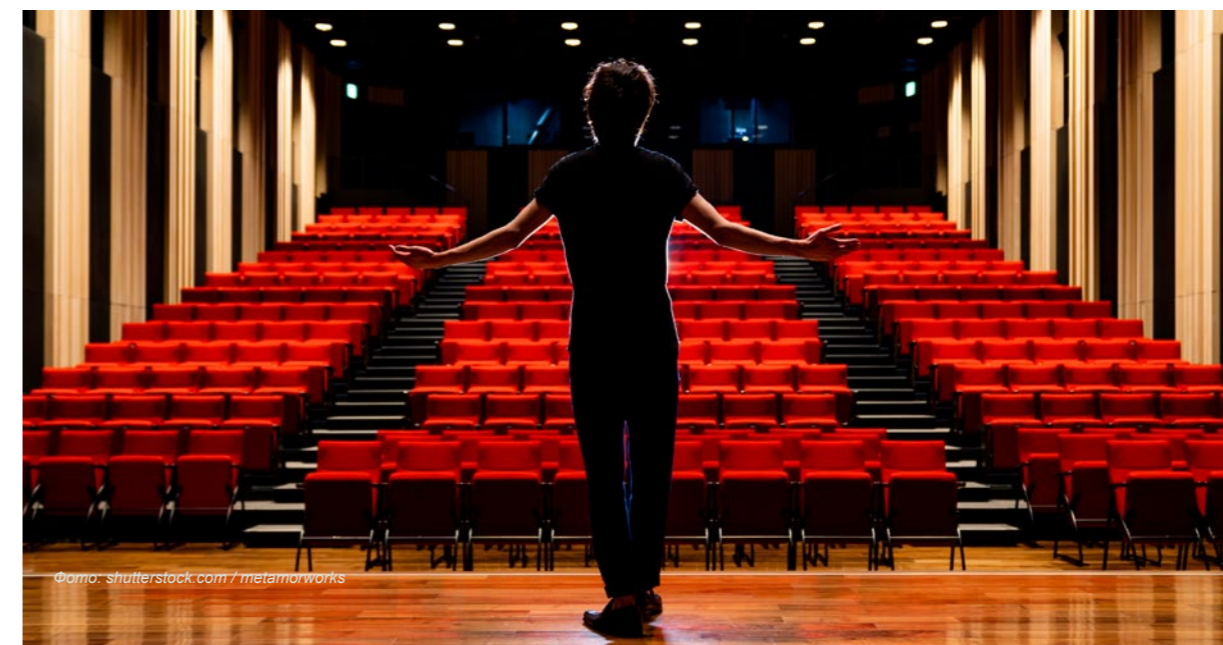
Источник: InterMedia

В первом варианте предварительных данных Комплексного исследования (частично опубликованы в газете «Коммерсантъ» 26.01.18) в расчет были включены только показатели творческих индустрий, в том числе полные обороты некоторых секторов ИТ-индустрии, что было связано с отсутствием на тот момент достоверных исходных данных. После получения информации методика расчетов была усовершенствована; в этой же связи было принято решение во избежание двойного счета исключить из расчетов позицию «Программное обеспечение», а сами расчеты в дальнейшем вести по всем секторам культурных индустрий.

Илл. 3. Соотношение доходов от коммерческой деятельности и объемов бюджетных ассигнований, 2017 г., млн руб.

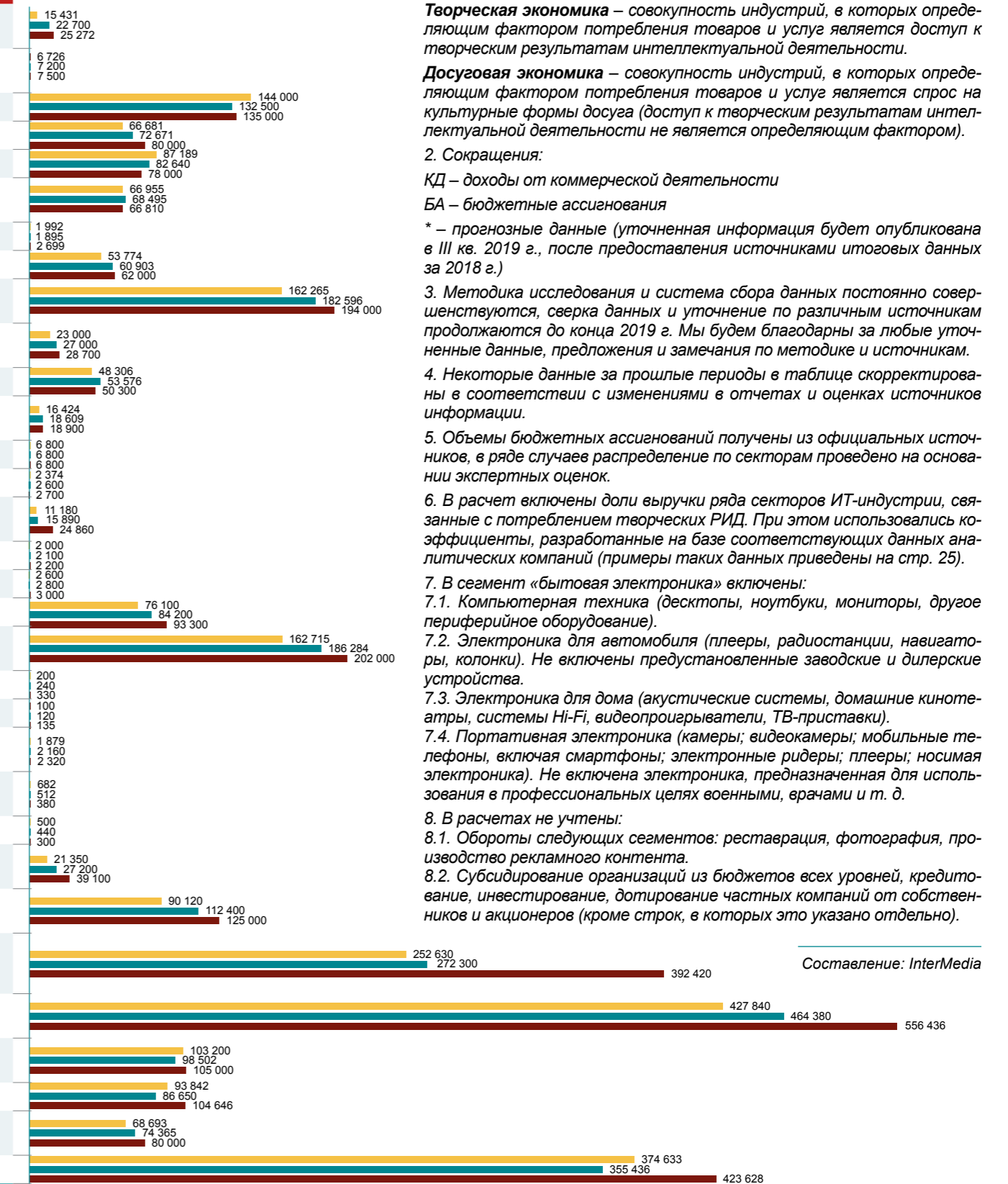


Источник: InterMedia



Финансовые показатели культурных индустрий РФ в 2016–2018 гг., млн руб.

Сегмент	Деятельность	Источники	2016 г.			2017 г.			2018 г.*
			КД	БА	Всего	КД	БА	Всего	Всего
Изобразительное искусство и дизайн	Продажи произведений на территории России, работ в области промышленного дизайна (включены БА, выделяемые на развитие инжиниринга и промышленного дизайна)	ARTInvestment, InArt, Росстат, Минпромторг России, InterMedia	8 401	7 030	15 431	15 080	7 620	22 700	25 272
Народно-художественные промыслы	Производство изделий народно-художественных промыслов	Минпромторг России, InterMedia	5 572	1 154	6 726	6 000	1 200	7 200	7 500
Архитектура	Проектные работы в промышленном и гражданском строительстве	Simple Analytics, Росстат, InterMedia	144 000	н/д	144 000	132 500	н/д	132 500	135 000
Музеи	Музейная и выставочная деятельность	ГИВЦ Минкультуры России, InterMedia	16 806	49 875	66 681	18 429	54 242	72 671	80 000
Печатные СМИ	Деятельность печатных СМИ, включая продажи и рекламу. Не включена реклама в онлайн-изданиях	Роспечать, АКАР	83 600	3 589	87 189	79 200	3 440	82 640	78 000
Книги	Книжная торговля (продажа печатных, электронных и аудиокниг). Не включены деятельность книжных магазинов по продаже товаров народного потребления (FMCG) и другой не книжный ритейл	Роспечать, InterMedia	66 770	185	66 955	68 330	165	68 495	66 810
Архивы	Деятельность Федерального архивного агентства	Росархив	н/д	1 992	1 992	н/д	1 895	1 895	2 699
Библиотеки	Библиотечная деятельность	ГИВЦ Минкультуры России, InterMedia	1 017	52 757	53 774	1 138	59 765	60 903	62 000
Афишные исполнительские мероприятия	Организация и проведение афишных исполнительских мероприятий – концертов, спектаклей, шоу всех видов с участием исполнителей и распространением билетов / открытым входом	InterMedia, ГИВЦ Минкультуры России	84 200	78 065	162 265	96 000	86 596	182 596	194 000
Закрываемые исполнительские мероприятия	Организация и проведение неафишных (закрываемых) исполнительских мероприятий – частных, государственных, корпоративных (учтены только затраты на творческую часть)	InterMedia	23 000	н/д	23 000	27 000	н/д	27 000	28 700
Кинопоказ	Услуги кинопоказа (продажа билетов)	Фонд кино, InterMedia	48 306	н/д	48 306	53 576	н/д	53 576	50 300
Эфирное радио	Деятельность эфирных радиостанций (включены БА согласно ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы»)	АКАР, Роспечать, InterMedia	15 100	1 324	16 424	16 900	1 709	18 609	18 900
Рингбоктоны (RBT)	Услуги «рингбэктон» операторов мобильной связи	InterMedia	6 800	н/д	6 800	6 800	н/д	6 800	6 800
Легальные сервисы аудио	Услуги легальных аудиосервисов (скачивание/загрузка, стриминг)	IFPI, InterMedia	2 374	н/д	2 374	2 600	н/д	2 600	2 700
Легальные сервисы видео	Услуги легальных видеосервисов (скачивание/загрузка, стриминг, AVOD, SVOD, TVOD, EST). Не включена деятельность операторов платного ТВ от VOD (учтена в строке «Платное ТВ»)	J'son and Partners	11 180	н/д	11 180	15 890	н/д	15 890	24 860
Незаконные сервисы аудио	Доходы незаконных сервисов аудио, включая торренты (реклама, подписка)	InterMedia, Group-IB	2 000	н/д	2 000	2 100	н/д	2 100	2 200
Незаконные сервисы видео	Доходы незаконных сервисов видео, включая торренты (реклама, подписка)	InterMedia, Group-IB	2 600	н/д	2 600	2 800	н/д	2 800	3 000
Платное ТВ	Услуги по обеспечению доступа к платному ТВ (IPTV, спутниковое ТВ, кабельное ТВ), включая VOD	TMT Консалтинг, InterMedia	76 100	н/д	76 100	84 200	н/д	84 200	93 300
Эфирное ТВ	Деятельность эфирного телевидения (включены БА согласно ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы»)	АКАР, Роспечать, InterMedia	150 800	11 915	162 715	170 900	15 384	186 284	202 000
Лицензирование образов	Лицензирование образов звезд музыки, кино, театра и других культурных индустрий для рекламы	InterMedia	200	н/д	200	240	н/д	240	330
Лицензирование музыки	Лицензирование музыки для рекламы, телевидения и др.	InterMedia	100	н/д	100	120	н/д	120	135
Поступления от общепита, транспорта, торговли	Деятельность ОКУП по сбору отчислений за использования музыки от организаций общественного питания, торговли, транспорта, сферы обслуживания и др.	РАО, ВОИС, InterMedia	1 879	н/д	1 879	2 160	н/д	2 160	2 320
Физические носители (музыка)	Продажи физических носителей (музыка)	IFPI, InterMedia	682	н/д	682	512	н/д	512	380
Физические носители (видео)	Продажи физических носителей (кино, видео)	InterMedia	500	н/д	500	440	н/д	440	300
Дата-центры	Деятельность дата-центров на территории РФ, в т. ч. по предоставлению облачных услуг. Доходы в 2018 г. – 78,2 млрд руб., в оборот культурных индустрий включено 50% этой суммы	TMT Консалтинг, InterMedia	21 350	н/д	21 350	27 200	н/д	27 200	39 100
Интернет-реклама	Продажи рекламы на интернет-ресурсах. Доходы от рекламы в 2018 г. – 250 млрд руб., в оборот культурных индустрий включено 50% этой суммы	РАЭК, InterMedia	90 120	н/д	90 120	112 400	н/д	112 400	125 000
Доступ в интернет	Предоставление услуг доступа в интернет. В 2018 г. доходы провайдеров от предоставления мобильного и широкополосного доступа в интернет – 560,6 млрд руб., в оборот культурных индустрий включено 70% этой суммы	TMT Консалтинг, InterMedia	252 630	н/д	252 630	272 300	н/д	272 300	392 420
Бытовая электроника	Продажи бытового электронного оборудования. В 2018 г. доход от продаж – 794,9 млрд руб., в оборот культурных индустрий включено 70% этой суммы	Euromonitor International	427 840	н/д	427 840	464 380	н/д	464 380	556 436
Образование в сфере культуры	Деятельность организаций отраслевого художественного образования (вузов, профессиональных образовательных учреждений и детских школ искусств)	Минкультуры России, ГИВЦ Минкультуры России, InterMedia	20 100	83 100	103 200	20 300	78 202	98 502	105 000
Видеоигры	Видеоигры (продажи, микротранзакции, платные подписки)	Newzoo	93 842	н/д	93 842	86 650	н/д	86 650	104 646
Культурно-досуговые учреждения	Деятельность парков культуры и отдыха, зоопарков и других досуговых организаций	ГИВЦ Минкультуры России, InterMedia	15 035	53 658	68 693	16 136	58 229	74 365	80 000
Туризм	Оказание туристических услуг, услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	Ростуризм, InterMedia	374 633	н/д	374 633	355 436	н/д	355 436	423 628
Всего			2 047 537	344 644	2 392 181	2 157 717	368 447	2 526 164	2 913 736



Примечания:

1. Структура культурной экономики:

Творческая экономика – совокупность индустрий, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности.

Досуговая экономика – совокупность индустрий, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является спрос на культурные формы досуга (доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности не является определяющим фактором).

2. Сокращения:

КД – доходы от коммерческой деятельности

БА – бюджетные ассигнования

* – прогнозные данные (уточненная информация будет опубликована в III кв. 2019 г., после предоставления источниками итоговых данных за 2018 г.)

3. Методика исследования и система сбора данных постоянно совершенствуются, сверка данных и уточнение по различным источникам продолжаются до конца 2019 г. Мы будем благодарны за любые уточненные данные, предложения и замечания по методике и источникам.

4. Некоторые данные за прошлые периоды в таблице скорректированы в соответствии с изменениями в отчетах и оценках источников информации.

5. Объемы бюджетных ассигнований получены из официальных источников, в ряде случаев распределение по секторам проведено на основании экспертных оценок.

6. В расчет включены доли выручки ряда 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. 25).

7. В сегмент «Бытовая электроника» включены:

7.1. Компьютерная техника (десктопы, ноутбуки, мониторы, другое периферийное оборудование).

7.2. Электроника для автомобиля (плееры, радиостанции, навигаторы, колонки). Не включены предустановленные заводские и дилерские устройства.

7.3. Электроника для дома (акустические системы, домашние кинотеатры, системы Hi-Fi, видеопроигрыватели, ТВ-приставки).

7.4. 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.

8. В расчетах не учтены:

8.1. Обороты следующих сегментов: реставрация, фотография, производство рекламного контента.

8.2. Субсидирование организаций из бюджетов всех уровней, кредитование, инвестирование, дотирование частных компаний от собственников и акционеров (кроме строк, в которых это указано отдельно).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОБЗОР СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Введение

Роль культуры в развитии общества никогда не подвергалась сомнению, но в последнее время не только в культурных, но и в экономических, юридических и государственных кругах укрепляется уверенность в том, что именно культура является основой развития общества, а повышенное внимание к культурным индустриям – необходимое условие для ускорения его развития.

Эксперты все чаще обращают внимание на то, что экономические и социальные процессы намного больше, чем ранее было принято считать, связаны с уровнем культуры социальных групп и всего общества в целом. Именно культура общества определяет эффект от внедрения прогрессивных идей, ультрасовременных инноваций, продвинутых технологий и т. д.

Важность и значимость культуры особо отмечается в ключевых международных документах, в частности в Конвенции *UNESCO* об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения (2005 г.) [1], Программе Организации Объединенных Наций «Цели устойчивого развития» (2015 г.) [2] и многих других.

Феномен культурных индустрий

Одним из самых заметных цивилизационных феноменов XIX–XX вв. стало появление и бурное развитие совершенно нового для развитых (а позднее и развивающихся) стран явления – культурных (творческих или креативных) индустрий. Предпосылкой для этого стало повышение благосостояния и, соответственно, культурного уровня населения развитых стран. Это привело к устойчивому росту платежеспособного спроса на произведения искусства всех видов со стороны не только элиты, как это было ранее, но и широких масс. Этот спрос был удовлетворен техническими отраслями с помощью

как новых способов распространения произведений, так и новых – массовых – видов искусства и проведения досуга.

За 150 лет революция массовой культуры кардинально изменила мир и продолжает менять его ежедневно и ежечасно. Если в середине XIX в. приобретение к работам мастеров живописи, исполнениям профессиональных актеров и музыкантов, книгам и прочим видам медиа было доступно лишь нескольким миллионам представителей элит, то в XXI в. эту возможность получили 90% населения Земли, выросшего за это время в пять раз. Производство и потребление творческих результатов интеллектуальной деятельности выросло в сотни миллионов раз. Массовыми стали литература, печатные медиа, игры, туризм, а телевидение, радио и другие электронные медиа изначально создавались как таковые. В десятки и сотни тысяч раз возросло количество работников, занятых в сфере культуры.

Индустрии, удовлетворяющие спрос на культурную продукцию, в XX в. набрали заметные финансовые обороты и стали играть значительную роль в жизни человечества, став инструментами как строительства обществ, так и их разрушения. За влияние на сферу культуры идет ожесточенная борьба на внутригосударственных и международных уровнях. В XXI в. на авансцену вышли крупнейшие международные корпорации, контролируемые массовые сектора культуры и успешно перехватывающие инициативу у неповоротливых и зачастую коррумпированных государственных структур.

Культурная экономика в современном мире

Множество государств – в том числе не входящих в число экономически развитых – сейчас стараются использовать культурные индустрии для создания узнаваемого и престижного имиджа своей страны и городов с целью получения преимуществ в

конкурентной борьбе и межгосударственном соревновании. Общеизвестная ценность таких культурных икон, как Эйфелева башня во Франции, Тадж-Махал в Индии или Сиднейский оперный театр в Австралии, уже уступает место целым культурным районам, объединяющим творчество и бизнес, – и это не только Силиконовая долина в США, но и, например, культурный центр на острове Саадият в Абу-Даби, ежегодно привлекающий миллионы долларов инвестиций.

Темпы развития культурной экономики подтверждаются и статистическими данными. Представленный ниже график иллюстрирует ошутимый разрыв в количестве предприятий креативного сектора и традиционных сфер экономики в Европейском союзе в начале XXI в.

Важно заметить, что почти все предприятия креативных индустрий относятся к категории малых и индивидуальных, что подчеркивает творческую направленность отрасли, ее нацеленность на индивидуальное развитие, ускоренное накопление человеческого капитала.

«Энергетическая политика и доступ к энергии определяли геополитику на протяжении всего XX в. Точно

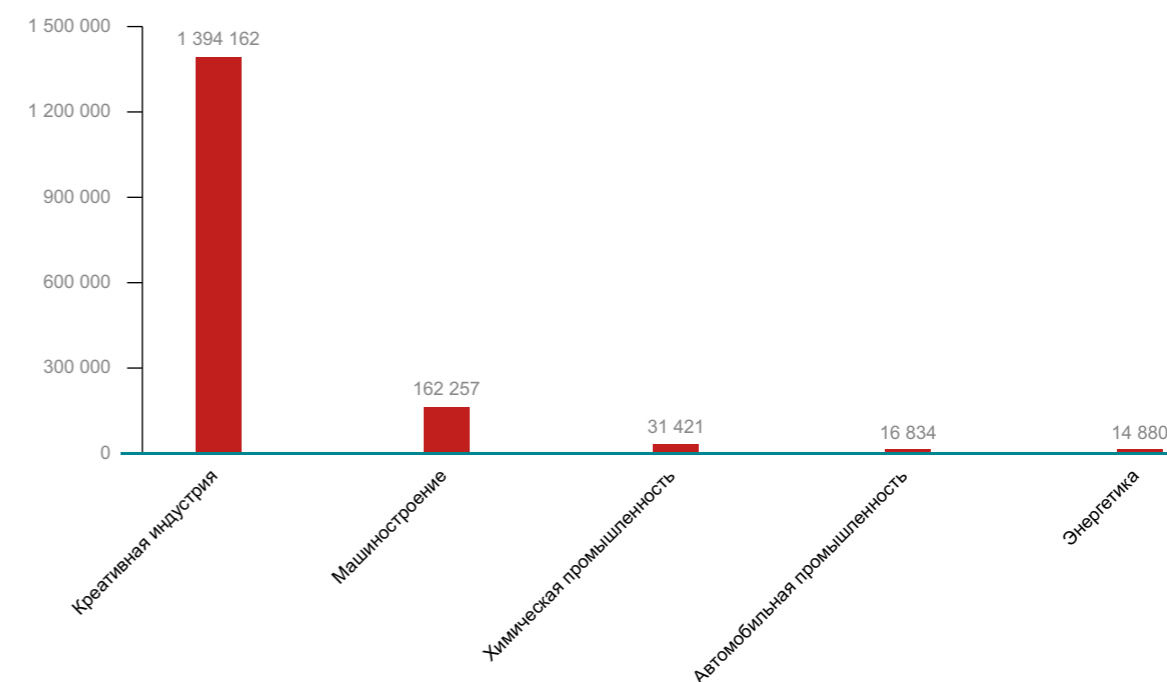
так же доступ к информации, объектам интеллектуальной собственности и защита творчества уже сейчас становятся определяющими факторами успеха на мировой арене XXI в.», – отмечает советник министра культуры Великобритании Джон Ньюбигин.

Парадокс дефиниций в сфере культуры

Дружно превознося значимость культуры для социума и государства, исследователи, политики и законодатели неизбежно сталкиваются с одним из главных парадоксов сферы культуры и культурных индустрий. Речь идет об отсутствии единых и общепринятых подходов к определению структуры и границ сферы культуры, а также стандартизованных методов анализа. Усилия в этом направлении предпринимались немалые, но до сего дня даже в развитых странах отсутствуют единое понимание и общая терминология в сфере культуры.

Начать следует с того, что среди великого множества определений понятия «культура» нет одного общепринятого и согласованного. Как уже было сказано выше, в широком цивилизационном понимании

Илл. 4. Индустрии ЕС по числу предприятий, 2002 г.



Источник: Генеральный директорат по образованию и культуре ЕС

культура – это совокупность результатов общественно полезной человеческой деятельности. Однако для практических целей государства используют более узкие и точные дефиниции, связанные, как правило, с национальной историей, особенностями распространения произведений искусства, традициями религии и досуга.

Термин **Cultural industry** («Культурная индустрия», в единственном числе) для описания получивших новый масштаб театра, танца, музыки, кино, изобразительного искусства и т. д. был предложен еще в 1944 г. учеными Франкфуртской школы (Теодором Адорно, Максом Хоркхаймером) – тогда в это определение вкладывался отрицательный смысл [3].

В 1970-е гг. ряд исследователей (в частности, Джон Майерскоу) приступили к изучению явления с более позитивной коннотацией, тогда же появилось и множественное число («индустрии»). Позднее в качестве синонима стали использовать определение *Creative Industries* («Творческие индустрии») – и это при том, что, как указано выше, далеко не вся культурная деятельность может быть связана с творчеством. Тогда же аналитики обратили внимание на то, что сам по себе термин «индустрии» воспринимается противоречиво, поскольку поднимает вопрос о том, в какой мере культура вообще может считаться промышленной отраслью (ведь к ней далеко не всегда применимы индустриальные схемы производства и сбыта товаров и услуг). В настоящее время этот вопрос остается открытым в политической практике большинства развитых стран мира, активно субсидирующих и льготизирующих сферу культуры.

UNESCO определяет культурные и творческие индустрии как «сектора организованной деятельности, основной целью которых является производство или воспроизведение, продвижение, распространение и/или коммерциализация товаров, услуг и видов деятельности, имеющих происхождение культурное, художественное или связанное с охраной наследия» [4]. Такой подход не только выделяет промышленно тиражируемые продукты человеческого творчества, но и подчеркивает актуальность целой производственной цепочки, а также конкретные функции каждого сектора, связанные с тем, чтобы донести эти творения до общественности.

Одна из первых серьезных попыток измерить культурный вклад в жизнь общества была предпринята

в 1994 г. в Австралии, где на государственном уровне было проведено широкое исследование сферы культуры *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy* («Творческая нация: культурная политика Австралийского союза») [5]. В 1997 г. в лейбористском правительстве Тони Блэра был создан Департамент культуры, СМИ и спорта Великобритании (DCMS), через 20 лет переименованный в Департамент цифровой сферы, культуры, СМИ и спорта. В 2017 г. он оценил (на базе австралийской разработки) влияние творческих индустрий на экономику в документе *Creative Industries – Mapping Document* [6], серьезно повлиявшем на государственную практику англосаксонских, а впоследствии и других стран.

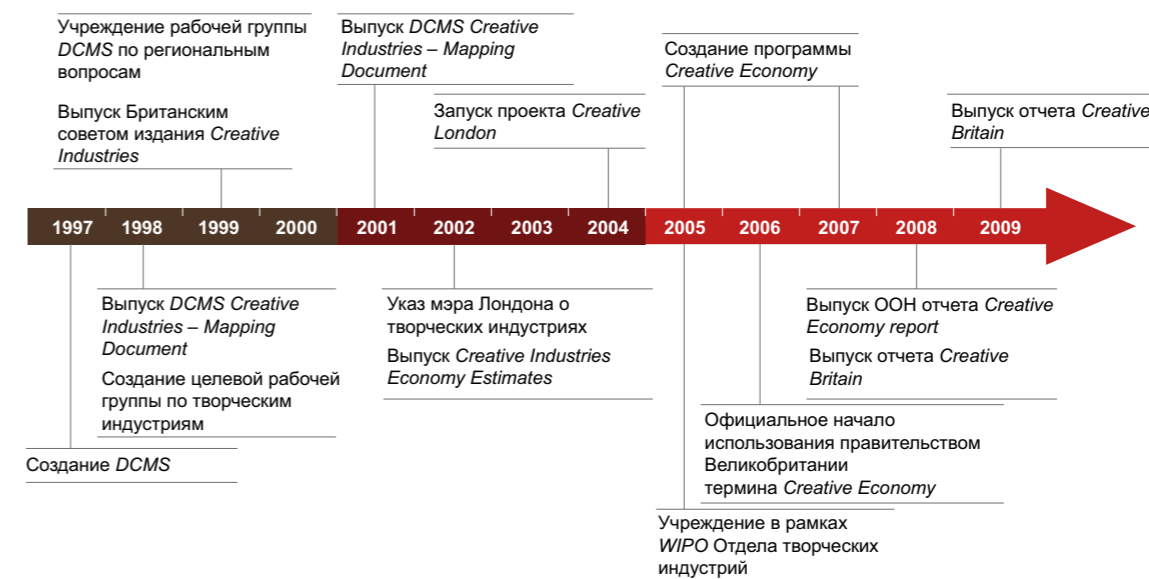
В этом документе критерии для отнесения индустрий к творческим определены так: «происхождение из индивидуального творчества, умения и таланта, наличие потенциала для создания благ и рабочих мест через создание и использование интеллектуальной собственности», а также перечислены 13 областей деятельности:

- реклама,
- архитектура,
- изобразительное искусство и антиквариат,
- ремесла,
- дизайн,
- мода,
- кино,
- интерактивное программное обеспечение для досуга,
- музыка,
- издательское дело,
- программное обеспечение,
- телевидение,
- радио.

Легко заметить, что некоторые из этих областей с трудом могут быть отнесены к творческим, тем не менее после выхода этого документа в британских источниках все чаще вместо термина *Cultural Economy/Industries* применяется *Creative Economy/Industries*.

Единогласие сейчас отсутствует не только в вопросе многообразия вовлекаемых в данный сектор экономики сфер деятельности, но и в вопросе базовых подходов и определений. Так, если для британского взгляда характерно вышеупомянутое название *Creative Industries* и расширяющее его понятие *Creative*

Илл. 5. Ключевые события в развитии подходов к культурной экономике в Великобритании



Источник: BOP Consulting

Economy, то во французской и немецкой терминологиях используется определение Франкфуртской школы *Cultural Industries*. Скандинавский же подход характеризуется термином *Experience Economy*, акцентирующим внимание на индустрии развлечений и экономической составляющей.

Официальные определения культурных индустрий во всех странах сейчас построены на казуальном принципе, представляют собой перечисления видов деятельности, они весьма разнообразны и связаны с национальными традициями. К примеру, архитектура в англосаксонских и скандинавских странах считается культурной индустрией, а во Франции и Индии – нет; в Дании и Испании культурной индустрией считают спорт, в большинстве других стран – нет; правительственные, религиозные и общественные организации включаются в число культурных индустрий в Испании и Новой Зеландии; ювелирное искусство – только в Китае и Гонконге; музеи – в большинстве стран, но не во Франции, Китае и Норвегии; и т. д. (см. илл. 8 «Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира» на стр. 14). Помимо всего прочего, это свидетельствует еще и о практической невозможности корректного сравнения объемов и темпов развития национальных культурных индустрий.

Аналитическое и научное сообщество также пока не определилось с методологией. Некоторые ведущие мировые компании в анализе культурной экономики используют явно некорректный термин «индустрии развлечений и медиа» (*Entertainment industries* или *Entertainment & Media*). К сожалению, аналитики упорно не раскрывают глубинный смысл причисления к «развлечениям» музыки Чайковского и Рахманинова, романов Толстого и Достоевского или, к примеру, Библии. В исследовании для Управления международной торговли США [7] крупнейший международный аналитик причисляет к *Media & Entertainment* только некоторые сегменты культуры – книгоиздание, музыку (только записи), кино, ТВ и видео (единым блоком), радио, видеоигры – и по такой модели расчета определяет, что американская индустрия с оборотом в 735 млрд долл. контролирует 1/3 глобальной индустрии. При этом почему-то не учитываются концертная деятельность, театр, изобразительное искусство, дизайн, печатные медиа и др. Но вот в исследованиях российского рынка с точно таким же названием, подготовленных тем же аналитиком, все эти сектора обозначены, но без детализации и раскрытия методик [13].

Таблицы ниже иллюстрируют различные подходы к культурным и творческим индустриям в мире.

Илл. 6. Состав и характеристики культурных и творческих секторов в ЕС

Сферы	Секторы	Подразделы секторов	Характеристики
Базовые искусства	Изобразительные искусства	Ремесла Живопись Скульптура Фотография	<ul style="list-style-type: none"> • Неиндустриальные виды деятельности. • Прототипы и «продукция, теоретически защищенная авторским правом» (т. е. в эту продукцию вложено много труда, подпадающего под действие закона об авторском праве, однако при этом ее создатели не получают адресную защиту авторских прав – как, например, в случае с большинством ремесленных изделий, продукцией некоторых зрелищных и изобразительных видов искусств и т. д.).
	Зрелищные виды искусства	Театр Танцы Цирк Фестивали	
	Наследие	Музеи Библиотеки Места археологических раскопок Архивы	
Сфера 1: Культурные индустрии	Кино и видео		<ul style="list-style-type: none"> • Индустриальная деятельность, использующая массовое тиражирование. • Результаты труда основаны на авторском праве.
	Телевидение и радио		
	Видеоигры		
	Музыка	Рынок звукозаписи Живые музыкальные выступления Поступления от музыкального сектора в общества по коллективному управлению авторскими правами	
	Книги и пресса	Книгоиздание Газеты и журналы	
Сфера 2: Творческие индустрии и виды деятельности	Дизайн	Дизайн одежды, интерьеров, товаров, графический дизайн	<ul style="list-style-type: none"> • Деятельность может не носить индустриальный характер, но быть основой для индустрии. • Результаты труда основаны на авторском праве, но могут включать другие объекты интеллектуальной собственности (например, товарный знак). • Определяющий фактор – использование творческих навыков и творческих людей, занятых в области искусств и в культурных отраслях, как неотъемлемой части деятельности этих секторов, не относящихся к секторам культуры.
	Архитектура		
	Реклама		
Сфера 3: Смежные индустрии	Производство компьютеров Производство mp3-плееров Мобильная связь и т. д.		<ul style="list-style-type: none"> • Эта категория не привязана к другим, ее невозможно обозначить какими-либо четкими критериями. Она задействует множество других экономических секторов, зависящих от предыдущих сфер, таких как информационно-коммуникационные технологии.

■ Культурный сектор ■ Творческий (Creative) сектор

Источник: Генеральный директорат по образованию и культуре ЕС

Илл. 7. Разница в подходах к оценке экономики культуры в разных странах

Подход «Творческие индустрии»	Подход «Индустрии, основанные на авторском праве»	Подход «Экономика чувств»	Сектор особого изучения
Австрия	Дания (2006)	Швеция (2004)	Французское сообщество Бельгии
Фламандское сообщество Бельгии	Финляндия	Дания (2003)	Франция
Дания (2000)	Венгрия		Ирландия
Эстония	Латвия (2005)		Польша
Латвия	Норвегия		Португалия
Литва			Словакия
Швеция (2002)			Испания
Румыния			
Болгария			

Источник: Генеральный директорат по образованию и культуре ЕС



Фото: shutterstock.com / Anna Jurkowska

Илл. 8. Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира (Продолжение)

Сегменты	Страны	Официально принятая в стране терминология	
		Китай, Гонконг	Латвия
		<i>Creative Industries</i>	<i>Creative industries</i>
Architecture	Архитектура	•	•
Film and video	Кино и видео	•	•
Archives	Архивы		•
Libraries	Библиотеки		•
Museums	Музеи		•
Heritage sites and places	Наследие		•
Broadcasting (radio and TV)	Вещание (радио и ТВ)	•	•
Performing arts (theatre, dance, festivals)	Исполнительские искусства (театр, танцы, фестивали)	•	•
Design (product, fashion, graphics)	Дизайн (промышленный, одежды, графический)	•	•
Visual arts, crafts and art market	Изобразительное искусство, ремесла и арт-рынок	•	Изобразительное искусство
Publishing (books, press, journals)	Издательское дело (книги, газеты, журналы)	Включает печать и переплетные работы	
Music industry	Музыкальная индустрия	•	•
Software, computer games, multimedia	Программное обеспечение, компьютерные игры, мультимедиа	•	Развлекательные ИТ
Advertising	Реклама	•	•
Cyber cafes, Internet access providers	Интернет-кафе, доступ в интернет	•	
Satellite services, network operators	Спутниковая связь, мобильная связь		
Photography retail	Фотография		
Drugs and medicine	Лекарства и медицина		
Wooden furniture and fixtures	Деревянная мебель		
Animation, Video effects (VFX), gaming, casinos	Анимация, спецэффекты (VFX), игры, казино		
Community and government activities (religious, cultural, education) / Public administration	Правительственные и общественные организации (религиозные, культурные, образовательные) / Государственное управление		
Research and development	Исследования		
Jewellery and related activities	Ювелирное искусство и смежная деятельность	•	
Education and training, consulting	Образование, обучение, консалтинг		
Cultural-educational activities	Культурно-образовательная деятельность		•
Recreation, entertainment and other cultural activities	Отдых, развлечения и другая культурная деятельность		•
Botanical gardens and zoos	Ботанические сады и зоопарки		
Discos, night clubs	Дискотеки и ночные клубы		
Wine and food industry	Винодельческая и пищевая промышленность		
Audio industry (manufacturing of radios and TV, retail trade of radio and TV equipment)	Звуковая индустрия (производство радио, телевизоров, розничная торговля аппаратурой)		
Sport industries	Спорт		
Interdisciplinary activities	Междисциплинарная деятельность		
Tourism	Туризм		
Toys/amusement	Игрушки, развлечения		
Other auxiliary activities	Другие вспомогательные виды деятельности		

Литва	Македония	Новая Зеландия	Норвегия	Польша	Сербия	Сингапур
<i>Creative industries</i>	<i>Creative industries</i>	<i>Creative industries / Creative sector / Cultural industries</i>	<i>Cultural industries</i>	<i>Culture sector and creative industries</i>	<i>Creative industries / Creative sector</i>	<i>Creative industries / Distribution industries</i>
•	•	• / • / ○	•	•	•	• / ○
•	•	• / • / •	•	•	•	Входит в исполнительские искусства
•	•	○ / ○ / •		•	•	• / ○
•	•	○ / • / •		•	•	• Включает исполнительские искусства / •
•	•			•	•	Входит в исполнительские искусства
•	•	• / • / •	•	•	•	• / ○
•	•	• / • / •	•	•	•	• / ○
•	•	• / ○ / ○	•	•	•	• / ○
Изобразительное и прикладное искусство, наследие	•	• / • / •	•	•	•	• / •
	•	• / • Включает печать и переплетные работы / •	•	•		• / •
•	•	• / • / •	•	•	•	• / •
Развлекательные ИТ	•	• / • / ○	•		•	• / ○
•	•	• / • / ○		•	•	• / ○
						• / ○
						• / ○
					•	
		•				
•	Только школы иностранного языка				•	
	•					
•						
				•		
	•					
				•		

Илл. 8. Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира (Продолжение)

Сегменты	Страны	Словения
	Официально принятая в стране терминология	<i>Creative industries</i>
Architecture	Архитектура	•
Film and video	Кино и видео	•
Archives	Архивы	•
Libraries	Библиотеки	•
Museums	Музеи	•
Heritage sites and places	Наследие	•
Broadcasting (radio and TV)	Вещание (радио и ТВ)	•
Performing arts (theatre, dance, festivals)	Исполнительские искусства (театр, танцы, фестивали)	•
Design (product, fashion, graphics)	Дизайн (промышленный, одежды, графический)	•
Visual arts, crafts and art market	Изобразительное искусство, ремесла и арт-рынок	•
Publishing (books, press, journals)	Издательское дело (книги, газеты, журналы)	•
Music industry	Музыкальная индустрия	•
Software, computer games, multimedia	Программное обеспечение, компьютерные игры, мультимедиа	
Advertising	Реклама	
Cyber cafes, Internet access providers	Интернет-кафе, доступ в интернет	
Satellite services, network operators	Спутниковая связь, мобильная связь	
Photography retail	Фотография	
Drugs and medicine	Лекарства и медицина	
Wooden furniture and fixtures	Деревянная мебель	
Animation, Video effects (VFX), gaming, casinos	Анимация, спецэффекты (VFX), игры, казино	
Community and government activities (religious, cultural, education) / Public administration	Правительственные и общественные организации (религиозные, культурные, образовательные) / Государственное управление	
Research and development	Исследования	
Jewellery and related activities	Ювелирное искусство и смежная деятельность	
Education and training, consulting	Образование, обучение, консалтинг	
Cultural-educational activities	Культурно-образовательная деятельность	
Recreation, entertainment and other cultural activities	Отдых, развлечения и другая культурная деятельность	Включена только «другая культурная деятельность»
Botanical gardens and zoos	Ботанические сады и зоопарки	Входит в «другую культурную деятельность»
Discos, night clubs	Дискотеки и ночные клубы	
Wine and food industry	Винодельческая и пищевая промышленность	
Audio industry (manufacturing of radios and TV, retail trade of radio and TV equipment)	Звуковая индустрия (производство радио, телевизоров, розничная торговля аппаратурой)	
Sport industries	Спорт	
Interdisciplinary activities	Междисциплинарная деятельность	
Tourism	Туризм	
Toys/amusement	Игрушки, развлечения	
Other auxiliary activities	Другие вспомогательные виды деятельности	

Источник: UNESCO

Примечания:

В соответствии с правилами InterMedia для переводов терминов использованы ближайшие русскоязычные эквиваленты. Термин «музыкальная индустрия» в разных странах может включать в себя индустрию звукозаписи, издательский бизнес и концертный бизнес в различных вариантах сочетаний.

Таиланд	Финляндия	Франция	Швейцария	Эстония
<i>Creative Industries</i>	<i>Culture sector</i>	<i>Cultural industries</i>	<i>Creative industries</i>	<i>Creative industries</i>
	•		•	•
•	•	•	•	•
	•		•	•
	•		•	•
	•			•
	•		•	•
•	•	•	•	•
	•		•	•
Только ювелирное искусство и смежные виды деятельности	•		•	•
	•		•	Изобразительное и прикладное искусство
•	•		•	
	•	•	•	•
			•	Развлекательные ИТ
Частично входит в вещание и издательское дело	•		•	•
•				
•				
•				
	•		Только музыкальные школы, входит в музыкальную индустрию	
	•			
	•			
			Входит в музыкальную индустрию	
			•	
			•	

Условные обозначения:

• – есть ◦ – нет

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ИТ-ИНДУСТРИЯ КАК ВЕДУЩИЙ СЕГМЕНТ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Особого внимания в исследовании культурных индустрий заслуживает ИТ-индустрия – отрасль информационных технологий, объединившая в себе услуги связи и телекоммуникаций, производство электронного оборудования, создание программного обеспечения и web-сервисов, консалтинг и др. Своим появлением и бурным развитием ИТ-индустрия обязана быстрому росту населения послевоенного мира, повышению его благосостояния и, соответственно, опережающему росту спроса на культурную продукцию и услуги.

С 50-х гг. XX в. информационные технологии активно отработывались в научных лабораториях и учебных кабинетах, а уже в конце 80-х плоды этих трудов стали доступны массовой аудитории развитых, а впоследствии и развивающихся стран. Это стало знаковым событием для культурных индустрий – через ИТ-инфраструктуру потребление творческого контента и развлечений многократно выросло буквально за одно десятилетие, ИТ-гиганты полностью взяли под свой контроль дистрибьюцию всей культурной продукции, которую можно оцифровать. Это полностью преобразило культурный ландшафт всего мира:

1. Возможность свободного доступа к видео, музыке, фотографиям, текстам, играм и другому культурному контенту стала основным драйвером роста ИТ-индустрии.
2. Практически все современные бытовые электронные устройства (от аудио-, видео- и ТВ-устройств до компьютеров, смартфонов, планшетов, телефонов и других гаджетов) специально спроектированы для максимально удобного доступа к творческому контенту и культурным услугам.
3. Потребление культурного контента сейчас составляет до 50–60% общего времени работы пользовательского оборудования, до 70–80% глобального интернет-трафика и до 80% полезной нагрузки технической инфраструктуры.

4. Трафик и доходы социальных сетей, поисковых систем и других крупных интернет-ресурсов генерируются в основном творческим контентом.
5. Игровая среда, сформировавшаяся в ИТ-сфере, является одним из самых распространенных видов проведения досуга.
6. Значительная (по некоторым оценкам – большая) часть прибыли ИТ-индустрии генерируется творческим контентом и развлечениями.

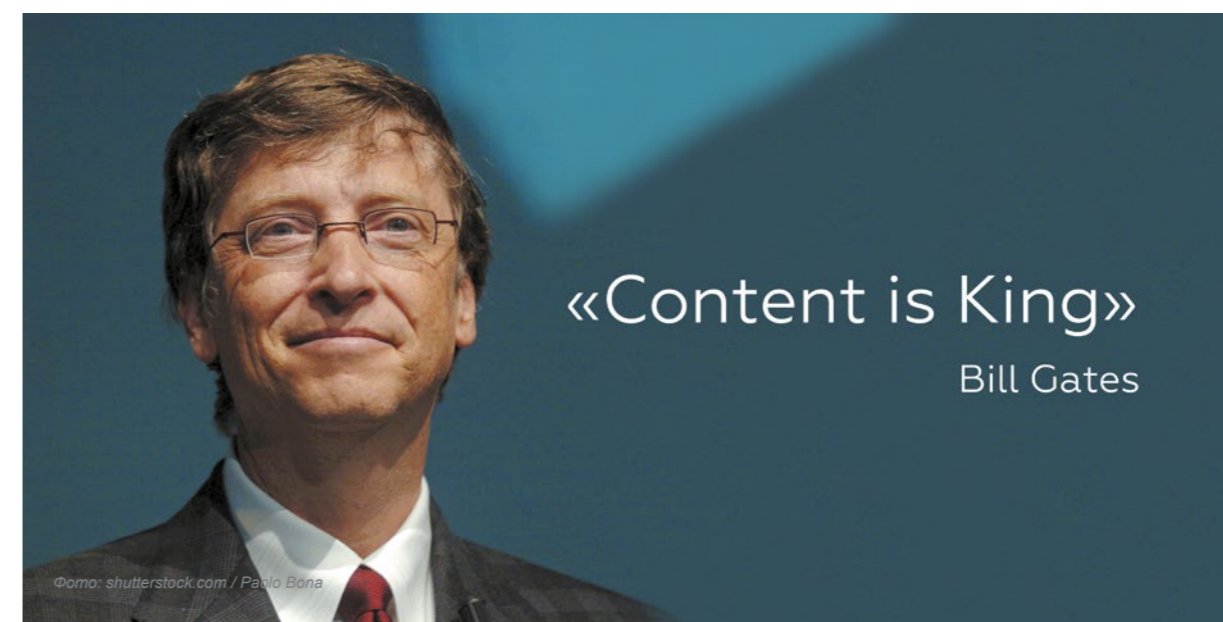
Из этого следует, что телекоммуникации, образование, наука и другие функции, ранее декларируемые в качестве основных для ИТ-индустрии, в последние десятилетия отошли на второй план и не являются ее приоритетами. Сейчас ИТ-индустрия представляет собой в первую очередь систему доставки творческого контента и развлечений населению, являясь, таким образом, главным сегментом культурных индустрий.

Именно об этом писал Билл Гейтс в статье *Content is King* (опубликовано на личном сайте 3 января 1996 г., впоследствии удалено):

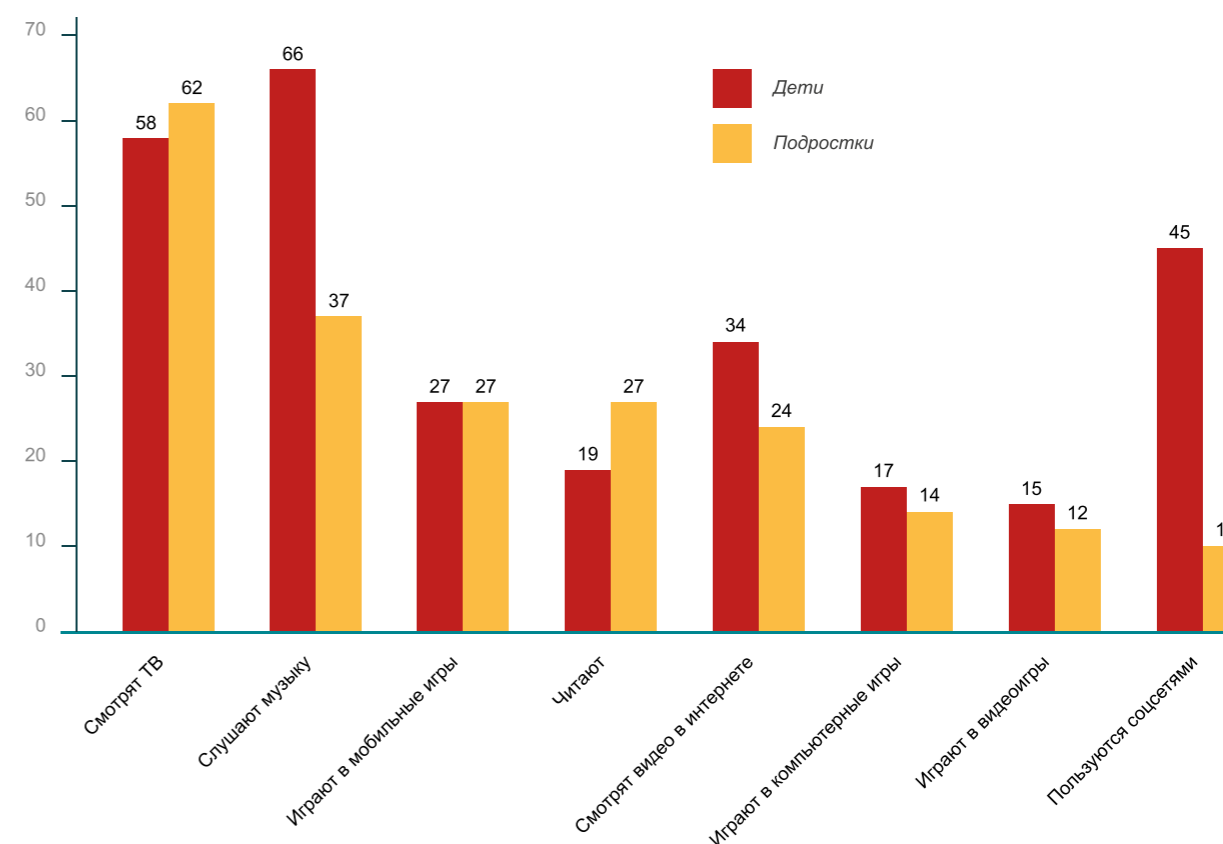
«В некотором смысле интернет – мультимедийный эквивалент копировальной машины, он позволяет дешево копировать материал независимо от размера аудитории. Интернет также позволяет распространять информацию по всему миру с практически нулевыми издержками для издателя... Широкие возможности для большинства компаний связаны с предоставлением информации или развлечений... Те, кто преуспеют, будут продвигать интернет как рынок идей, опыта и продуктов – рынок контента.

Я ожидаю, что в будущем большая часть реальных денег в интернете будет делаться на контенте – так же, как и в вещательных отраслях (радио и ТВ – прим. *InterMedia*)...»

Ниже приведены результаты исследований, наглядно показывающие место ИТ-индустрии в сфере культуры.



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



Источник: Common Sense

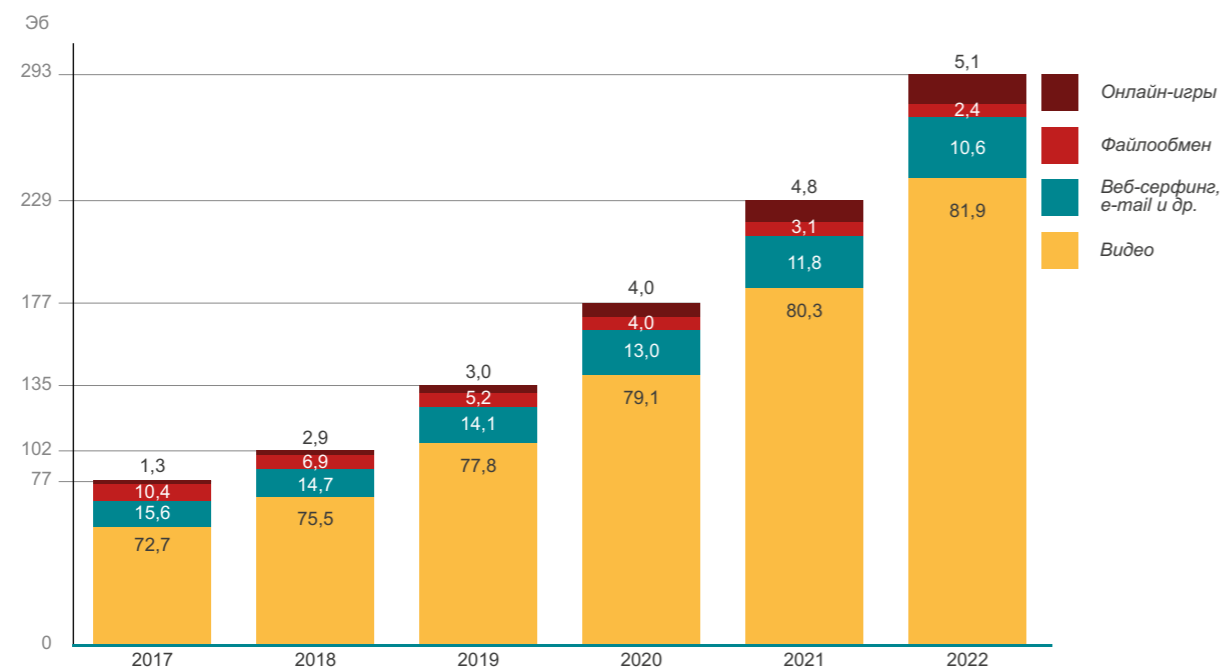
Илл. 10. Медийный досуг детей до 12 лет в России, 2017 г., %



Примечание: В опросе принимали участие родители детей в возрасте от 0 до 12 лет

Источник: MOMRI

Илл. 11. Доли потребления глобального интернет-трафика по сегментам, 2017–2022 гг., %



Источник: Cisco

Примечание: Данные за 2019–2022 гг. являются прогнозными
Эб – Эксабайт

Илл. 12. 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

Таким образом, сейчас сфера культуры – вне зависимости от систем и подходов – представляет собой не столько совокупность авторов и исполнителей, театральных и концертных коллективов, залов, кинотеатров, выставок, библиотек и т. п., сколько совокупность устройств и технологий, петабайты информации, сотни миллионов медиафайлов, трансляций и досуговых сервисов, используемых миллиардами людей. Соответственно, направления и темпы развития культурной экономики всего мира определяются ИТ-индустрией, а ведущие корпорации этой отрасли буквально за несколько десятилетий стали мировыми лидерами по капитализации, экономическому и политическому влиянию.

Понятно, что в сложившейся ситуации эффективное регулирование сферы культуры с помощью методики и нормативной базы XVIII–XIX вв. невозможно. «Неизвестно, сколько еще сможет продержаться Бернская конвенция», – прямо заявил в 2018 г. советник Президента РФ Михаил Федотов об одном из основополагающих международных документов в сфере культуры, принятом в 1886 г. – и к этому сложно что-либо добавить.

В последние десятилетия неоднократно поднимался вопрос о новой всеобъемлющей международной конвенции, устанавливающей справедливые правила для культурных индустрий в цифровую эпоху. Многие специалисты видят в принятии такой конвенции единственную возможность восстановить прямую связь между объемами глобального потребления творческого контента и вознаграждением его создателям, обеспечив таким образом естественный рост культурных индустрий (без дополнительных затрат со стороны общества и государства). Однако попытки начать обсуждение этого вопроса в профессиональных и государственных кругах далеко не всегда находят отклик у руководства развитых стран и международных ассоциаций.

Эксперты InterMedia в этой связи обращают внимание на явную несоразмерность лоббистских возможностей крупнейших корпораций мира и создателей творческого контента. Следует также учесть явно выраженное стремление крупнейших ИТ-компаний к участию в производстве творческого контента – чаще всего через поглощение производителей либо слияние с ними.

Сейчас сфера культуры – вне зависимости от систем и подходов – представляет собой не столько совокупность авторов и исполнителей, театральных и концертных коллективов, залов, кинотеатров, выставок, библиотек и т. п., сколько совокупность устройств и технологий, петабайты информации, сотни миллионов медиафайлов, трансляций и досуговых сервисов, используемых миллиардами людей. Соответственно, направления и темпы развития культурной экономики всего мира определяются ИТ-индустрией

КОНТРОЛЬ

M&A-сделки с участием глобальных ИТ-корпораций и ведущих производителей творческого контента:

1. Японская транснациональная корпорация *Sony*, производящая электронику и другую высокотехнологичную продукцию, с конца 1980-х гг. усиленными темпами развивает творческие активы, в частности присоединив к *Sony Music Entertainment* в 1988 г. компанию *CBS Records*, а в 2004-м – *Bertelsmann*. Для создания *Sony Pictures* в 1989 г. были приобретены *Columbia Pictures* и *TriStar Pictures*.
2. Французская медиакомпания *Vivendi* в 2006 г. приобрела корпорацию *Universal Music Group*.
3. Одна из крупнейших международных телеком-компаний *Comcast* в 2011 г. приобрела *NBCUniversal* вместе с *Universal Pictures*, *Illumination Entertainment*, *DreamWorks Animation*, телекомпанией *NBC* и др.
4. Инвестиционная компания Леонида Блаватника *Access Industries* в 2011 г. приобрела корпорацию *Warner Music Group*.
5. Лидер телеком-рынка США *AT&T* в середине 2018 г. приобрел конгломерат *Time Warner* вместе с журналом *Time*, *Warner Bros. Entertainment*, телеканалами *CNN*, *HBO*, *CW* и др. Название после этого было изменено на *WarnerMedia*.
6. *The Walt Disney Company*, владеющая *Marvel Entertainment*, телесетью *ABC*, парками развлечений и театральным подразделением, в 2018 г. приобрела корпорацию *21st Century Fox* с несколькими кинокомпаниями и телевещательной сетью. Окончательно сделка была закрыта в марте 2019 г.

Лидеры мировой экономики – ИТ-компании *Apple*, *Alphabet (Google)* и *Amazon* – активно развивают собственные сервисы творческого контента, постоянно соревнуясь за приобретение независимых компаний этого сегмента.

В настоящее время лишь несколько крупных представителей творческих индустрий не входят в состав ведущих компаний ИТ-индустрии – это *Walt Disney*, *Warner Music* и *Netflix*.

Вхождение крупнейших компаний культурных индустрий в состав ИТ-корпораций может означать только одно – прекращение существования целых направлений мировой культурной экономики как самостоятельных сегментов и переход ведущих игроков на корпоративную бизнес-модель, для которой характерна нацеленность не на прибыль, а на привлечение и удержание массовой клиентуры в экосистемах крупнейших ИТ-корпораций. На российском рынке этот же тренд ярко демонстрирует как создание поисковым гигантом «Яндекс» бесплатного сервиса «Яндекс.Музыка», так и запуск распространения концертных билетов без комиссии компаниями *Ponominalu* и *Ticketland*, принадлежащими ИТ-монстру МТС.

После всего вышесказанного уже не вызывает удивления тот факт, что развитые страны легко освобождают крупнейшие ИТ-корпорации мира от ответственности за безвозмездное использование культурного контента с помощью документов типа *Online Copyright Infringement Liability Limitation Act (Safe Harbor Act)*, принят в 1998 г.) и др., а протесты со стороны ведущих компаний творческих индустрий выглядят как минимум странно и неубедительно. По сути, правительства развитых стран недвусмысленно и последовательно содействуют захвату ИТ-монополиями культурных индустрий всего мира.

Показательно, что на этом фоне постоянно звучат громкие заявления об очередных – на этот раз «совершенно точно и однозначно победных» – мерах по борьбе с так называемым интеллектуальным пиратством.

Коммуникационный холдинг *InterMedia* на протяжении трех последних десятилетий является активным участником борьбы с пиратством – в сотрудничестве с *IFPI*, НФПП, РАПО и другими международными и национальными отраслевыми ассоциациями. Объем данных, накопленный за это время (в базах *InterMedia* первый случай музыкального пиратства в России отмечен в 1902 г.), позволяет экспертам *InterMedia* вполне авторитетно заявить о том, что традиционные антипиратские меры, предпринимаемые государствами и ассоциациями, нередко носят формальный характер, а их эффективность удивительно низка. С момента начала наблюдений в 1988 г. и до настоящего времени объемы пиратства в России и мире

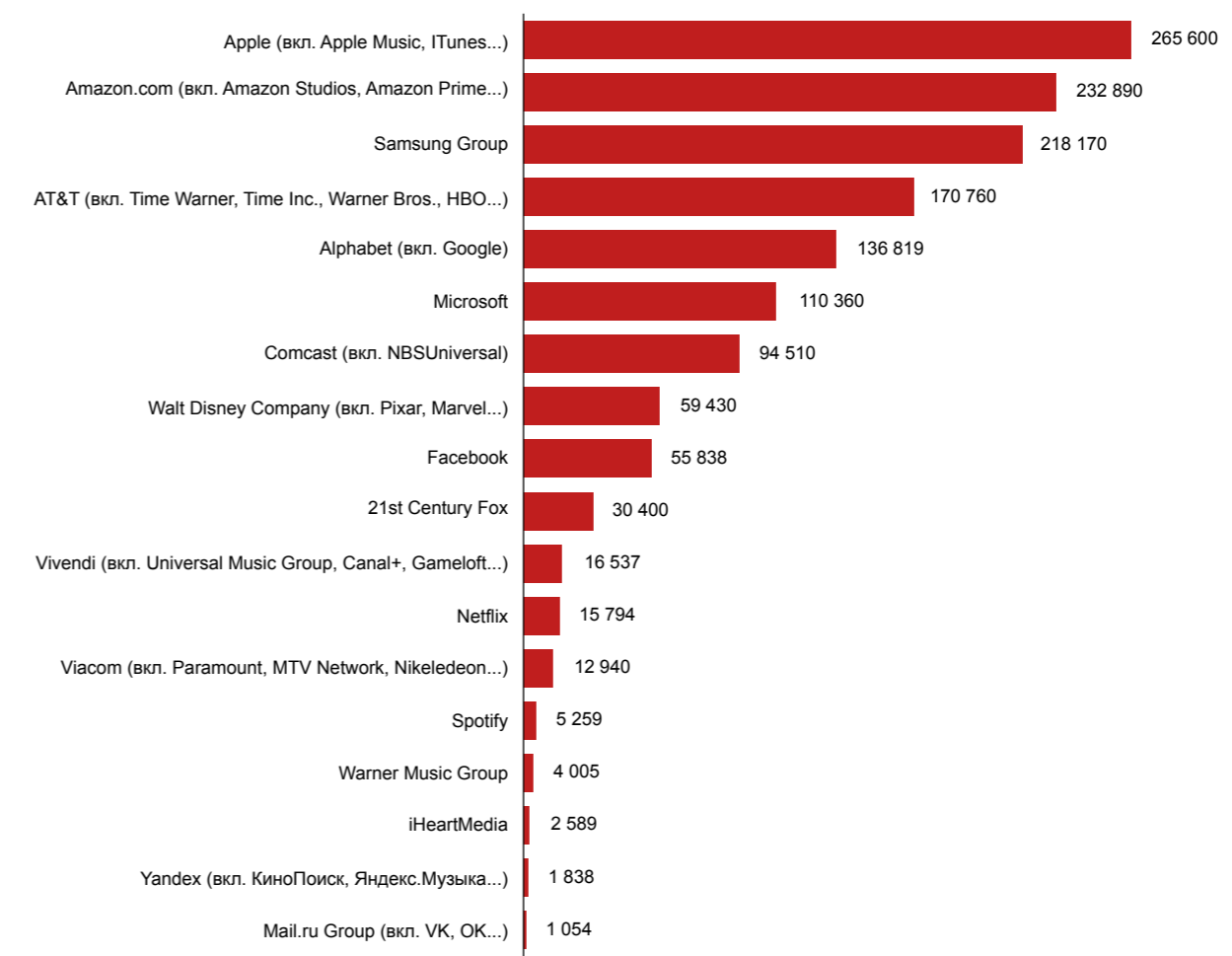
не сокращались ни на одном временном отрезке, а, напротив, постоянно росли в полном соответствии с общемировым ростом потребления творческого контента.

Отдельно стоит заметить, что затраты на антипиратскую деятельность намного превышают не только реальный, но и предполагаемый экономический эффект. Все легальные сервисы музыки и кино в мире продолжают оставаться убыточными (исключение – условно прибыльный *Netflix*, на данный момент оптимистично планирующий окупиться за 139 лет согласно показателю *EV/EBITDA*). При этом некоторые сервисы время от времени шумно объявляют в медиа о долгожданном выходе на прибыльность (обычно по результатам одного квартала) – чтобы убедить

инвесторов в перспективности вложений. Итог десятилетий самоотверженной борьбы с пиратством – разве что огромные суммы, израсходованные государствами и ассоциациями.

Эти данные и оценки приводят к выводу о кризисе регулирования и правоприменения в сфере культуры как на международном, так и на национальных уровнях. Подходы к государственному управлению и нормативная база сейчас в целом не соответствуют реалиям глобализованного цифрового мира, не способствуют эффективному развитию сферы культуры ни в развитых, ни в развивающихся странах, и объективно приводят к сосредоточению управления культурными индустриями всех стран мира в руках нескольких монополистов, никак не заинтересованных в развитии культурных индустрий.

Илл. 13. Обороты крупнейших компаний в сфере ИТ и медиа, 2018 г., млн долл.



Примечание: В гистограмме не отражены сделки, совершенные после 01.01.2019

Источники: Отчеты компаний

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ОПРОС ЭКСПЕРТОВ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

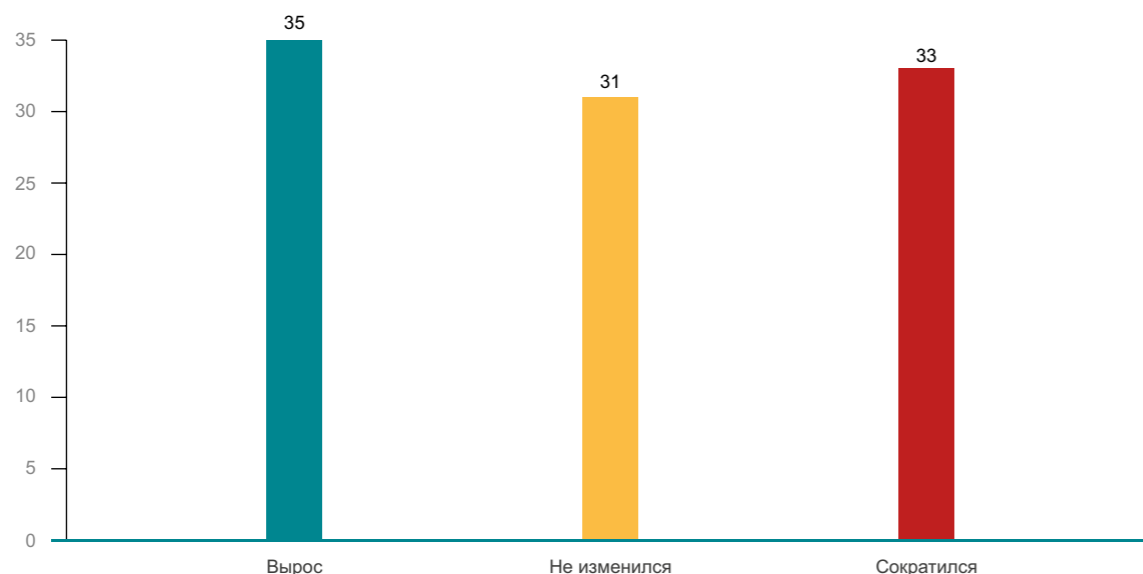
В начале 2019 г. информационным агентством *InterMedia* был проведен опрос экспертов культурных индустрий России. В нем приняли участие представители государственных, муниципальных и общественных организаций, коммерческих компаний, а также индивидуальные предприниматели, самозанятые граждане и частные физические лица, работающие в различных сферах культурной деятельности. Опрос проводился посредством личных интервью, а также анкетирования на сайте. В нем приняли участие несколько сотен руководителей, менеджеров, сотрудников среднего звена, творческих деятелей и рядовых сотрудников.

Опрос проводился на условиях анонимности, однако некоторые респонденты разрешили публиковать свои оценки и комментарии.

Доли ответов на те или иные ответы округлялись до десятых, поэтому сумма долей может иногда не равняться 100%.

Представители культурных индустрий в основной своей массе оценили результаты 2018 г. сдержанно. Так, среди организаций и других структур, занимающихся коммерческой деятельностью, 35,4% опрошенных заявили, что их объем доходов вырос, 33,3% – что сократился, а 31,3% – что не изменился.

Илл. 14. Объем доходов от коммерческой деятельности, %



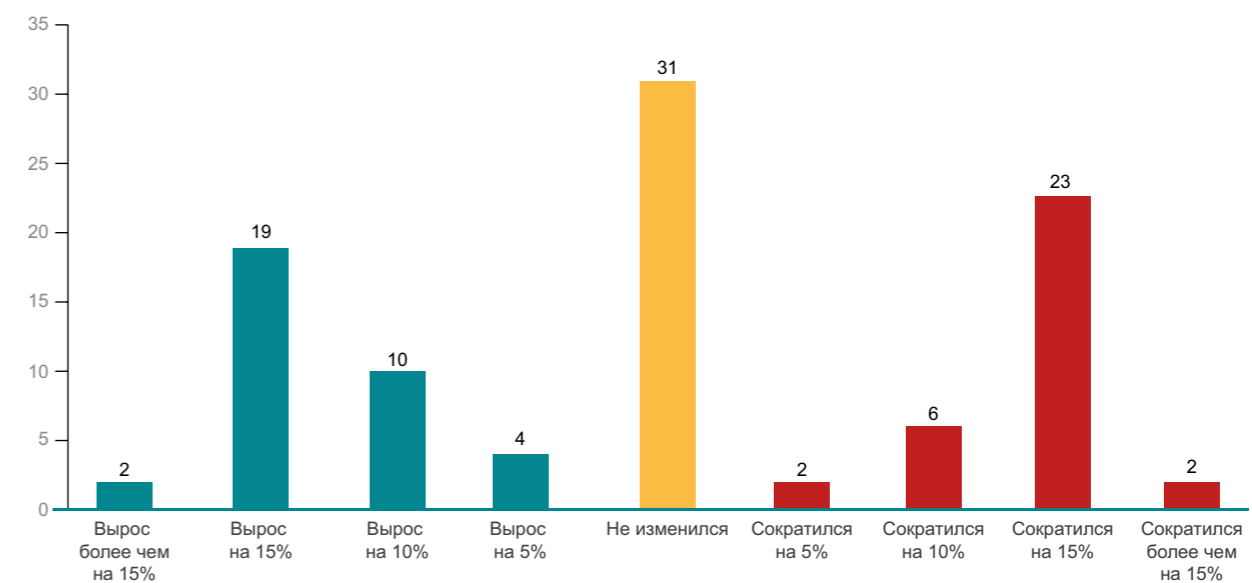
Источник: InterMedia

Если рассматривать доходы подробнее, то на втором месте (после тех, у кого уровень доходов остался неизменным) респонденты, ответившие, что доходы за год сократились на 15% – их оказалось 22,9%. 18,8% ответили, что доходы выросли на 15%. 10,4% опрошенных отметили рост доходов на 10%, а 6,4% – такой же процент падения. 2,1% опрошенных заявили, что их доходы сократились более чем на 15%, у стольких же респондентов они выросли на ту же сумму.

Среди респондентов, принявших участие в опросе, большая часть была занята в сфере зрелищных исполнительских мероприятий, музыки, организации культурного досуга, а также в создании фонограмм, электронных медиа и кино

КОНТРОЛЬ

Илл. 15. Объем доходов от коммерческой деятельности (подробно), %

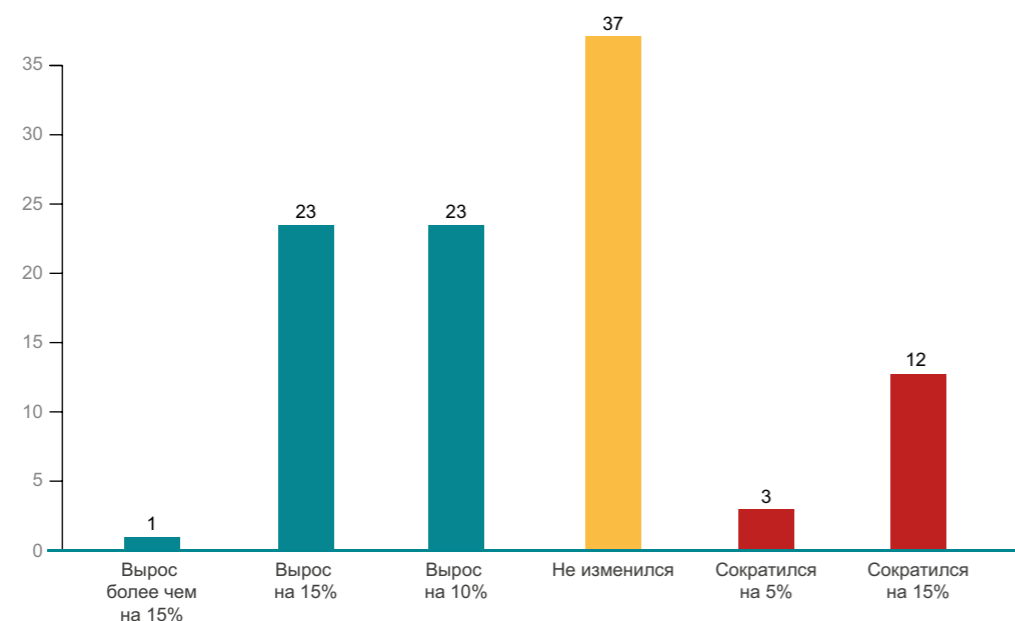


Источник: InterMedia

Примечание: При подсчете ответов про коммерческие доходы не учитывались мнения представителей организаций, не занимающихся коммерческой деятельностью.

При этом объем работ за год у большинства организаций и других структур также не изменился – так ответили 36,8% экспертов. По 22,8% респондентов ответили, что объем работ вырос на 10% и 15%. Еще 12,3% ответили, что объем работ у них сократился на 15%.

Илл. 16. Объем работ, %

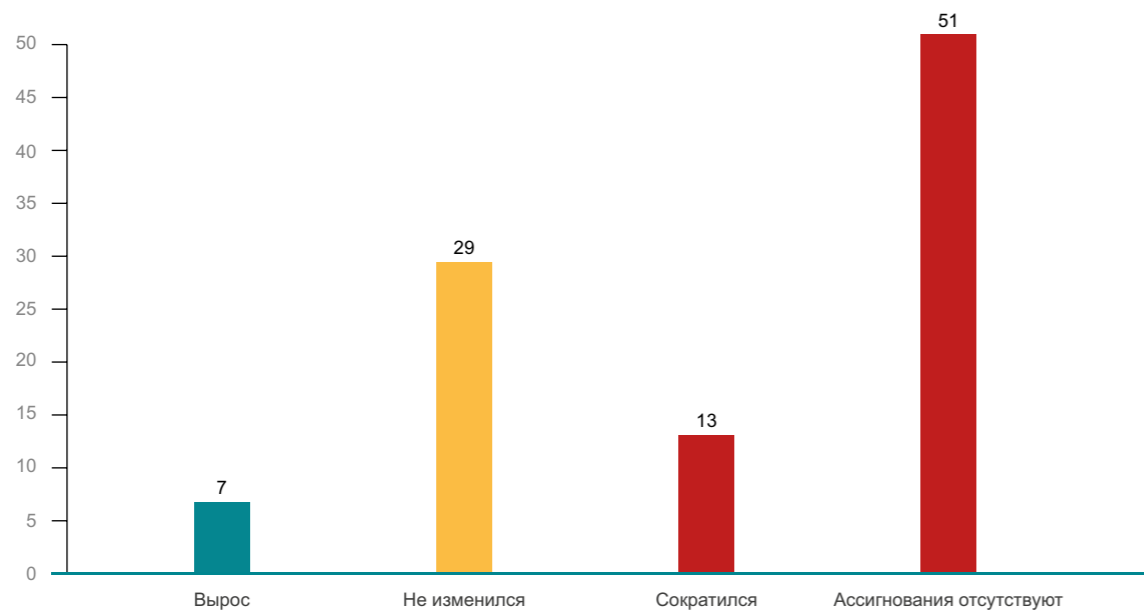


Источник: InterMedia

Эксперты отмечают недостаток в культурных индустриях бюджетных ассигнований, а также поступлений от спонсоров и меценатов. О полном отсутствии бюджетных ассигнований заявили 50,9% респондентов, об отсутствии поступлений от спонсоров и меценатов – 50%. Более четверти специалистов разных отраслей также отметили, что их объем не

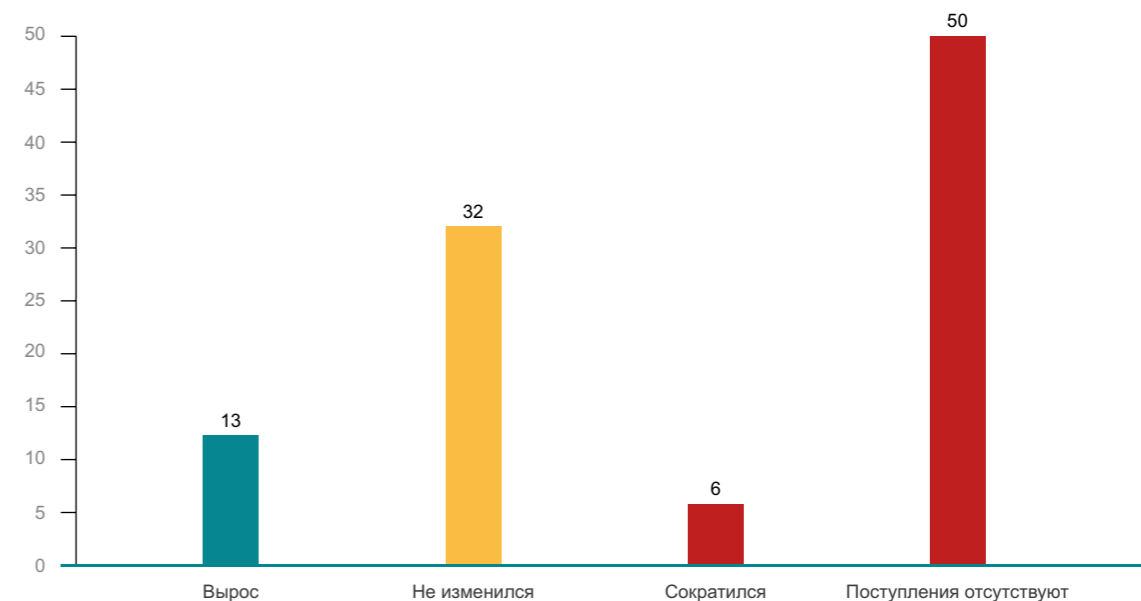
изменился (29,1% сказали так про бюджетные ассигнования, 31,5% – про спонсорские поступления). При этом 12,7% экспертов заявили о сокращении объемов бюджетных ассигнований, а об их росте объявили только 7,3%. С поступлениями от спонсоров и меценатов ситуация иная: 13% сообщили о росте их объемов, и только 5,6% – о сокращении.

Илл. 17. Объем бюджетных ассигнований, %



Источник: InterMedia

Илл. 18. Объем поступлений от спонсоров и меценатов, %



Источник: InterMedia

Большинство специалистов (44,4%) отмечают рост числа организаций и иных творческих единиц, занятых в сфере культуры. Только 37% заявили, что их число не изменилось, а 18,5% – что уменьшилось.

Среди респондентов, принявших участие в опросе, большая часть была занята в сфере зрелищных исполнительских мероприятий, музыки, организации культурного досуга, а также в создании фонограмм, электронных медиа и кино.

Из данных сегментов эксперты, занятые в области создания фонограмм, отметили наибольший рост доходов от коммерческой деятельности: об этом объявили 33,3% респондентов. Кроме того, про рост доходов сказали представители организаций культурного досуга (27,8%) и зрелищных исполнительских мероприятий (25,8%). Половина опрошенных работников кино (50%), а также существенная доля работников электронных медиа (44,4%) отметили отсутствие какой-либо динамики доходов. О сокращении доходов от коммерческой деятельности высказались представители организаций культурного досуга (38,9%) и зрелищных исполнительских мероприятий (38,7%).

Наиболее существенный рост объемов бюджетных ассигнований был отмечен среди организаций культурного досуга (15,8%), наименьший – в музыке (3,1%). Отсутствие

роста по данной статье доходов отметили представители электронных медиа и кино. Кроме того, больше половины экспертов из сфер электронных медиа (71,4%), кино (57,1%) и музыки (53,1%) отметили полное отсутствие бюджетных ассигнований.

Рост поступлений от спонсоров и меценатов в первую очередь отметили представители музыки и кино (по 12,5% ответов), отсутствие изменений – эксперты, занятые зрелищными исполнительскими мероприятиями (38,7%). При этом 25% опрошиваемых, занятых в сфере кино, отметили сокращение объема таких поступлений. Отсутствие спонсорских поступлений наиболее активно отмечали эксперты из организаций культурного досуга (57,9%), создатели фонограмм (55,6%) и занятые в сфере создания музыки (53,1%).

Среди драйверов роста эксперты культурных индустрий отмечали самые разные факторы. Большинство сошлось на том, что культурные индустрии в 2018 г. двигало развитие новых технологий и соцсетей, рост числа концертов и продажи билетов, а также Чемпионат мира по футболу, прошедший в России. Среди других важных событий, влияющих на культурные индустрии, назвали ухудшение экономики, падение уровня жизни населения, новые образовательные программы для творческих работников, а также государственную политику в сфере культуры, которую одни эксперты оценили высоко, а другие – сочли откровенно провальной.

” Марина Чудецкая

(индивидуальный предприниматель):

– Несчастные случаи с участием животных, происходящие в передвижных и стационарных цирках, распространение неверной и ложной информации на эту тему в соцсетях и излишняя, порой необоснованная, агрессия «зоозащитников» и к ним примкнувших снизили интерес зрителей к цирковому ремеслу, показатель продаж заметно упал. В отношении концертных мероприятий – заметно упали продажи в провинциальных городах.

” Илья Сакмаров

(Фонд «Новая культура»):

– Ожидаем (как и в предыдущие годы) локализацию *Netflix* и *Spotify* в России, с недавних пор также следим за *Amazon Prime* как производителем контента (ждем борьбы за права на сериалы, которые мы пока продолжаем смотреть с рекламой букмекеров и казино). Убедимся в растущих амбициях «Яндекса», будем следить за проблемами с некоторыми активами гигантов *Google* (закрывает проект *Google+* и *Inbox*, продвигает *YouTube Music*), *Facebook* (уже не знает, как еще монетизировать *Facebook*, оправдывается за утечки и политическое лобби, провалила проект *Instagram TV*). Ожидаем и уже видим первые итоги государственной цифровизации. Пример – сотрудничество библиотек с сайтом «ЛитРес» и другими электронными издателями. Ожидаем запуск новых интернет-сервисов от российских телеканалов. Ждем развития интернет-сетей 5G и эффекта от этого.

” Евгения Евпак

(*Positive Music*):

– Спрос на музыкальные услуги композитора-аранжировщика будет расти в нишах кинопроизводства и музыкального прототипирования аранжировок, возможно увеличение спроса на детские песни и аудиорекламу или джинглы.

” Тарас Буевский

(Союз композиторов, Союз кинематографистов, Российский музыкальный союз):

– Все виды академического искусства являются стратегически важным делом для любой страны, желающей достижения высоких показателей уровня жизни и процветания своего народа. Если говорить об академической музыке, особенно о работе академических композиторов, – этот род деятельности никогда не был сверхприбыльным. Чем ярче дарование композитора, тем больше он опережает свое время и в результате бывает не сразу понят современниками. Поддержка государства необходима, иначе плодотворность творческой деятельности ограничивается, угнетаемая более примитивными развлекательными видами поп-культуры.

” Алексей Николаев

(«Бюро *Insimple*»):

– Необходимо усилить господдержку экспорта записанной музыки и зарубежных гастролей молодых коллективов самых различных стилей.

” Василий Странадкин

(самозанятый):

– В России есть государственная программа книгопечатания, но нет государственной программы по выпуску музыкальных фонограмм и треков для потокового вещания. Она очень нужна.

” Лариса Васильева

(Культурный проект «Артлар»):

Государству стоит уделять больше внимания сфере культуры и искусства. Нужна тщательная разработка Программы развития в регионах РФ, целевая помощь проектам и организациям (например, снижение налоговой нагрузки, предоставление грантов и т. д.). Любой, даже коммерческий проект сферы культуры и искусства вносит вклад в культурное развитие населения, помогает творческим людям, которые часто социально не защищены и не имеют других источников доходов.



Фото: shutterstock.com / David Tadevosian

БЛАГОДАРНОСТИ

InterMedia благодарит за ценные советы и информацию: Ксению Аксенову, Марину Андрейкину, Ивана Близнеца, Юлию Большакову, Вадима Бреева, Эрика Вальдеса-Мартинеса, Виталия Виленского, Андрея Восстрикова, Ильдара Галеева, Марину Георгиеву, Вадима Далакишвили, Евгения Дукова, Бориса Есенькина, Татьяну Журбинскую, Юлию Иванину, Олега Иванова, Анастасию Ильичеву, Дмитрия Калантарова, Алексея Карелова, Павла Каткова, Карину Кондрашову, Дмитрия Коннова, Андрея Кричевского, Алексея Крузина, Елену Крылову, Алексея Мазура, Александра Носача, Илью Сакмарова, Александра Самойлова, Анатолия Семенова, Екатерину Семенову, Александра Сплошнова, Александра Сухотина, Алексея Угриновича, Марину Харьковку, Светлану Цыганову, Андрея Чеснова, Инну Яковлеву и всех членов Совета по интеллектуальной собственности Торгово-промышленной палаты РФ.

С организациями, которые по разным причинам не смогли предоставить нам данные для исследования в этом году, надеемся на плодотворное сотрудничество в будущем.

Редакция

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. **Конвенция об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций.**
URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_expression.shtml
(дата обращения: 26.03.2019)
2. **UNESCO и Цели устойчивого развития [Электронный ресурс] // UNESCO**
URL: <https://ru.unesco.org/sdgs>
(дата обращения: 26.03.2019)
3. **The Economy of Culture in Europe [Электронный ресурс] // European Commission. 2006. Октябрь.**
URL: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
(дата обращения: 26.03.2019)
4. **Creative Industries [Электронный ресурс] // UNESCO.**
URL: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/>
(дата обращения: 26.03.2019)
5. **Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy, October 1994 [Электронный ресурс] // Pandora. Australia's Web Archive.**
URL: <http://pandora.nla.gov.au/pan/21336/20031011-0000/www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>
(дата обращения: 26.03.2019)
6. **Creative Industries Mapping Documents 1998 [Электронный ресурс] // GOV.UK.**
URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
(дата обращения: 26.03.2019)
7. **Media and entertainment spotlight [Электронный ресурс] // SelectUSA.**
URL: <https://www.selectusa.gov/media-entertainment-industry-united-states>
(дата обращения: 26.03.2019)
8. **UNESCO Culture for Development Indicators (CDIS) [Электронный ресурс] // UNESCO.**
URL: <https://en.unesco.org/creativity/activities/cdis>
(дата обращения: 26.03.2019)
9. **Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries [Электронный ресурс] // Cairn.Info.**
URL: <https://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2010-1-page-163.htm#>
(дата обращения: 26.03.2019)
10. **O'Connor J. What got lost between 'cultural' and 'creative' industries [Электронный ресурс] // The Conversation. 2014. 27 февраля.**
URL: <https://theconversation.com/what-got-lost-between-cultural-and-creative-industries-23658>
(дата обращения: 26.03.2019)
11. **Newbiggin J. What is the creative economy? [Электронный ресурс] // British Council.**
URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
(дата обращения: 26.03.2019)

12. **Ferrándiz R.R. From Cultural Industries to Entertainment and Creative Industries. The Boundaries of the Cultural Field** [Электронный ресурс] // CORE.
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11889881.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
13. **Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017–2021 годы** [Электронный ресурс] // PwC в России.
URL: <https://www.pwc.ru/ru/assets/media-outlook-2017-rus.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
14. **The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens** [Электронный ресурс] // Common Sense Media.
URL: https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf
(дата обращения: 26.03.2019)
15. **Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022 White Paper** [Электронный ресурс] // Cisco.
URL: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-741490.html>
(дата обращения: 26.03.2019)
16. **2018 Global Games Market Report** [Электронный ресурс] // Scribd.
URL: <https://ru.scribd.com/document/382257009/Newzoo-2018>
(дата обращения: 26.03.2019)
17. **Российская киноиндустрия – 2017** [Электронный ресурс] // Информационное агентство InterMedia.
URL: <http://www.intermedia.ru/uploads/RK-2017.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
18. **Статистические данные по видам учреждений культуры, искусства и образования за 2017 год** [Электронный ресурс] // Сервер отраслевой статистики Минкультуры России.
URL: <https://stat.mkrf.ru/indicators/>
(дата обращения: 26.03.2019)
19. **Рынок проектных работ: перезагрузка** [Электронный ресурс] // Маркетинговое агентство Simple Analytics.
URL: <http://simple-analytics.com/simple-fresh/rynok-proektnyh-rabot/>
(дата обращения: 26.03.2019)
20. **Статистические данные по РФ** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму.
URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf-2018/>
(дата обращения: 26.03.2019)
21. **ШПД В2С – итоги 2016 года** [Электронный ресурс] // TMT Консалтинг.
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2017/01/TMT-рейтинг-ШПД-2016.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
22. **Рынок ШПД В2С – 2017** [Электронный ресурс] // TMT Консалтинг.
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2018/02/TMT-обзор-ШПД-2017.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
23. **Рынок платного ТВ – 2017** [Электронный ресурс] // TMT Консалтинг.
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2018/02/TMT-обзор-Pay-TV-2017-предв1.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
24. **Рынок платного ТВ – 2016** [Электронный ресурс] // TMT Консалтинг.
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2017/01/TMT-обзор-Pay-TV-20161.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
25. **Экономика Рунета 2017** [Электронный ресурс] // Российская ассоциация электронных коммуникаций.
URL: http://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf
(дата обращения: 26.03.2019)
26. **Объем рекламы в средствах ее распространения в 2017 году** [Электронный ресурс] // Ассоциация коммуникационных агентств России.
URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id8180
(дата обращения: 26.03.2019)
27. **Атлас рынка легальных видеосервисов России 2015–2021 гг. Итоги 2017 года** [Электронный ресурс] // JSON.TV. 2018. Март.
URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/atlas-rynka-legalnyh-videoservisov-rossii-2015-2021-gg-itogi-2017-goda-20180328050726
(дата обращения: 26.03.2019)
28. **Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2017.
URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/bookmarket/main/custom/0/0/file.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
29. **Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.
URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/teleradio/main/custom/0/0/file.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
30. **Радиовещание в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.
URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017/teleradio/main/custom/0/0/file.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
31. **Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2018.
URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/pechat2/main/custom/0/0/file.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
32. **Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.
URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/teleradio/main/custom/0/01/file.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
33. **Радиовещание в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.
URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/teleradio/main/custom/0/00/file.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)

34. Аналитический обзор рынка российского современного искусства [Электронный ресурс] // *InArt*. База данных и аналитика российского современного искусства.
URL: <https://in-art.ru/analytical-review/2018/>
(дата обращения: 26.03.2019)
35. Рынок платного ТВ – предварительные итоги 2018 года [Электронный ресурс] // TMT Консалтинг.
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2019/02/TMT-обзор-Pay-TV-2018-предв.pdf>
(дата обращения: 26.03.2019)
36. Рунет подвел итоги года [Электронный ресурс] // Российская ассоциация электронных коммуникаций.
URL: <https://raec.ru/live/raec-news/10766/>
(дата обращения: 26.03.2019)



Фото: shutterstock.com / nampix

КУЛЬТУРА И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РФ 2016–2018

Результаты комплексного исследования

Информационное агентство InterMedia
Совет по интеллектуальной собственности Торгово-промышленной палаты РФ

Главный редактор: **Евгений Сафронов**
Руководитель проекта: **Наталья Галиулова**
Главный эксперт: **Александр Тихонов**
Ведущий эксперт: **Павел Соломатин**
Корреспондент: **Анна Стрельчук**

Редактор: **Мария Сысоева**
Дизайн и верстка: **Максим Гелета**

Фото: InterMedia, Shutterstock

Intermedia.online
in@intermedia.online

Москва, 2019

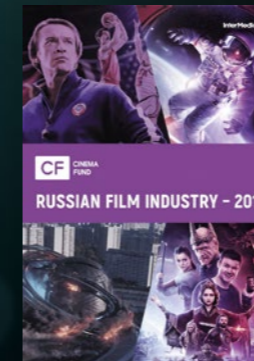
Некоторые из последних исследований InterMedia:



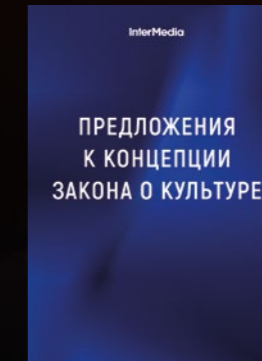
**Culture and Cultural
Industries 2017**



**Российская
киноиндустрия –
2017**



**Russian Film
Industry – 2017**



**Предложения
к концепции
Закона о культуре**

