

# Культура и культурные индустрии в РФ

Результаты  
комплексного исследования

Структура сферы культуры в РФ

Определение культурных индустрий

Творческие (креативные) индустрии в мире

Универсальная блок-схема сферы культуры в XXI веке

Финансовые показатели сферы культуры в РФ

Предложения к концепции Закона о культуре РФ





Информационное агентство InterMedia

Совет по интеллектуальной собственности  
Торгово-промышленной палаты РФ

# **КУЛЬТУРА И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РФ**

Результаты комплексного исследования

Москва, 2018

## Содержание

Культура – основа развития цивилизаций _____	3	Приложение 1. Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира _____	26
Феномен культурных индустрий _____	3	Приложение 2. Характеристики некоторых значимых сегментов культурных индустрий РФ _	32
Парадокс дефиниций в сфере культуры _____	5	Приложение 3. Обзор нормативной базы РФ в сфере культуры _____	35
ИТ-индустрия как ведущий сегмент сферы культуры _____	10	Приложение 4. Разработка концепции Закона о культуре _____	38
Системный кризис культурных индустрий в начале XXI века _____	14	Приложение 5. Предложения к концепции федерального закона «О культуре» (проект) _____	40
Комплексное исследование сферы культуры РФ _____	17	Благодарности _____	42
Базисная блок-схема сферы культуры _____	20	Список литературы _____	43
Расчет финансовых показателей культурных индустрий за 2017 год _____	22		
Финансовые показатели культурных индустрий РФ в 2016–2017 гг., млн руб. _____	24		

## 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 обложки и верстка блока: **Максим Гелета**  
 Дизайн блока: **Ирина Рябинина**  
 (ООО «Студия Снэзи»)

Другие исследования  
 InterMedia:



## ИСТОЧНИКИ:

Минпромторг России; Минкультуры России; Ростуризм; Росстат; Роспечать; Росархив; Фонд кино; PAO; ВОИС; РАЭК; АКАР; TMT Консалтинг; ARTinvestment; InArt; J'son and Partners; Group-IB; Simple Analytics; PricewaterhouseCoopers; IFPI; Euromonitor; 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

intermedia.online  
 in@intermedia.online

© ООО «ИА «ИнтерМедиа»

## КУЛЬТУРА – ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЦИВИЛИЗАЦИЙ

Роль культуры в развитии общества никогда не подвергалась сомнению, но в последнее время не только в культурных, но и в экономических, юридических, государственных кругах все чаще говорят о том, что именно культура является основой развития общества, а повышенное внимание к культурным индустриям – необходимое условие ее ускоренного развития. Становится все заметнее, что экономические и социальные процессы в значительно большей степени, чем ранее было принято считать, определяются уровнем культуры социальных групп и всего

общества в целом, и лишь потом – прогрессивными идеями, ультрасовременными инновациями и продвинутой технологией.

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 культурного уровня и благосостояния населения развитых стран, что привело к многократному росту устойчивого спроса на произведения искусства всех видов со стороны не только элиты, 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 его менять ежедневно – если в середине XIX в. приобщение к работам мастеров живописи, исполнения профессиональных актеров и музыкантов было доступно лишь нескольким миллионам представителей элит, то в XXI в. эту возможность имеет 90% населения Земли, выросшего за это время вчетверо. То же – и в других видах искусства и досуга: литературе, печатных медиа, телевидении, радио, играх, туризме.

В десятки и сотни тысяч раз возросло количество занятых в отрасли.

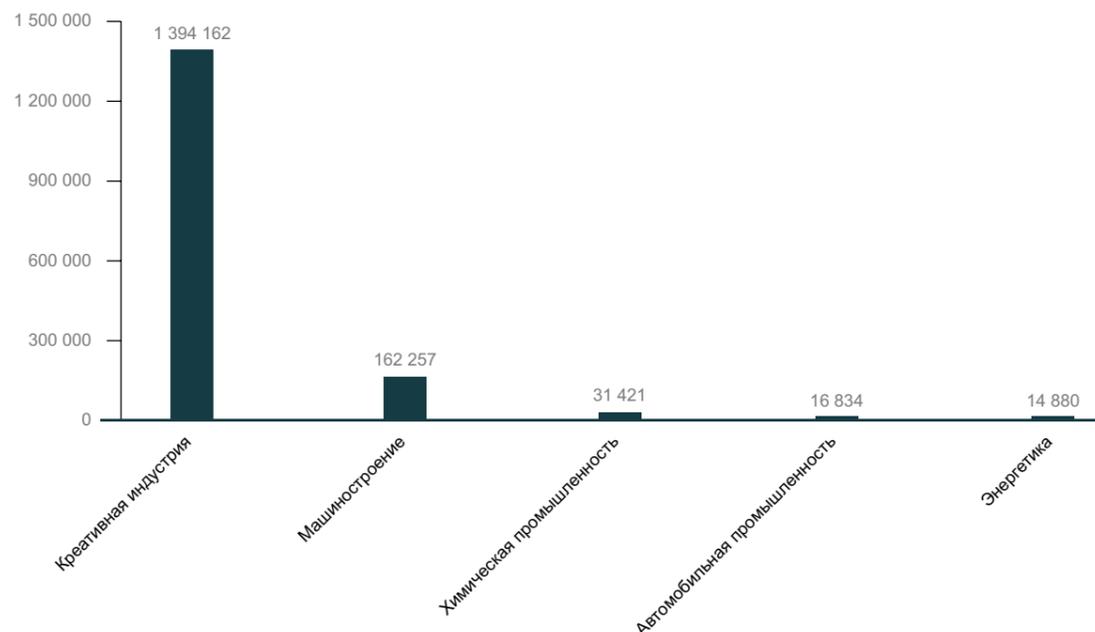
Индустрии, удовлетворяющие спрос на культурную продукцию, в XX в. набрали заметные обороты и стали играть значительную роль в жизни человечества, став инструментами как строительства обществ, так и их разрушения. За влияние на сферу культуры идет ожесточенная борьба и на внутригосударственных, и на международных уровнях, а в XXI в. в эту борьбу активно включились крупнейшие международные корпорации, контролирующие массовые сектора культуры. Они успешно перехватывают инициативу у неповоротливых и зачастую коррумпированных госструктур.

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 креативной экономики подтверждаются и статистическими данными. Представленный ниже график иллюстрирует ощутимый разрыв в количестве предприятий креативного сектора и традиционных сфер экономики в Европейском союзе.

Илл. 1. Индустрии ЕС по числу предприятий, 2002 г.



Источник: Генеральный директорат по образованию и культуре ЕС

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.

Как отмечает в одной из своих недавних статей исследователь и экс-советник министра культуры Великобритании Джон Ньюбигин, точно так же, как энергетическая политика и доступ к энергии определяли геополитику на протяжении всего XX в.,

доступ к информации, объектам интеллектуальной собственности и защита творчества уже сейчас становятся определяющими факторами успеха на мировой арене XXI в.

До сего дня даже в развитых странах отсутствуют единое понимание и общая терминология в сфере культуры

## ПАРАДОКС ДЕФИНИЦИЙ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Единогласно превозносятся значимость культуры для социума и государства, исследователи, политики и законодатели неизбежно сталкиваются с одним из главных парадоксов сферы культуры и культурных индустрий – отсутствием единых и общепринятых подходов к определению структуры и границ сферы культуры, а также стандартизированных 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.

Среди великого множества определений понятия «культура» также нет одного общепринятого и согласованного. В широком понимании термина **культура – это совокупность результатов общественно полезной человеческой деятельности**. Однако для практических целей, в первую очередь для государственного регулирования, всегда используется более узкая и определенная дефиниция.

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].

Ряд исследователей 1970-х гг. (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 далеко не вся культурная деятельность 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).

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 на национальном уровне 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**; с 2017 г. – Департамент цифровой сферы, культуры, СМИ и спорта), который на базе австралийской разработки оценил влияние креативных индустрий на экономику в документе **Creative Industries – Mapping Document** [6], серьезно повлиявшем на государственную практику англосаксонских стран.

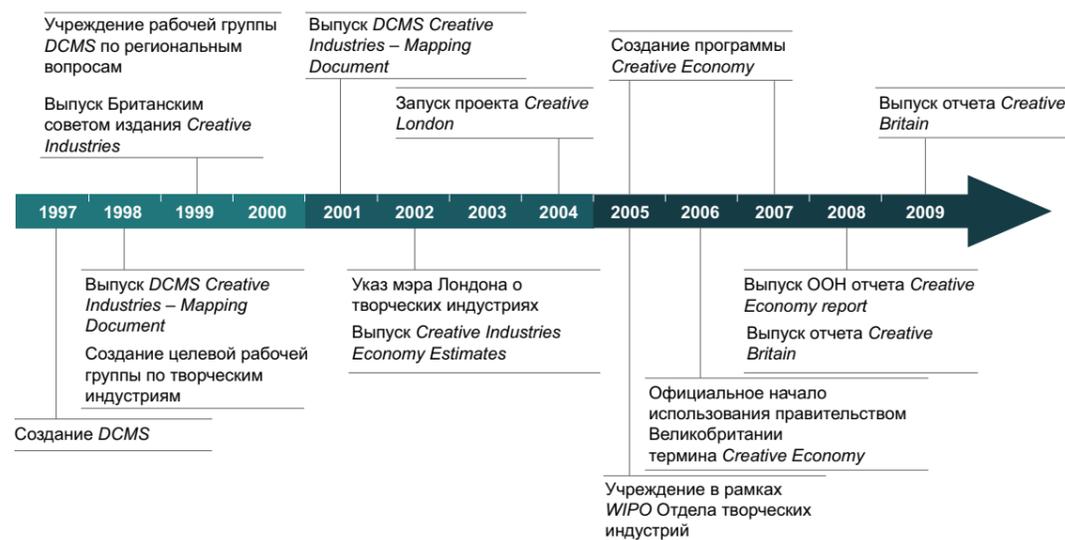
В этом документе критерии для отнесения индустрий к творческим определены так: «происхождение из индивидуального творчества, умения и таланта, наличие потенциала для создания благ и рабочих мест через создание и использование интеллектуальной собственности», а также перечислены 13 областей деятельности:

- 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*.

## Илл. 2. Ключевые события в развитии подходов к культурной экономике в Великобритании



Источник: BOP Consulting

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

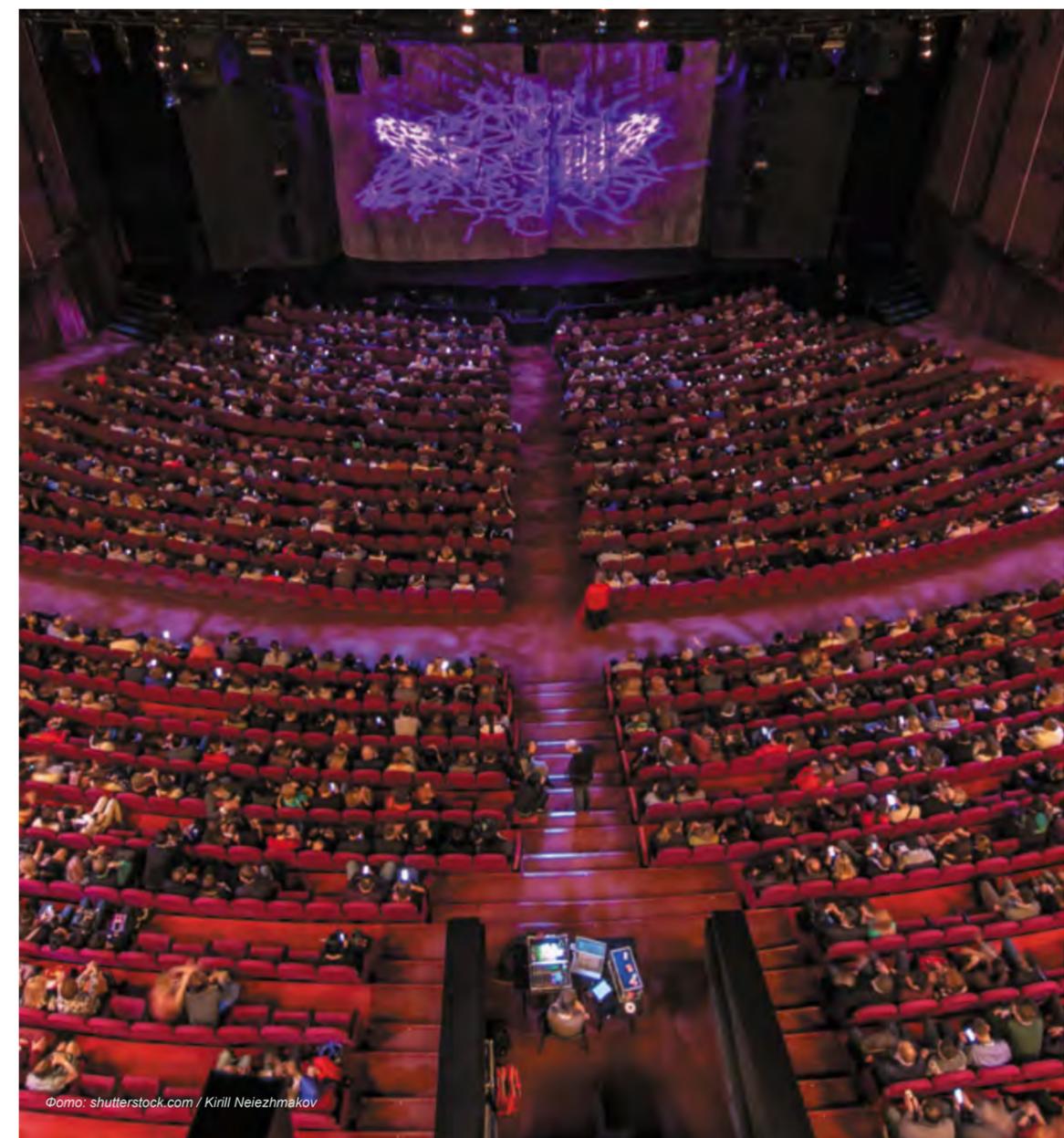
Официальные определения культурных индустрий во всех странах сейчас представляют собой перечисления видов деятельности, они весьма разнообразны и связаны с национальными традициями. К примеру, архитектура в англосаксонских и скандинавских странах считается культурной индустрией,

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. (подробно можно ознакомиться в Приложении 1 «Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира» на стр. 26). 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

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 (еди-

ным 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].



Илл. 3. 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"> <li>• Неиндустриальные виды деятельности.</li> <li>• 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.).</li> </ul>
	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"> <li>• Индустриальная деятельность, использующая массовое тиражирование.</li> <li>• Результаты труда основаны на авторском праве.</li> </ul>
	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"> <li>• Деятельность может не носить индустриальный характер, но быть основой для индустрии.</li> <li>• Результаты труда основаны на авторском праве, но могут включать другие объекты интеллектуальной собственности (например, товарный знак).</li> <li>• 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.</li> </ul>
	Архитектура		
	Реклама		
Сфера 3: Смежные индустрии	Производство компьютеров Производство mp3-плееров Мобильная связь и т. д.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> </ul>

■ Культурный сектор ■ Творческий (Creative) сектор

Источник: Генеральный директорат по образованию и культуре ЕС

Илл. 4. 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 / Dmytro Zinkevych

## ИТ-ИНДУСТРИЯ КАК ВЕДУЩИЙ СЕГМЕНТ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Стремление быстро растущего населения послевоенного мира к развлечениям и массовой культуре не могло не привести к появлению и бурному развитию ИТ-индустрии – отрасли информационных технологий, объединившей в себе услуги связи и телекоммуникаций, производство электронного оборудования, создание программного обеспечения и web-сервисов, консалтинг и многое другое. С 60–70-х гг. эта индустрия набирала силу в научных лабораториях и учебных кабинетах, но уже в 90-е ее плоды стали доступны массовой аудитории развитых стран. Это стало знаковым событием для культурных индустрий – через ИТ-инфраструктуру потребление творческого контента и развлечений многократно выросло буквально за одно десятилетие, что полностью преобразило культурный ландшафт всего мира:

1. Возможность свободного доступа к видео, музыке, фотографиям, текстам, играм и другому культурному контенту – один из основных драйверов 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 культурному контенту.
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.



Таким образом, телекоммуникации, образование, наука и другие функции, ранее декларируемые в качестве основных для ИТ-индустрии, в настоящий момент не являются ее приоритетами. Сейчас ИТ-индустрия представляет собой в первую очередь систему доставки творческого контента и развлечениям 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):

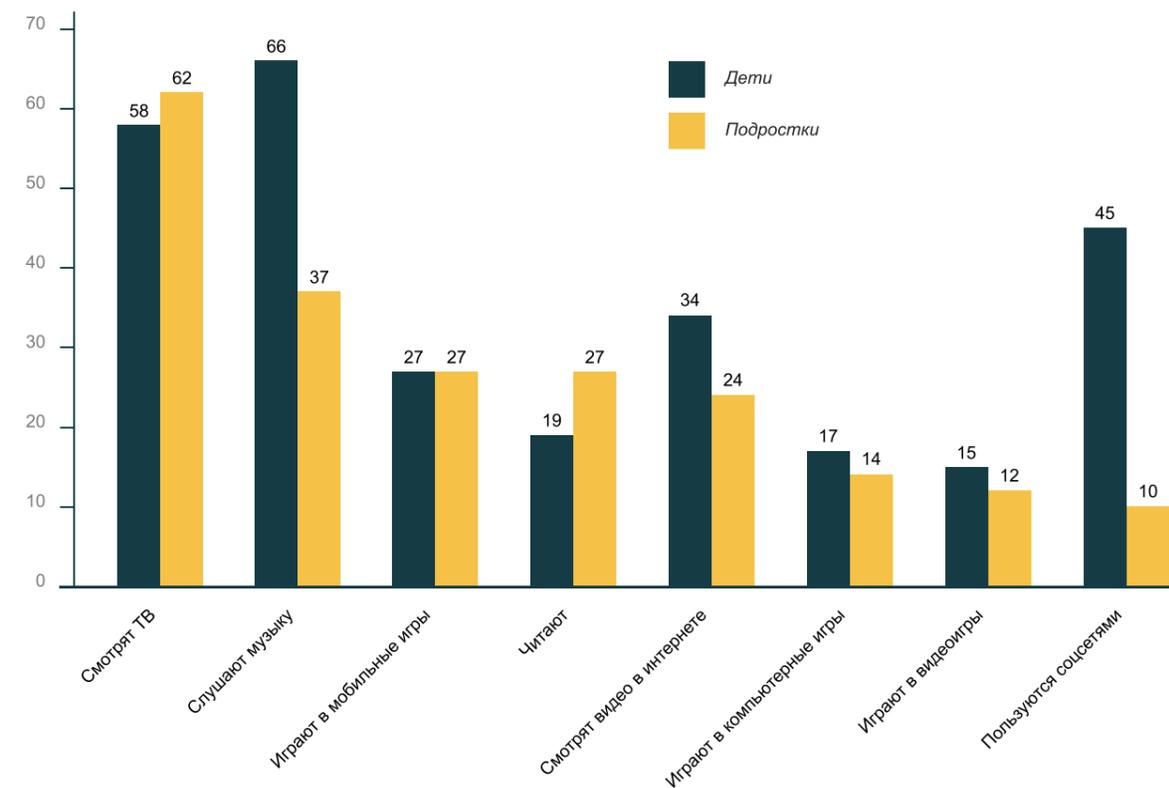
«В некотором смысле интернет – мультимедийный эквивалент копировальной машины, он позволяет дешево копировать материал независимо от

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



Источник: Common Sense

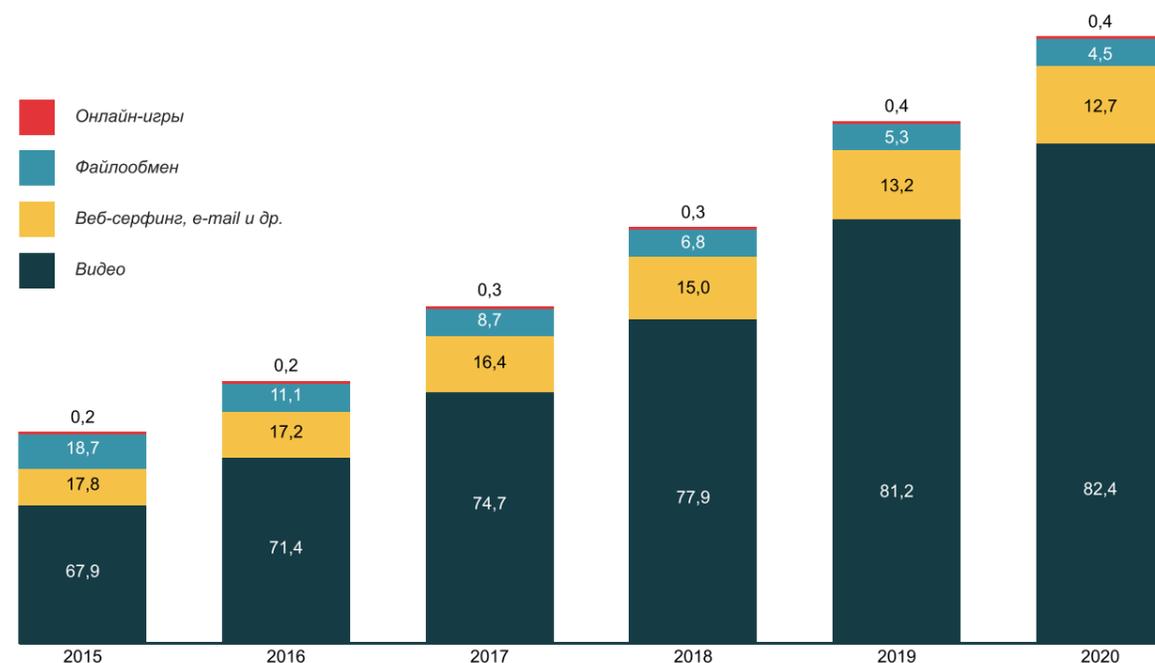
Илл. 6. Медийный досуг детей до 12 лет в России, 2017 г., %



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

Источник: MOMRI

Илл. 7. Доли потребления глобального интернет-трафика по сегментам, 2015–2020 гг., %



Источник: Cisco

Илл. 8. 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



Фото: shutterstock.com / Rad K

## СИСТЕМНЫЙ КРИЗИС КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

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 файлов с записями, трансляций и досуговых сервисов, используемых миллиардами людей. Соответственно, направления и темпы развития культурной экономики всего мира определяются ИТ-индустрией, а ведущие корпорации этой отрасли являются 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.

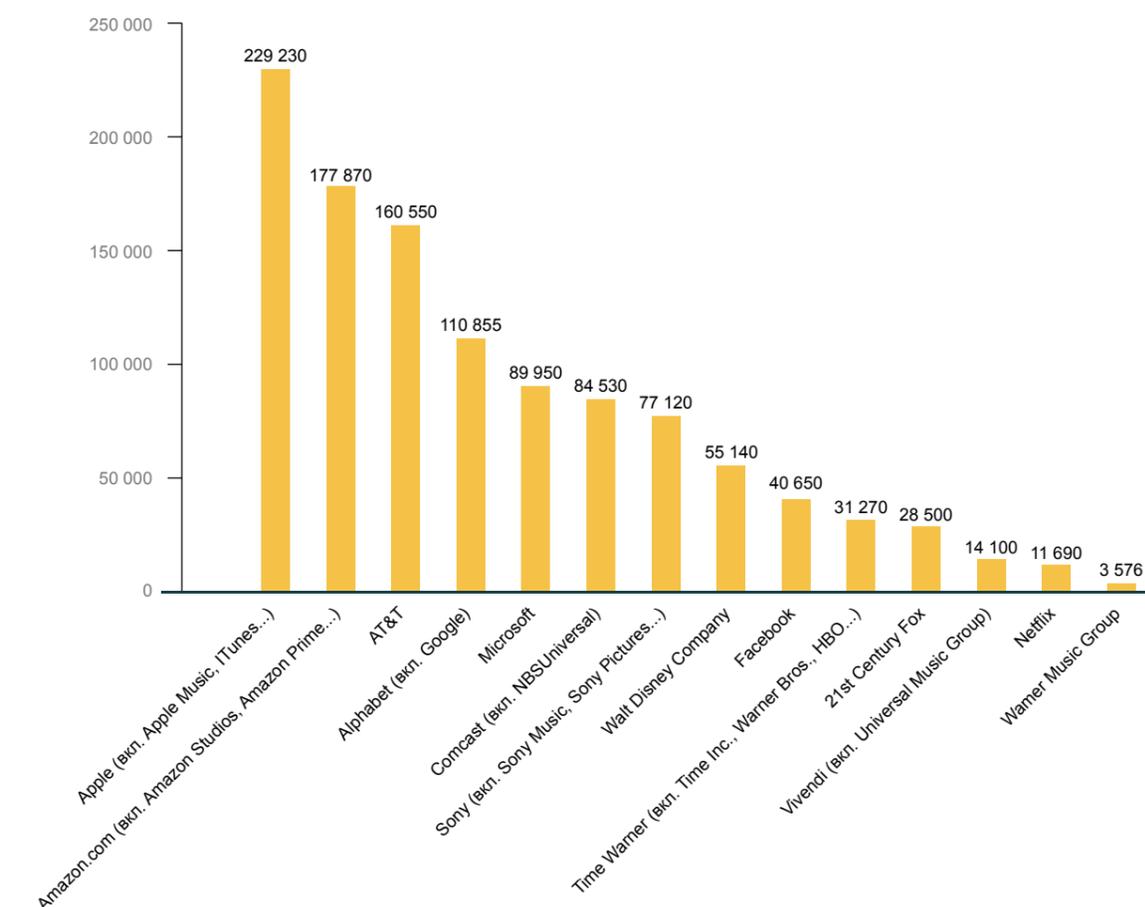
В последние десятилетия неоднократно поднимался вопрос о новой всеобъемлющей международной конвенции, устанавливающей справедливые правила для культурных индустрий в цифровую эпоху. Многие специалисты видят в принятии такой конвенции единственную возможность восстановить прямую связь между объемами глобального 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. Вот некоторые из сделок, заключенных в последнее время:

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.

Илл. 9. Обороты крупнейших компаний в сфере ИТ и медиа, 2017 г., млн долл.



Примечание: В гистограмме не отражены сделки, совершенные после 31.12.2017

Источники: Отчеты компаний

Лидеры мировой экономики – ИТ-компании *Apple*, *Alphabet (Google)* и *Amazon* – активно развивают свои 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 са-

мостоятельных сегментов. Обороты и прибыль теперь не главная цель компаний, их основная задача – привлечение и удержание массовой клиентуры в экосистемах крупнейших в мире ИТ-корпораций.

После всего, что было сказано выше, 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 странно и неубедительно. По сути, правительства развитых стран недвусмысленно

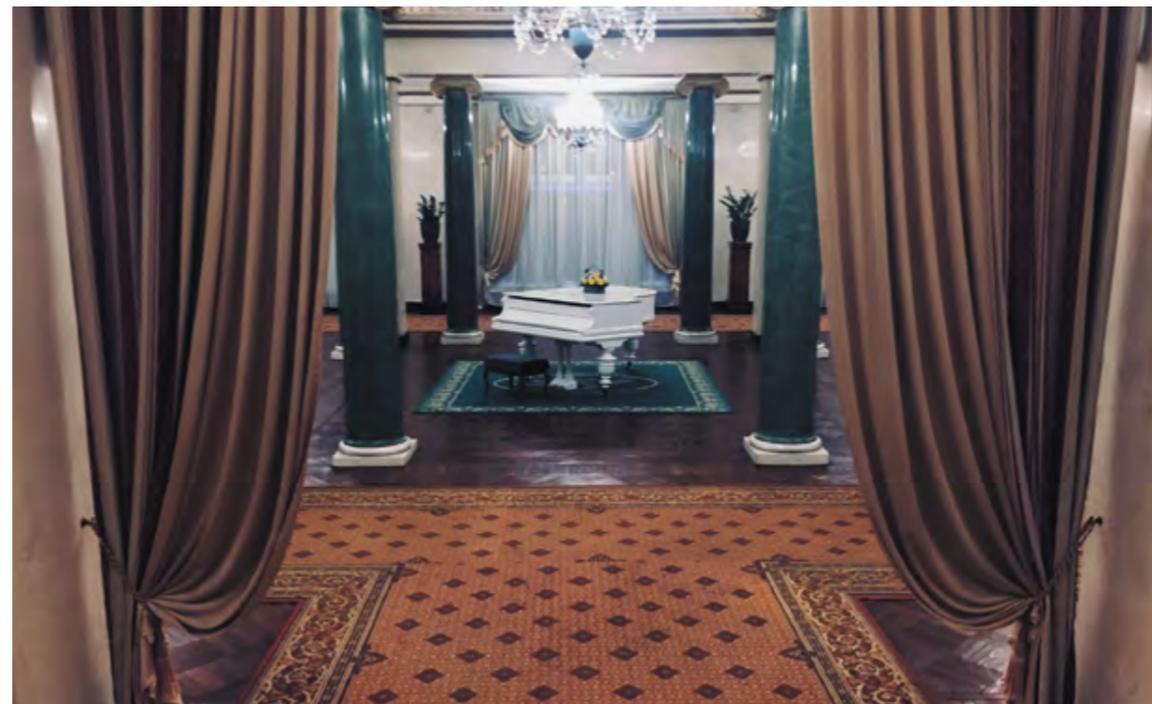
и последовательно содействуют захвату ИТ-монополиями культурных индустрий всего мира.

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 крайне 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 бизнеса. Итоги десятилетий самоотверженной борьбы с пиратством – разве что огромные суммы, израсходованные государствами и ассоциациями.

Эти данные и оценки приводят к логическому 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.



## КОМПЛЕКСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ РФ

В Российской Федерации изучение культурных индустрий 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. Была учтена принципиальная особенность сферы культуры – вариативность и разнообразие 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 как на национальном уровне, так и в рамках международных юрисдикций.

В мае 2017 г. Рабочая группа подготовила предварительные результаты исследования, из которых стало ясно, что объективное изучение сферы культуры невозможно без определения ее границ, структуры и терминологии. По примеру других стран мира было предложено исходить из сложившихся традиций и определить две составляющие сферы культуры РФ – **творческую деятельность и досуговую деятельность**, в каждой из которых действуют государственные и индустриальные сегменты.

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

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

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

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

Илл. 10. Общая структура сферы культуры в РФ



Источник: InterMedia

#### 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.

**Принципиальная особенность и главное отличие сферы культуры от других отраслей – вариабельность и разнообразие процессов**

#### 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.

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

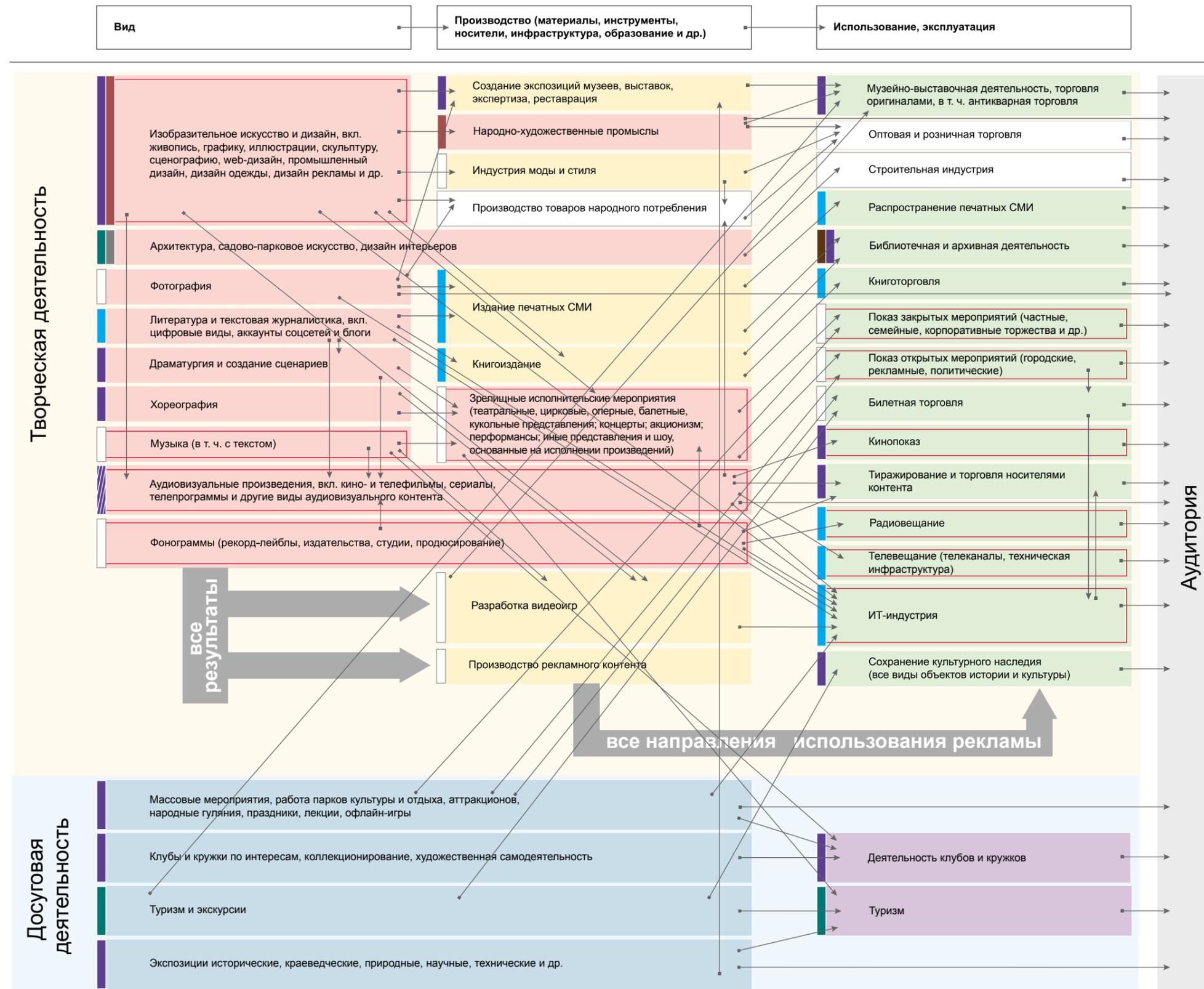
и услуг является спрос на культурные формы досуга (доступ к творческим результатам интеллектуальной деятельности не является определяющим фактором).

На следующем этапе Рабочей группой и InterMedia был подготовлен проект Базисной блок-схемы сферы культуры, в универсальном плане отображающей процессы создания, производства, распространения и эксплуатации ТРИД, а также досуговых услуг всех видов. Блок-схема построена на основе аналогичных разработок зарубежных аналитиков с учетом особенностей сферы культуры РФ.



Фото: shutterstock.com / Halfpoint

Илл. 11. БАЗИСНАЯ БЛОК-СХЕМА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ



Примечания к Блок-схеме

Проект от 06.11.18

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

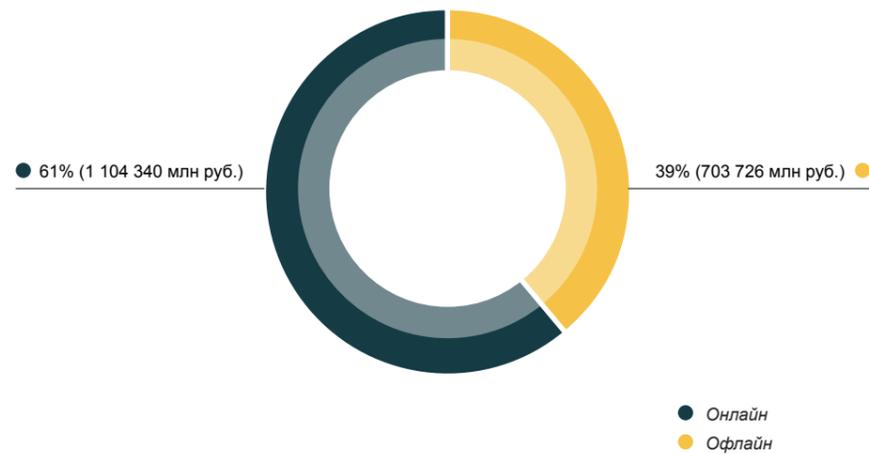
## РАСЧЕТ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ ЗА 2017 ГОД

После определения структуры и составления блок-схемы Рабочая группа приступила к отработке методики расчета оборотов сегментов культурных индустрий. Задачу усложнил тот факт, что официальная статистика РФ ряд значимых сегментов творческих индустрий либо не учитывает вообще, либо отражает в 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. (Исключение – показатели развития киноиндустрии, которые уже несколько лет публикуются Фондом кино

на уровне мировых стандартов.) 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 отражающая ее состояние в настоящий момент. Как показали результаты исследования, вклад культурных индустрий в экономику РФ приближается к 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.

**Илл. 12. Соотношение доходов от коммерческой деятельности онлайн- и офлайн-сегментов культурных индустрий, 2017 г.**



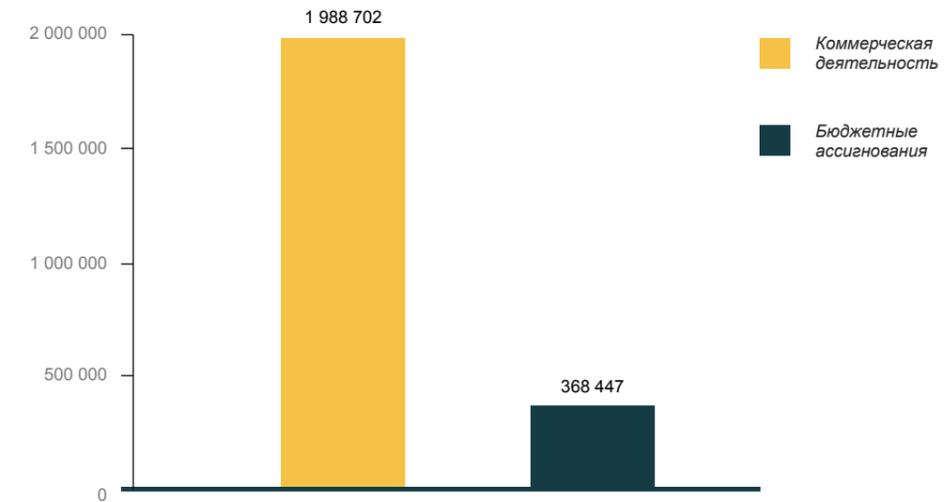
Источник: InterMedia

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 частных организациях незначительна.

**Илл. 13. Соотношение доходов от коммерческой деятельности и объемов бюджетных ассигнований, 2017 г., млн руб.**



Источник: InterMedia

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

**Илл. 14. Финансовые показатели культурных индустрий РФ в 2016–2017 гг., млн руб.**

Сегмент	Деятельность	Источники	2016 г.			2017 г.		
			КД	БА	Всего	КД	БА	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	13 915	7 620	21 535
Народно-художественные промыслы	Производство изделий народных художественных промыслов	Минпромторг России, InterMedia	5 572	1 154	6 726	6 000	1 200	7 200
Архитектура	Проектные работы в промышленном и гражданском строительстве	Simple Analytics, InterMedia	144 000	н/д	144 000	132 500	н/д	132 500
Музеи	Музейная и выставочная деятельность	ГИВЦ Минкультуры России	16 806	49 875	66 681	18 429	54 242	72 671
Печатные СМИ	Деятельность печатных СМИ, включая продажи и рекламу. Не включена реклама в онлайн-изданиях	PricewaterhouseCoopers, 362-ФЗ	69 509	3 589	73 098	68 466	3 440	71 906
Книги	Книжная торговля (продажа печатных, электронных и аудиокниг). Не включены деятельность книжных магазинов по продаже товаров народного потребления (FMCG) и другой некишечный ритейл	Роспечать, InterMedia	66 770	185	66 955	68 330	165	68 495
Архивы	Деятельность Федерального архивного агентства	Росархив	н/д	1 992	1 992	н/д	1 895	1 895
Библиотеки	Библиотечная деятельность	ГИВЦ Минкультуры России	1 017	52 757	53 774	1 138	59 765	60 903
Афишные исполнительские мероприятия	Проведение зрелищных исполнительских мероприятий – концертов, спектаклей, шоу всех видов с участием исполнителей (продажа билетов)	InterMedia, ГИВЦ Минкультуры России	84 200	78 065	162 265	96 000	86 596	182 596
Закрытые исполнительские мероприятия	Проведение закрытых исполнительских мероприятий – частных, государственных, корпоративных (только затраты на творческую часть)	InterMedia	23 000	н/д	23 000	27 000	н/д	27 000
Кинопоказ	Услуги кинопоказа (продажа билетов)	Фонд кино, InterMedia	48 306	н/д	48 306	53 576	н/д	53 576
Эфирное радио	Деятельность эфирных радиостанций (включены БА согласно ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы»)	АКАР, Роспечать, ФЦП	15 100	1 324	16 424	16 900	1 709	18 609
Рингбэктоны (RBT)	Услуги «рингбэктон» операторов мобильной связи	InterMedia	6 800	н/д	6 800	6 800	н/д	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
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	8 910	н/д	8 910	14 060	н/д	14 060
Нелегальные сервисы аудио	Деятельность нелегальных сервисов аудио, включая торренты (реклама, подписка)	InterMedia, Group-IB	2 000	н/д	2 000	2 100	н/д	2 100
Нелегальные сервисы видео	Деятельность нелегальных сервисов видео, включая торренты (реклама, подписка)	InterMedia, Group-IB	2 600	н/д	2 600	2 800	н/д	2 800
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	83 800	н/д	83 800
Эфирное ТВ	Деятельность эфирного телевидения (включены БА согласно ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы»)	АКАР, Роспечать, ФЦП	150 800	11 915	162 715	170 900	15 384	186 284
Лицензирование образов	Лицензирование образов звезд музыки, кино, театра и других культурных индустрий для рекламы	InterMedia	200	н/д	200	240	н/д	240
Лицензирование музыки	Лицензирование музыки для рекламы, телевидения и др.	InterMedia	100	н/д	100	120	н/д	120
Поступления от общепита, транспорта, торговли	Деятельность ОКУП по сбору отчислений за использование музыки от организаций общественного питания, торговли, транспорта, сферы обслуживания и др.	РАО, ВОИС	1 879	н/д	1 879	2 160	н/д	2 160
Физические носители (музыка)	Продажи физических носителей (музыка)	IFPI, InterMedia	682	н/д	682	512	н/д	512
Физические носители (видео)	Продажи физических носителей (кино, видео)	InterMedia	500	н/д	500	440	н/д	440
Дата-центры	Деятельность дата-центров на территории РФ, в т. ч. по предоставлению облачных услуг. Доходы от предоставления услуг по обработке данных в 2017 г. – 23,6 млрд руб., от предоставления облачных услуг – 42,6 млрд руб. В оборот культурных индустрий включено 50% этих сумм	TMT Консалтинг	27 665	н/д	27 665	33 100	н/д	33 100
Интернет-реклама	Продажи рекламы на интернет-ресурсах. Доходы от рекламы в 2017 г. – 224 800 млн руб., в оборот культурных индустрий включено 50% этой суммы	РАЭК, InterMedia	90 120	н/д	90 120	112 400	н/д	112 400
Доступ в интернет	Предоставление услуг доступа в интернет. В 2017 г. доходы провайдеров от предоставления доступа в интернет – 389 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
Бытовая электроника	Продажи бытового электронного оборудования. В 2017 г. доходы от продаж – 663,4 млрд руб. В расчет финансовых показателей культурных индустрий включено 70% этой суммы	Euromonitor	427 840	н/д	427 840	464 380	н/д	464 380
Образование в сфере культуры	Деятельность организаций отраслевого художественного образования (вузов, профессиональных образовательных учреждений и детских школ искусств)	Минкультуры России, InterMedia	20 100	83 100	103 200	20 300	78 202	98 502
Видеоигры	Видеоигры (продажи, микротранзакции, платные подписки)	PricewaterhouseCoopers	107 040	н/д	107 040	116 800	н/д	116 800
Культурно-досуговые учреждения	Деятельность парков культуры и отдыха, зоопарков и других досуговых организаций	ГИВЦ Минкультуры России	15 035	53 658	68 693	16 136	58 229	74 365
Туризм	Оказание туристических услуг, услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	Ростуризм, InterMedia	161 300	н/д	161 300	164 500	н/д	164 500
<b>Всего</b>			<b>1 837 356</b>	<b>344 644</b>	<b>2 182 000</b>	<b>1 988 702</b>	<b>368 447</b>	<b>2 357 149</b>

**Примечания:**

1. Сокращения:

КД – доходы от коммерческой деятельности  
БА – бюджетные ассигнования

2. Методика исследования и система сбора данных постоянно совершенствуются, сверка данных и уточнение по различным источникам будут продолжаться до конца 2018 г. Мы будем благодарны за любые уточненные данные, предложения и замечания по методике и источникам.

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

4. 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. 12).

5. В расчетах не учтены:

5.1. Часть доходов, полученных в РФ сетевыми онлайн-сервисами – подразделениями международных монополий Alphabet и Apple (iTunes, Apple Music, YouTube и др.).

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

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

6. В сегмент «Бытовая электроника» включены:

6.1. Компьютеры (стационарные, переносимые, мониторы, принтеры).

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

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

6.4. Портативная электроника (камеры, видеокамеры, мобильные телефоны, включая смартфоны, электронные ридеры, плееры, носимую электронику). Не включена электроника, предназначенная для использования в профессиональных целях военными, врачами и т. д.

**Особое примечание:** 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 (см. п. 4); 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.

Составление: InterMedia

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИНДУСТРИИ И ЕЕ СТРУКТУРЫ В СТРАНАХ МИРА

Сегменты	Страны Официально принятая в стране терминология	Австралия	Австрия	Великобритания	Германия	Дания	Индия	Индонезия	Испания	Италия
		<i>Creative Industries</i>	<i>Creative industries</i>	<i>Creative industries</i>	<i>Cultural and creative industries</i>	<i>Cultural industries / Experience economy</i>	<i>Media and entertainment industries</i>	<i>Creative Industries</i>	<i>Culture sector</i>	<i>Cultural and creative industries</i>
<i>Architecture</i>	Архитектура	•	•	•	•	•		•	•	•
<i>Film and video</i>	Кино и видео	•	•	•	•	•	•	•	•	•
<i>Archives</i>	Архивы		•						•	•
<i>Libraries</i>	Библиотеки		•						•	•
<i>Museums</i>	Музеи		•		•				•	•
<i>Heritage sites and places</i>	Наследие		•						•	•
<i>Broadcasting (radio and TV)</i>	Вещание (радио и ТВ)	•	•	•	•	•	•	•	•	•
<i>Performing arts (theatre, dance, festivals)</i>	Исполнительские искусства (театр, танцы, фестивали)	•	•	•	•	•		•	•	•
<i>Design (product, fashion, graphics)</i>	Дизайн (промышленный, одежды, графический)	•	•	•	•	•		•		•
<i>Visual arts, crafts and art market</i>	Изобразительное искусство, ремесла и арт-рынок	Включает только создание произведений искусства	Входит в Vienna mapping studies, 2004	•	•	•		•	•	
<i>Publishing (books, press, journals)</i>	Издательское дело (книги, газеты, журналы)	•				•		•	•	
<i>Music industry</i>	Музыкальная индустрия	•	Входит в исполнительские искусства	•	•	•	•	•	•	•
<i>Software, computer games, multimedia</i>	Программное обеспечение, компьютерные игры, мультимедиа	•	•	•		•		•	•	•
<i>Advertising</i>	Реклама	•	•	•	•	•	•	•	•	•
<i>Cyber cafes, Internet access providers</i>	Интернет-кафе, доступ в интернет									
<i>Satellite services, network operators</i>	Спутниковая связь, мобильная связь									
<i>Photography retail</i>	Фотография									
<i>Drugs and medicine</i>	Лекарства и медицина									
<i>Wooden furniture and fixtures</i>	Деревянная мебель									
<i>Animation, Video effects (VFX), gaming, casinos</i>	Анимация, спецэффекты (VFX), игры, казино						•			
<i>Community and government activities (religious, cultural, education) / Public administration</i>	Правительственные и общественные организации (религиозные, культурные, образовательные) / Государственное управление								•	
<i>Research and development</i>	Исследования							•		
<i>Jewellery and related activities</i>	Ювелирное искусство и смежная деятельность									
<i>Education and training, consulting</i>	Образование, обучение, консалтинг		•						•	
<i>Cultural-educational activities</i>	Культурно-образовательная деятельность									
<i>Recreation, entertainment and other cultural activities</i>	Отдых, развлечения и другая культурная деятельность					•				
<i>Botanical gardens and zoos</i>	Ботанические сады и зоопарки					•			•	
<i>Discos, night clubs</i>	Дискотеки и ночные клубы									•
<i>Wine and food industry</i>	Винодельческая и пищевая промышленность									•
<i>Audio industry (manufacturing of radios and TV, retail trade of radio and TV equipment)</i>	Звуковая индустрия (производство радио, телевизоров, розничная торговля аппаратурой)		Входит в Vienna mapping studies, 2004						•	
<i>Sport industries</i>	Спорт					•			•	
<i>Interdisciplinary activities</i>	Междисциплинарная деятельность								•	
<i>Tourism</i>	Туризм					•			•	
<i>Toys/amusement</i>	Игрушки, развлечения								•	
<i>Other auxiliary activities</i>	Другие вспомогательные виды деятельности		•						•	

Приложение 1. Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира (Продолжение)

Сегменты	Страны	Китай, Гонконг	Латвия
	Официально принятая в стране терминология	Creative Industries	Creative industries
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
Creative industries	Creative industries	Creative industries / Creative sector / Cultural industries	Cultural industries	Culture sector and creative industries	Creative industries / Creative sector	Creative industries / Distribution industries
•	•	• / • / ○	•	•	•	• / ○
•	•	• / • / •	•	•	•	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				•	
	•					
•						
				•		
	•					
				•		

Приложение 1. Определения культурной индустрии и ее структуры в странах мира (Продолжение)

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

### Илл. 15. 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

### Илл. 16. Киноиндустрия

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

Источник: Фонд кино

### Илл. 17. Культурно-досуговые учреждения всех ведомств, включая Минкультуры России

Количество учреждений культурно-досугового типа	42 015
Количество культурно-массовых мероприятий	8 299 971
Количество культурно-массовых мероприятий на платной основе	2 404 990

Источник: ГИВЦ Минкультуры России

### Илл. 18. Парки культуры и отдыха

Количество парков культуры и отдыха	305
Количество концертных площадок и павильонов в парках	572
Количество культурно-массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятий в парках	73 826

Источник: ГИВЦ Минкультуры России

### Илл. 19. Зоопарки

Количество зоопарков	31
Количество индивидуальных посещений зоопарков, тыс. чел.	8 326,3
Количество экскурсионных посещений зоопарков, тыс. чел.	192,9
Количество лекций в зоопарках	6 944
Количество животных в зоопарках	81 695

Источник: ГИВЦ Минкультуры России

### Илл. 20. Музеи всех ведомств, включая Минкультуры России

Количество музеев и филиалов	2 742
Общий объем музейного фонда, ед.	89 197 020
Количество объектов культурного наследия	11 253
Количество индивидуальных посещений выставок и экспозиций, тыс. чел.	78 766,3
Количество экскурсионных посещений, тыс. чел.	38 644,9
Количество лекций в музеях	156 591
Количество массовых мероприятий в музеях	147 328
Количество выставок	78 952

Источник: ГИВЦ Минкультуры России

### Илл. 21. Телевидение

Доля населения Российской Федерации, имеющего возможность приема эфирных цифровых телеканалов, %	98,3
Среднее число телеканалов в городских домохозяйствах	64
Среднесуточное время телесмотрения (ЧЧ:ММ)	04:02

Источник: Роспечать

### Илл. 22. Книги

Количество названий книг и брошюр	117 359
Количество новых изданий	102 922
Совокупный тираж, млн экз.	471,5
Количество книжных издательств	5 775

Источник: Роспечать

**Илл. 23. Радио**

Количество радиостанций	767
Количество радиостанций с полностью собственным программированием	457

Источник: Роспечать

**Илл. 24. Бытовая электроника**

Продажа бытового оборудования, тыс. ед.:	59 301,2
– компьютеры (стационарные, переносимые, мониторы, принтеры)	8 055,8
– электроника для автомобиля (плееры, радиостанции, навигаторы, колонки). Не включены предустановленные заводские и дилерские устройства	1 632,9
– электроника для дома (акустические системы, домашние кинотеатры, системы Hi-Fi, видеопроекторы, ТВ-приставки)	6 751,0
– 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.	42 861,6

Источник: Euromonitor



Фото: shutterstock.com / rangizzz

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ОБЗОР НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ РФ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

Сфера культуры в РФ в настоящее время регулируется следующими нормативно-правовыми актами:

- Закон РФ от 09.10.1992 № 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре»,
- Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ,
- Федеральный закон от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»,
- Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»,
- Федеральный закон от 01.07.2017 № 156-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»,
- Федеральный закон от 01.05.2017 № 87-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»,
- Федеральный закон от 02.07.2013 № 187-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях»,
- Постановление Правительства РФ от 31.12.2009 № 1215 «О Федеральном фонде социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии»,
- Постановление Правительства РФ от 21.03.1994 № 218 «О минимальных ставках авторского вознаграждения за некоторые виды использования произведений литературы и искусства»,
- Постановление Правительства РФ от 25.03.1999 № 329 «О государственной поддержке театрального искусства в Российской Федерации»,
- Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации»,
- Приказ Министерства культуры РФ от 17.12.2008 № 257 «Об утверждении бланков строгой отчетности»,
- Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при

осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт»,

- Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях»,
- Федеральный закон от 06.01.1999 № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах»,
- Федеральный закон от 29.12.1994 № 78-ФЗ «О библиотечном деле»,
- Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»,
- Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»,
- Федеральный закон от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов»,
- Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»,
- и др.

Единого регулятора в отрасли не существует, отсутствуют также общая статистика и отчетность, координация регулирования и господдержки. Министерство культуры РФ отвечает за значительные сегменты – музейный, театральный, филармонический, кинематографический, но в то же время ответственность за самые массовые сегменты возложена на Минкомсвязь (СМИ, книги и интернет), Минпромторг (электроника, дизайн, народные промыслы) и другие ведомства. Ряд секторов (например, массовая зрелищная индустрия) вообще не имеют регуляторов и законов.

Взаимодействие государства, бизнес-структур и творческих работников в рамках сферы культуры не носит системного характера, крайне слаба роль отраслевых ассоциаций и профессиональных союзов. В результате творческие работники особенно остро ощущают неопределенность своего статуса, юридическую и социальную незащищенность. В настоящее время в кодах ОКВЭД отсутствуют такие виды деятельности, как создание музыки (работа композитора), пьес или сценариев (работа драматурга) и др. – соответственно, творческие работники не могут открыть ИП и вынуждены работать по притворным

договорам или за наличные, нарушая закон и серьезно усложняя защиту своих прав в будущем.

При этом Рабочая группа отметила значительные масштабы финансовой поддержки сферы культуры. Только по линии федеральных, региональных и местных органов культуры в 2017 г. ассигновано более 300 млрд руб.; общая сумма вместе с ассигнованиями по линиям Минсвязи, Минпромторга, Минобороны, МВД, других ведомств, а также субсидиями, капвложениями и др., может составить около 1 трлн руб. Несомненно, по этому показателю на душу населения Россия является мировым лидером.

Одна из важных проблем – недостаточная правовая определенность. Сфера культуры состоит из множества секторов, которые по своим основным характеристикам нередко принципиально отличаются друг от друга (к примеру, театр несопоставим с библиотекой или зоопарком), и попытки описания и регламентирования процессов в них с помощью унифицированной терминологии безуспешны.

В нормативной базе сферы культуры наблюдается как избыточное нормативное воздействие, так и, напротив, недостаточная проработанность отдельных аспектов. Особенно это заметно в массовых искусствах, играющих важнейшую роль в формировании национального сознания и идентичности.

В свое время практическое отсутствие регулирования некоторых отраслей отчасти стало благом – особенно для зрелищной индустрии и СМИ, показавших рекордные темпы развития. Однако сейчас становятся заметными и минусы этой «свободы» – все чаще наблюдаются случаи не просто нецивилизованных, но и откровенно мошеннических действий, процветает недобросовестная конкуренция, а обманутыми в результате оказываются граждане России. Это подрывает доверие к культурной отрасли в целом, снижает инвестиционную привлекательность, заметно мешает ее развитию.

**В нормативной базе сферы культуры наблюдается как избыточное нормативное воздействие, так и, напротив, недостаточная проработанность отдельных аспектов. Особенно это заметно в массовых искусствах, играющих важнейшую роль в формировании национального сознания и идентичности**

Терминология, аналитика и законодательная практика в сфере культуры зарождались в Российской империи XIX в., позднее они были переосмыслены и зафиксированы в законах СССР при Сталине в 30–50-е гг. XX в. Сейчас значительная часть понятий и подходов неприменимы – у большинства из них не указаны отличительные признаки, они во многом противоречивы, неполны и не соответствуют современному уровню развития массовой культуры и цифровой экономики. Для применения законов в этой ситуации ведомствам приходится либо издавать разъясняющие ведомственные акты и инструкции ограниченного действия, либо системно игнорировать законодательство. Это создает нездоровую среду в сфере культуры, нередко подталкивая руководителей организаций культуры и предпринимателей к нарушениям в хозяйственной деятельности, порождает препятствующие творческому процессу конфликты, отрицательно влияет на трудовые отношения, приводит к эксцессам и даже уголовным делам, имеющим значительный резонанс в обществе.

Рабочей группой рассмотрены следующие проблемные примеры:

- В 1992 г. в «Основы законодательства о культуре» включили ряд секторов творческой деятельности, но не включили позицию «организация досуга»; ее добавили лишь в 2004 г. Соответственно, 12 лет учреждения культуры проводили досуговые мероприятия незаконно.
- По Федеральному закону «О государственной поддержке кинематографии» видеоклипы, рекламные ролики, спортивные трансляции, выпуски новостей и др. определяются как «фильмы», соответственно, их показ в интернете без прокатного удостоверения незаконен. Однако это происходит постоянно и, конечно, не наказывается.
- Показ этих «фильмов» по ТВ без прокатного удостоверения также был незаконным до 2014 г., когда были приняты соответствующие поправки.

- Поправка в закон «О государственной поддержке кинематографии» даже после изменений, внесенных в результате общественного обсуждения, серьезно усложняет работу многих традиционных кинофестивалей и повлечет за собой закрытие некоторых из них.
- В ч. 4 Гражданского кодекса РФ «сложным объектом» 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 перечисленных терминов.
- В течение 2005–2013 гг. практически прекратила свое существование отечественная индустрия звукозаписи, еще в 2000 г. входившая в десятку крупнейших в мире. Из 200 рекорд-лейблов сейчас осталось около десяти, их совокупная выручка сократилась с 250 млн долл. до 600 тыс. долл., количество изданных записей и, соответственно, исполнителей – в 3–5 раз. Протекционистские меры для сохранения одной из важнейших культурных индустрий

страны не могли быть приняты при всем желании – с точки зрения закона эта отрасль вообще не существовала и за нее не отвечало ни одно ведомство.

#### Выводы Рабочей группы:

- действующее законодательство РФ в области культуры неполно, архаично, не соответствует ни реалиям современности, ни задаче стимулирования инвестиционной активности;
- как регулирование, так и коммерциализация творческой сферы сталкиваются с серьезными затруднениями;
- неэффективна в целом борьба с основными проблемами культурной отрасли – сокращением аудитории отечественной творческой продукции, падением доли российского искусства на внутреннем и международном рынке, интеллектуальным пиратством, спекуляцией билетами и др.;
- затруднено внедрение аналитики big data, актуальных технологий блокчейна и др.;
- многие сегменты сферы культуры все чаще регулируются не законами государства, а внутренними протоколами транснациональных корпораций.



Фото: shutterstock.com / stockphoto mania

## ПРИЛОЖЕНИЕ 4. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ЗАКОНА О КУЛЬТУРЕ

В 2017 г., на декабрьском заседании Совета по культуре Президент РФ Владимир Путин заявил:

«Вместе с тем проявились, конечно, и проблемы, корни которых, безусловно, в базовых подходах к вопросам культурного развития. И решать эти вопросы – задача принципиальной важности».

Рабочая группа отмечает, что традиционный («базовый») подход закреплён в значительном количестве законодательных и подзаконных актов, многочисленных ведомственных регламентах и инструкциях. При этом отсутствие определений в законе вынуждает государственные структуры составлять свои наборы дефиниций, связанных с понятием «культура» – их межведомственное согласование и координация на практике невозможны. Соответственно, значительное совершенствование системы будет сопряжено с серьёзными затруднениями и длительным периодом внедрения. Косвенно об этом свидетельствует тот факт, что за последние годы через Государственную думу дальше первого чтения не прошёл ни один значимый законопроект в сфере культуры, включая собственно проект Закона о культуре, подготовленный Минкультуры ещё семь лет назад.

Рабочей группой была подчеркнута необходимость закрепления в Законе границ сферы культуры, точных определений видов культурной деятельности, целей и методов государственной поддержки сферы культуры из бюджетов всех уровней. Именно Закон о культуре должен стать базой для разрешения назревших проблем отрасли – таких как нормативная неопределённость и противоречивость, неравномерность распределения культурных благ между столицами и регионами, невысокая эффективность государственной поддержки, юридическая и социальная незащищённость творческих организаций и работников, интеллектуальное пиратство, билетная спекуляция и др.

Важнейшей задачей Закона должно стать создание нормативной базы, которая позволит восстановить инвестиционную привлекательность отечественных культурных индустрий, вывести из тени и многократно увеличить обороты, привлечь ответственных

предпринимателей и эффективных менеджеров. Должна быть систематизирована практика субсидирования и применения льгот, определен особый порядок госзакупок у лиц, ведущих деятельность в сфере культуры. При этом вмешательство государства в творческий процесс должно быть сокращено до минимума.

Результатом внедрения нового Закона о культуре станет динамичное развитие творческих сил и инфраструктуры, рост аудитории отечественной творческой продукции, рост доли российского искусства на внутреннем и международном рынках. Именно такое «изменение базового подхода» обеспечит не только рост важнейшего сектора экономики, но и возвращение российской культуре былого уважения и авторитета как в стране, так и на мировой арене.

### ТЕРМИНЫ И КАТЕГОРИИ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ, НЕ РЕКОМЕНДУЕМЫЕ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В ОТРАСЛЕВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ

Рабочей группой составлен перечень терминов и категорий сферы культуры, не рекомендуемых для использования в современной нормативной базе сферы культуры в связи с отсутствием отличительных признаков:

#### 1. Неопределённые виды организаций, в частности:

- театр,
- цирк,
- филармония,
- концертная организация,
- концертный коллектив,
- концертный зал,
- и др.

#### 2. Неопределённые жанрово-стилистические дефиниции:

- театр,
- цирк,
- эстрада,
- классическое искусство,
- академическая музыка,
- популярная музыка,
- и др.

#### 3. Неопределённые виды мероприятий:

- спектакль,
- концерт,
- зрелищно-развлекательное мероприятие,
- театрално-зрелищное мероприятие,
- культурно-просветительное мероприятие,
- концертно-зрелищное мероприятие,
- и др.

#### 4. Субъективные оценки художественной значимости результатов интеллектуальной деятельности:

- серьёзное искусство,
- высшие достижения,
- лучшие образцы.

### ПОЛОЖЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ

Особое внимание Рабочая группа уделила анализу статуса и профессионального положения основных создателей ТРИД – авторов, исполнителей и других творческих работников. Изучены препятствия 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. Предложено также упорядочить профессиональные стандарты в сфере культуры.

### ДРУГИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ

В рамках подготовки Концепции Закона о культуре Рабочая группа предложила предусмотреть внесение изменений в следующие правоустанавливающие и иные акты:

- Налоговый кодекс РФ – оценка возможности использования исключительно определенных видов деятельности как основания для применения особых режимов и льгот – с отказом от использования в этих целях названий видов организаций и других неопределённых параметров, а также проработка возможности применения патентной системы налогообложения для творческих работников.
- ОКВЭД (в частности, включение в основной список творческих профессий певцов, композиторов, продюсеров, сценаристов, режиссеров сценических представлений и др.).
- Постановление Правительства РФ от 28.04.2007 № 252 «Об утверждении перечня профессий и должностей творческих работников...» (в частности, корректировка списка творческих должностей и их определения как рабочих и служащих).
- Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (в частности, введение особого порядка применения закона в культурной деятельности).



## ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ПРЕДЛОЖЕНИЯ К КОНЦЕПЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «О КУЛЬТУРЕ» (ПРОЕКТ)

### 1. Преамбула

1.1. В тексте Закона не используются понятия и категории, не имеющие определений, в частности:

- 1.1.1. Виды организаций.
- 1.1.2. Виды мероприятий.
- 1.1.3. Творческие стили и жанры.
- 1.1.4. Художественная ценность творческих результатов интеллектуальной деятельности (за исключением случаев, прямо предусмотренных законодательством).

1.2. Законом не допускается:

- 1.2.1. Избыточное регулирование.
- 1.2.2. Избирательное регулирование по признакам организационно-правовой формы, формы собственности, ведомственной принадлежности и др.

### 2. Сфера действия Закона

2.1. Закон регулирует деятельность органов федеральной, региональной и местной власти, а также юридических и физических лиц в сфере культуры, к которой в соответствии с традиционной практикой причисляются:

- 2.1.1. Творческая деятельность – создание, распространение, использование и сохранение произведений и других творческих результатов интеллектуальной деятельности, в том числе памятников истории и культуры.
- 2.1.2. Досуговая деятельность – организация досуга населения, не основанная на творческих результатах интеллектуальной деятельности.

2.2. Деятельностью в сфере культуры не является: общественная, политическая и религиозная деятельность, научно-техническая, изыскательская, изобретательская и рационализаторская деятельность, образование (за исключением

деятельности организаций сферы культуры), оказание бытовых услуг, проведение спортивных соревнований, работа предприятий общественного питания и торговли, организация азартных игр и др.

### 3. Закон определяет следующие результаты интеллектуальной деятельности как творческие:

- 3.1. Литературные произведения, включая:
  - 3.1.1. Прозаические и поэтические произведения.
  - 3.1.2. Произведения текстовой журналистики.
  - 3.1.3. Прикладные текстовые произведения (в т. ч. рекламные).
  - 3.1.4. Драматургические произведения.
  - 3.1.5. Сценарии для аудиовизуальных произведений.
- 3.2. Аудиовизуальные произведения, включая:
  - 3.2.1. Кинофильмы, телефильмы и сериалы.
  - 3.2.2. Аудиовизуальный медиаконтент, в т. ч. программы всех видов, создаваемые для использования на телеканалах и в других медиа, использующих потоковое видео.
- 3.3. Произведения изобразительного искусства, включая:
  - 3.3.1. Живопись.
  - 3.3.2. Скульптуру.
  - 3.3.3. Графику.
  - 3.3.4. Декоративно-прикладное искусство.
  - 3.3.5. Сценографию.
  - 3.3.6. Графические повествования, комиксы.
  - 3.3.7. Дизайн одежды и других товаров народного потребления.
  - 3.3.8. Промышленный дизайн.
  - 3.3.9. Рекламный дизайн.
  - 3.3.10. Web-дизайн, сетевой дизайн.
- 3.4. Произведения архитектуры (включая градостроительство, ландшафтный дизайн и садово-парковое искусство).

3.5. Музыкальные произведения (с текстом и без текста).

3.6. Фонограммы.

3.7. Исполнения произведений в ходе зрелищных мероприятий (концерты, спектакли, драма, комедия, опера, балет, цирк, куклы, акционизм, иные представления и шоу с участием исполнителей).

3.8. Произведения фотографического искусства.

3.9. Производные произведения, представляющие собой переработку другого произведения.

3.10. Составные произведения, представляющие собой по подбору или расположению материалов результаты творческого труда, в т. ч. созданные в рекламных целях.

3.11. Сообщения организаций эфирного и кабельного вещания.

3.12. Иные произведения и результаты интеллектуальной деятельности, творческий характер которых определен в порядке, установленном Правительством РФ (с обязательным учетом мнения населения и экспертных сообществ).

### 4. Закон определяет следующие направления деятельности в сфере культуры:

- 4.1. Творческая деятельность, включая:
  - 4.1.1. Создание произведений.
  - 4.1.2. Создание фонограмм.
  - 4.1.3. Кинопоказ.
  - 4.1.4. Формирование музейных фондов, экспертиза ценности произведений.
  - 4.1.5. Сохранение и обеспечение доступа к объектам истории, культуры и искусства, архивным и библиотечным фондам.
  - 4.1.6. Восстановление и реставрация произведений, памятников истории и культуры.
  - 4.1.7. Проведение зрелищных мероприятий с показом исполнений произведений.

4.1.8. Обеспечение доступа населения к зрелищным мероприятиям и экспозициям (включая все виды услуг по обеспечению населения билетами).

4.1.9. Распространение оригиналов и экземпляров произведений на физических носителях (издание, тиражирование), включая сопутствующие услуги.

4.1.10. Доведение произведений и других результатов интеллектуальной деятельности до всеобщего сведения с помощью технических средств, включая вещание в эфире, по кабелю или иными способами в радио- и телеформате, через аналоговые и цифровые сети, производство и реализацию оборудования, программного обеспечения, работу сетевых и операторских ресурсов и сервисов и др.

4.2. Организация досуга населения, включая:

- 4.2.1. Культурный туризм и экскурсии.
- 4.2.2. Проведение культурно-массовых мероприятий.
- 4.2.3. Клубную деятельность, секции и кружки по интересам.
- 4.2.4. Художественную самодеятельность.
- 4.2.5. Коллективные интеллектуальные игры.
- 4.2.6. Видеоигры.
- 4.2.7. Работу аттракционов и игровых площадок в общественных местах (парки, зоопарки).

4.3. Образование в сфере культуры.

**5. Закон определяет правовые основы самостоятельной деятельности творческих работников в качестве индивидуальных предпринимателей и самозанятых граждан, в т. ч. с применением патентной системы налогообложения.**

**6. Закон закрепляет принципы и практические основы функционирования института меценатства в РФ.**

**7. Закон определяет принципы особого порядка госзакупок у лиц, ведущих деятельность в сфере культуры.**

**8. Закон закрепляет цели и основные методы государственной поддержки сферы культуры.**

## БЛАГОДАРНОСТИ

*InterMedia* благодарит за ценные советы и информацию: Марину Андрейкину, Ивана Близнеца, Юлию Большакову, Вадима Бреева, Марину Георгиеву, Бориса Есенькина, Эрика Вальдеса-Мартинеса, Владимира Горностая, Вадима Далакишвили, Евгения Дукова, Татьяну Журбинскую, Олега Иванова, Анастасию Ильичеву, Алексея Карелова, Павла Каткова, Карину Кондрашову, Андрея Кричевского, Алексея Крузина, Алексея Мазура, Илью Сакмарова, Александра Самойлова, Анатолия Семенова, Екатерину Семенову, Александра Сухотина, 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](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_expression.shtml)  
(дата обращения: 07.09.2018)
2. **UNESCO и Цели устойчивого развития [Электронный ресурс] // UNESCO.**  
URL: <https://ru.unesco.org/sdgs>  
(дата обращения: 07.09.2018)
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](http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf)  
(дата обращения: 06.09.2018)
4. **Creative Industries [Электронный ресурс] // UNESCO.**  
URL: <http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-industries/>  
(дата обращения: 06.09.2018)
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: 07.09.2018)
6. **Creative Industries Mapping Documents 1998 [Электронный ресурс] // GOV.UK.**  
URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>  
(дата обращения: 07.09.2018)
7. **Media and entertainment spotlight [Электронный ресурс] // SelectUSA.**  
URL: <https://www.selectusa.gov/media-entertainment-industry-united-states>  
(дата обращения: 06.09.2018)
8. **UNESCO Culture for Development Indicators (CDIS) [Электронный ресурс] // UNESCO.**  
URL: <https://en.unesco.org/creativity/activities/cdis>  
(дата обращения: 06.09.2018)
9. **Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries [Электронный ресурс] // Cultural Science.**  
URL: <http://cultural-science.org/FeastPapers2008/StuartCunninghamBp.pdf>  
(дата обращения: 06.09.2018)
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: 06.09.2018)
11. **Newbiggin J. What is the creative economy? [Электронный ресурс] // British Council.**  
URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>  
(дата обращения: 06.09.2018)

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: 06.09.2018)
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: 12.09.2018)
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](https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf)  
(дата обращения: 12.09.2018)
15. **Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016–2021** [Электронный ресурс] // Cisco. 2017. 6 июня.  
URL: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.pdf>  
(дата обращения: 12.09.2018)
16. **Российская киноиндустрия – 2017** [Электронный ресурс] // Информационное агентство InterMedia.  
URL: <http://www.intermedia.ru/uploads/RK-2017.pdf>  
(дата обращения: 12.09.2018)
17. **Статистические данные по видам учреждений культуры, искусства и образования за 2017 год** [Электронный ресурс] // Сервер отраслевой статистики Минкультуры России.  
URL: <http://www.mkstat.ru/indicators/statdata2017/>  
(дата обращения: 12.09.2018)
18. **Рынок проектных работ: перезагрузка** [Электронный ресурс] // Маркетинговое агентство Simple Analytics.  
URL: <http://simple-analytics.com/simple-fresh/rynok-proektnyh-rabot/>  
(дата обращения: 12.09.2018)
19. **Статистические данные по субъектам РФ** [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму.  
URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2015-god/>  
(дата обращения: 12.09.2018)
20. **ШПД В2С – итоги 2016 года** [Электронный ресурс] // ТМТ Консалтинг.  
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2017/01/TMT-рейтинг-ШПД-2016.pdf>  
(дата обращения: 12.09.2018)
21. **Рынок ШПД В2С – 2017** [Электронный ресурс] // ТМТ Консалтинг.  
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2018/02/TMT-обзор-ШПД-2017.pdf>  
(дата обращения: 12.09.2018)
22. **Рынок платного ТВ – 2017** [Электронный ресурс] // ТМТ Консалтинг.  
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2018/02/TMT-обзор-Pay-TV-2017-преде1.pdf>  
(дата обращения: 12.09.2018)
23. **Рынок платного ТВ – 2016** [Электронный ресурс] // ТМТ Консалтинг.  
URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2017/01/TMT-обзор-Pay-TV-20161.pdf>  
(дата обращения: 12.09.2018)
24. **Экономика Рунета 2017** [Электронный ресурс] // Российская ассоциация электронных коммуникаций.  
URL: [http://raec.ru/upload/files/de-itogi\\_booklet.pdf](http://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf)  
(дата обращения: 12.09.2018)
25. **Объем рекламы в средствах ее распространения в 2017 году** [Электронный ресурс] // Ассоциация коммуникационных агентств России.  
URL: [http://www.akarussia.ru/knowledge/market\\_size/id8180](http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id8180)  
(дата обращения: 12.09.2018)
26. **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](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/atlas-rynka-legalnyh-videoservisov-rossii-2015-2021-gg-itogi-2017-goda-20180328050726)  
(дата обращения: 12.09.2018)
27. **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: 12.09.2018)
28. **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: 12.09.2018)
29. **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: 12.09.2018)
30. **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: 12.09.2018)
31. **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: 12.09.2018)
32. **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: 12.09.2018)



Фото: shutterstock.com / Teri Vesalainen

# КУЛЬТУРА И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В РФ

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 обложки и верстка блока: **Максим Гелета**  
Дизайн блока: **Ирина Рябинина** (ООО «Студия Снэзи»)

Фото: InterMedia, Shutterstock

Intermedia.online  
in@intermedia.online

Москва, 2018