



Национальный исследовательский университет
Высшая школа экономики



Центр развития

ИНДУСТРИЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ

2018 год

РЕЗЮМЕ.....	2
1 МИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ – ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ.....	7
2 РОССИЙСКАЯ ИНДУСТРИЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ	24
3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ В РОССИИ	82
4 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ В МИРЕ И РФ	93
ПРИЛОЖЕНИЕ	105

Автор: Седых И. А.

РЕЗЮМЕ

Одной из отличительных особенностей современного общества является опережающее развитие «экономики услуг» по сравнению с «экономикой производства товаров». При этом «экономика услуг» постепенно трансформируется в «экономику впечатлений». Ведущей сферой занятости населения – правда, преимущественно в развитых странах – становятся гуманитарные и технологичные отрасли, а промышленность постепенно отходит на второй план. Такие составляющие человеческой цивилизации, как научно-технические знания, видео- и аудиокommunikации, искусство, начинают играть определяющую роль в развитии общества.

В мире активно формируется рынок профессионального искусства, куда включена и рассматриваемая в данном отчете креативная индустрия – индустрия исполнительских искусств (вокальное, музыкально-инструментальное, танцевальное, театральное и цирковое искусства). Новый рынок начинает рассматриваться государствами как важный ресурс национальной экономики и приоритет стратегического развития общества. Разрабатываются и внедряются монетизирующие технологии (например, платные подписки, размещение рекламы, получение дохода только за счет продаж сопутствующих/эксклюзивных товаров и т.д.) непосредственно для креативного производства, которые позволяют извлекать экономическую выгоду от использования культурных и креативных продуктов, включая экспортные продажи.

Здесь стоит отметить, что, по мнению экспертов и самих участников индустрии, сфера исполнительских искусств является наиболее сложным объектом для внедрения управления, ориентированного на результат. Это обусловлено спецификой творческой и креативной деятельности, и, соответственно, креативного продукта, реализуемого профильными организациями. В частности, основной риск связан с высокой степенью зависимости от человеческого фактора.

По оценкам аналитической компании Ernst&Young и Международной конфедерации авторов и композиторов CISAC, объем глобального рынка исполнительских искусств (совокупный объем легализованных и нелегализованных продаж креативного контента в разных форматах и на разных носителях) в 2017 г. составил 144 млрд долл. Для сравнения в 2015 г. этот показатель был равен 136 млрд долл., то есть новый рынок увеличивался в среднем на 3% в год. При этом ключевым драйвером роста стало использование информационно-коммуникационных технологий для повышения зрелищности и уникальности контента, так как от степени эксклюзивности креативного продукта зависит потенциальный уровень его монетизации (цена на билеты, стоимость размещаемой рекламы и т.д.). Ожидается, что в ближайшем будущем слияние техногенной и креативной сред только усилится.

Ключевыми участниками глобальной креативной индустрии, исходя из специфики исполнительских искусств, являются различные театры (драматические, оперы и балета, театры кукол и т.д.), цирки, концертные организации, коллективы и сольные исполнители.

Крупнейшими театрами оперы и балета в мире являются La Scala (Италия), Grand Opera (Франция), Metropolitan Opera (США), Государственный академический Мариинский театр (Санкт-Петербург) и др. Ведущие репертуарные драматические театры – Comedie Francaise (Франция), Berliner Ensemble (Германия), Piccolo teatro (Италия), МХАТ им. Горького (Москва) и т.д. К числу знаменитых оркестров планеты относятся Нью-Йоркский, Венский и Филадельфийский

филармонические оркестры, Бостонский и (английский) Королевский симфонические оркестры. Среди цирков можно отметить Китайский государственный цирк, канадский частный Cirque du Soleil, Большой Московский государственный цирк и др.

Что касается Росстт, то индустрия исполнительских искусств не находится в упадке, а наоборот, постепенно развивается, несмотря на проблемы, связанные с финансированием. Здесь стоит отметить, что эта сфера является дотационной, большинство ее участников (государственные театры, цирки, концертные организации и коллективы) существуют за счет субсидий, выделяемых государством. Частный сектор (имеются в виду компании, не связанные со сферой искусства) слабо заинтересован во вложениях в креативный сектор. Это можно объяснить высокими «творческими» рисками и слабой прозрачностью креативной отрасли. Совершенствование регулирования (включая введение отраслевого закона «О культуре») и мониторинга сферы культуры (в настоящий момент полные данные по направлению отсутствуют) в целом потенциально могут повысить инвестиционную привлекательность дотационных компаний.

В отношении российского частного сектора в индустрии исполнительских искусств можно сказать, что он фактически находится в стадии зарождения (за исключением развитого сегмента концертов современной музыки). Однако большинств таких проектов максимально ориентированы на запросы аудитории, агрессивно минимизируют расходы, даже в ущерб художественному содержанию, но являются коммерчески успешными. Также источником дохода для подобных образований являются выступления на корпоративных и частных праздниках.

На данный момент количественная оценка сектора затруднена, поскольку, как уже говорилось, официальные данные не собираются, а аналитические компании проводят преимущественно узконаправленные исследования. Так, по оценкам аналитической компании InterMedia, оборот творческой индустрии в 2017 г. составил 123 млн руб., что на 14% больше уровня 2016 г. (107 млн руб.). Однако, в расчеты не было включено субсидирование госучреждений, кредитование, инвестирование, дотирование частных компаний от собственников и акционеров.

Таблица 1. Объем внебюджетных доходов государственных участников индустрии исполнительских искусств в 2017 г., млн руб.

Год	Внебюджетные доходы, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля внебюджетных доходов в общих поступлениях средств, %
Театры	28 119	2 734	32%
Концертные организации	7 016	602	23%
Цирки	5 182	919	74%
ВСЕГО	35 135	4 255	40%

Источник: Минкультуры России.

Ядром театральной отрасли в РФ являются бюджетные репертуарные театры разных жанров. Например, Государственный академический Мариинский театр, МХАТ им. М. Горького, Государственный академический театр им. Моссовета, Театр «Содружество актеров Таганки» и др. При этом государственные театры являются убыточными, несмотря на получаемые доходы, и развиваются за счет господдержки. В 2017 г. сумма дотаций составила 89 млрд руб., в 2016 г. – 81 млрд руб.

Частный сектор представлен антрепризами и многочисленными театральными труппами. Наиболее популярными и успешными коммерческими проектами являются «Арт Партнёр 21», театр «Квартет И» и др. Здесь стоит отметить, что многочисленность государственных театров (614 учреждений по итогам 2017 г.) – это не только особенность российского рынка. Во многих развитых странах можно наблюдать подобную ситуацию (например, в Германии).

При этом посещение большинства государственных театров остается доступным видом развлечения. По данным Минкультуры России, средняя стоимость билетов на мероприятие составляет примерно 700 руб., однако есть спектакли, цена билетов на которые не превышает 300 руб. Возможно благодаря этому фактору, а также программам популяризации театров в РФ, постепенно растет посещаемость этих учреждений культуры.

В отношении гастрольной деятельности можно сказать, что ее активизации существенно способствовала государственная программа «Большие гастроли». Театры с гастрольями выезжают как в страны ближнего, так и дальнего зарубежья. При этом, согласно зарубежной прессе, русский драматический театр и балет пользуются большим успехом у местной публики. Также сегодня широко распространены постановки с международными участниками и совместные проекты с национальными театрами других стран (в этом случае Минкультуры России также выделяет часть средств на постановку).

Также растет уровень технологичности отечественной театральной индустрии, появляются постановки с использованием последних достижений техники (голограммы, телетрансляции и т.д.), которые отличаются высоким уровнем зрелищности.

В ближайшей перспективе в театральной индустрии ситуация кардинальным образом не изменится. Однако могут сформироваться существенные источники доходов за счет оказания сопутствующих услуг и продажи товаров (экскурсий, профильной полиграфической продукции, продуктов питания и т.д.). Здесь скрыты широкие возможности для получения дополнительной прибыли, так как сегодняшняя зрительская аудитория настроена на получение «максимальных впечатлений».

Для популяризации театров активно проводятся различные фестивали и конкурсы. В 2019 г. в этих целях будет проводится «Год Театра».

Креативная подотрасль, связанная с организацией и проведением концертов, в РФ представлена государственным и независимым сегментами. На «попечении» государства находится преимущественно академическая музыка: профильные концертные организации и коллективы (например, Северо-Кавказская государственная филармония им. В. Сафонова, Санкт-Петербургский Дом Музыки и др.). Благодаря государству происходит развитие концертной инфраструктуры и популяризация классической музыки на территории страны. Объем субсидирования в 2017 г. составил 31,2 млрд руб., что на 16% больше по сравнению с 2016 г. Государственные концертные организации, как и театры, являются убыточными.

В 2017 г. была отмечена рекордная посещаемость государственных концертных организаций, что, вероятно, связано с относительной доступностью билетов на такие культурные мероприятия (в среднем 330 руб.). Также этому могло способствовать включение в репертуар оркестров «популярных» композиций (музыки из кинофильмов, народных произведений и т.д.), реализация госпроекта «Виртуальный концертный зал».

Развитию гастрольной деятельности государственных концертных организаций и коллективов на территории РФ способствовала федеральная программа «Всероссийские филармонические сезоны». Что касается зарубежных гастролей, то участники, согласно информации самих учреждений, выступают на различных зарубежных площадках (например, Австрии, Великобритании, Германии и др.).

В целях популяризации преимущественно академической музыки в стране реализуется ряд федеральных и региональных проектов.

Однако проведение концертов является основным видом дохода для российских артистов и авторов музыки и песен, несмотря на активный рост продаж цифровой музыки. По данным РwC и с учетом пересчета показателя по средневзвешенному годовому курсу ЦБ РФ, в 2017 г. объем рынка живой музыки составил 28,6 млрд руб. (в 2016 г. – 32,7 млрд руб.). В ближайшей перспективе, по оценкам РwC, ожидается слабый, но рост на 2% в год до 38,3 млрд руб. в 2021 г.

Ухудшение экономических условий в 2014 г. негативно сказалось на секторе, так как население начало экономить на развлечениях (по данным билетных операторов, средняя стоимость посещения концерта в 2017 г. – 1000–1500 руб.). Однако стабилизация национальной валюты в 2016 г. позволила возобновить концертную деятельность в 2017 г., включая проведение концертов как отечественных, так и западных исполнителей (по оценкам билетных операторов, в год проводится 100–150 подобных мероприятий). При этом размеры гонораров звезд первого эшелона (Ф. Киркоров, Г. Лепс и др.), согласно заявлениям компаний-промоутеров, не уменьшились, так как изначально выставлялись в валюте. Экономический кризис повлиял на доходы исполнителей средней ценовой категории, так как расчеты происходили преимущественно в рублях. Здесь следует отметить, что значимым источником дохода для артистов являются выступления на муниципальных и корпоративных праздниках.

В отношении концертной инфраструктуры для проведения концертов современной музыки, можно сказать, что кризис также произвел своеобразную рокировку. Стали востребованы площадки маленькой и средней вместимости (от 500 до 1500 человек). По прогнозам экспертов, в будущем возможен дефицит таких форматов.

Цирки – единственный государственный сегмент индустрии исполнительских искусств, который может и должен выйти на самоокупаемость к 2020 г. (сумма дотаций в 2017 г. – 69,9 млрд руб.). В настоящий момент при поддержке государства происходит реконструкция зданий госцирков в регионах, совершенствуется материально-техническая база. При этом бренд российского цирка известен на мировом рынке и пользуется популярностью. Российские цирки активно гастрوليруют как в пределах РФ, так и за рубежом.

Несмотря на то что, согласно экспертным оценкам, сегодня посещение цирковых выступлений доступно всего лишь для 15–20% российского населения, объем кассовых сборов постепенно растет. Основная причина такой ситуации – достаточно высокая цена билета (по данным ФКП «Росгорцирк», средняя цена билета – 1094 руб. в 2017 г.).

Что касается частных цирков, то этот сегмент в РФ развит слабо. Игроки, которые в своем названии указывают слово «цирк», предлагают, по факту, шоу с цирковыми элементами. Однако такая продукция востребована у зрителей.

Что касается каналов продаж, то все участники индустрии исполнительских искусств активно развивают дистанционные продажи (собственные официальные сайты, мини-сайты, сайты билетных операторов). Однако речь о закрытии физических касс не идет, так как этот формат остается популярным в регионах. Здесь стоит отметить особую роль билетных операторов, которые активно работают в направлении упрощения оплаты и доставки билетов зрителям.

Интересным моментом является то, что участники данной креативной индустрии (сольные исполнители, артисты, организации и т.д.) могут получать доходы также от рекламы и авторских отчислений. Такой способ монетизации контента и бренда артиста очень популярен на развитых рынках, особенно в США. Однако в РФ он также постепенно развивается. Этому способствует совершенствование законодательства в области авторских прав.

Резюмируя, можно сказать, что российская индустрия исполнительских искусств развивается в русле мировых тенденций. «Высокое искусство» остается под патронажем государства, массовые проекты более коммерциализированы. Отдельные направления потенциально смогут занять особое место в национальной экономике и стать качественным источником доходов.

1 МИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ – ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

В современном мире *креативный сектор*¹, включая такие направления, как исполнительские искусства, музыка, кино, архитектура и др., является одной из наиболее динамичных сфер национальных экономик, например, таких стран, как Великобритания, США, Китай. Однако креативные индустрии могут пересекаться с другими отраслями экономики. Так, например, индустрия развлечений тесно переплетается с сегментом *исполнительских искусств* (предмет данного исследования), под которыми понимается диверсифицированный комплекс творческих направлений (подсегментов индустрии): вокальное искусство, музыкально-инструментальное искусство, танцевальное искусство, театральное и цирковое искусства.

Что касается рынка, то в настоящем исследовании рассмотрен профильный рынок – продуктов и услуг организаций исполнительских искусств. При этом под креативными продуктами понимается само исполнение уже созданного контента (например, цирковое шоу, театральная постановка, вокальное выступление и т.д.) В целом необходимо отметить, что в случае с исполнительскими искусствами очень многое зависит от таланта исполнителя, хотя здесь немаловажную роль играет и размер инвестиций в творческий проект.

1.1 Влияние категории впечатлений на современную экономику

В настоящий момент, согласно мнению ряда зарубежных экспертов, происходит формирование принципиально новой рыночной реальности – *экономики впечатлений*. «Эмоциональная» экономическая система ориентирована на ощущение и восприятие потребителя, его воспоминания, переживания, создание уникального опыта и эмоциональной связи с продуктом/услугой.

При этом в процессе трансформации экономики происходит изменение восприятия потребительской ценности. Впечатления постепенно становятся самостоятельным и рентабельным продуктом. По мнению американских исследователей Джозефа Пайна (B. Joseph Pine II) и Джеймса Гилмора (James H. Gilmore), «впечатления – это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров» (см. табл. 2). В цепочке «сырье – товар – услуга – впечатление» доля добавленной стоимости все больше смещается именно на звено «впечатление».

¹ *Креативный сектор, креативные индустрии* – это направления, исходящие из индивидуального творчества, навыков и талантов и имеющие потенциал к формированию благосостояния и создания рабочих мест через генерирование и использование интеллектуальной собственности.

Таблица 2. Виды ключевых экономических категорий и их различия

Экономическое предложение	Сырье	Товары	Услуги	Впечатления
Тип экономики	Аграрная экономика	Индустриальная экономика	Сервисная экономика	Экономика впечатлений
Экономическая задача	Добыча ресурсов	Производство товаров	Оказание услуг	Представление
Суть предложения	Равноценное	Материальное	Нематериальное	Запоминающиеся впечатления
Главное качество	Природное	Стандартизированное	Персонализированное	Личное
Характер поставок	На развес	По описи	По требованию	Появляется со временем
Поставщик	Торговец	Производитель	Сервисная организация	Постановщик
Потребитель	Рынок	Пользователь	Клиент	Гость
Фактор спроса	Свойства	Особенности	Преимущества	Ощущения

Источник: Джозеф Б. Пайн и Джеймс Гилмор. Экономика впечатлений. 2005.

По мнению экономистов, в доиндустриальный период основная добавленная стоимость генерировалась в производстве сырья. По мере изменения в индустриальной экономике центр создания добавленной стоимости перемещается в производство готовых товаров. Позже происходит миграция в сторону услуг и впечатлений. Существование в современном мире стран с сырьевой экономикой не противоречит этой тенденции, а свидетельствует о потенциальных проблемах этих государств.

Постепенно именно эмоциональная составляющая становится определяющей в принятии решений потребителями. Компании разного профиля стремятся завоевать лояльность аудитории и тем самым увеличить объем продаж через влияние на восприятие и воздействие на эмоции потребителей. Здесь ключевую роль играет такой эффективный инструмент повышения потребительской ценности и лояльности аудитории, как массовая персонализация.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗНЫХ ФОРМАТОВ МАССОВОЙ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ КОМПАНИЯМИ РАЗЛИЧНОГО ПРОФИЛЯ

- **Обращение покупателей в проповедников бренда.** Сотрудники Apple Store получают инструкции «обогащать жизни покупателей и делать то, что лично они считают правильным в той или иной ситуации». Apple несет свою философию в массы, используя живых людей, а не рекламные сообщения.
- **Выделение дополнительных средств для непредвиденных ситуаций.** У каждого сотрудника международной сети отелей Ritz Carlton (США), работающего с клиентами, есть право потратить 2 000 долл. в день на одного гостя, чтобы удовлетворить его запрос или исправить ошибку отеля. Например, сделать комплимент от отеля в случае долгого ожидания.
- **Человечность важнее политики компании.** Сеть супермаркетов Wegmans Food Markets (США) предоставляет своим сотрудникам возможность самостоятельно принимать решения, которые могут улучшить их работу и пойти на благо клиентов и компании. Допускается даже нарушение действующей политики, если оно эффективно.

Несмотря на интерес к интеграции категории эмоции в бизнес со стороны производителей и торгово-сервисных предприятий, впечатления все же являются ядром именно индустрии развлечений (куда, согласно разным трактовкам, входит киноиндустрия, *индустрия исполнительских искусств*, книгоиздательство, ТВ и радио, игровая индустрия, медиа, спортивно-зрелищное направление и др.), они сопровождают процесс развлечения или являются его непосредственным результатом. Спектр доступных сегодня развлечений достаточно широк (от развлекательных медиа-ресурсов до массовых организованных зрелищ) и является отражением современной культуры и технического прогресса.

1.2 Обзор ситуации в мировой индустрии развлечений – ключевом компоненте экономики впечатлений

Сегодня, согласно большинству существующих трактовок, под *индустрией развлечений* понимается комплексная быстро эволюционирующая система, состоящая из предприятий (и предпринимателей), предоставляющих все необходимое для потребления в процессе развлечения и достаточные для осуществления собственно процесса развлечения соответствующие товары и услуги.

Среди современных тенденций в секторе развлечений, согласно мнению ряда экспертов и участников рынка, можно выделить четыре ключевых направления развития:

- **Укрупнение объектов индустрии развлечений.** В настоящий момент все большую популярность в мире приобретает формат мегакомплексов и географических зон (тематических парков и т.д.), где представлен широкий спектр развлечений практически из всех сегментов индустрии (выставки, концерты, шоу, модные показы и т.д.).
- **Интеграция развлечений в другие виды деятельности.** В настоящий момент происходит интеграция развлекательного компонента в другие сферы, ранее не связанные с развлечениями (преимущественно это осуществляется в целях продвижения основного продукта/услуги). В частности, происходит сращивание развлечений с ритейлом, образованием, спортом, банкингом, индустрией здоровья и красоты.

ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В РАЗНЫЕ БИЗНЕС-НАПРАВЛЕНИЯ

Проведение одновременно развлекательных и спортивных мероприятий для усиления общего впечатления. Так, в 2011 г. ТВ-трансляция матча за Суперкубок США по американскому футболу побил все рекорды по числу зрителей среди всех программ в истории американского ТВ (около 111 млн зрителей). Это произошло благодаря включению в мероприятие выступления известных музыкальных исполнителей: Кита Урбана (Keith Urban) и Кристины Агилеры (Christina Aguilera), групп Black Eyed Peas и Maroon 5. Кроме того, очередная серия популярного телесериала Glee, показанная после матча, позволила собрать у экранов почти 27 млн телезрителей (в два раза больше, чем обычно).

Реалистичные банковские зоны для обучения детей азам финансовой грамотности в игровой форме. В 2015 г. в РФ открылись тематические банковские зоны в интерактивных детских городках «Кидбург» (проект Альфа-банка) и «Кидзания» (проект ВТБ). Игровая инфраструктура максимально приближена к реальности (банковское отделение с соответствующим

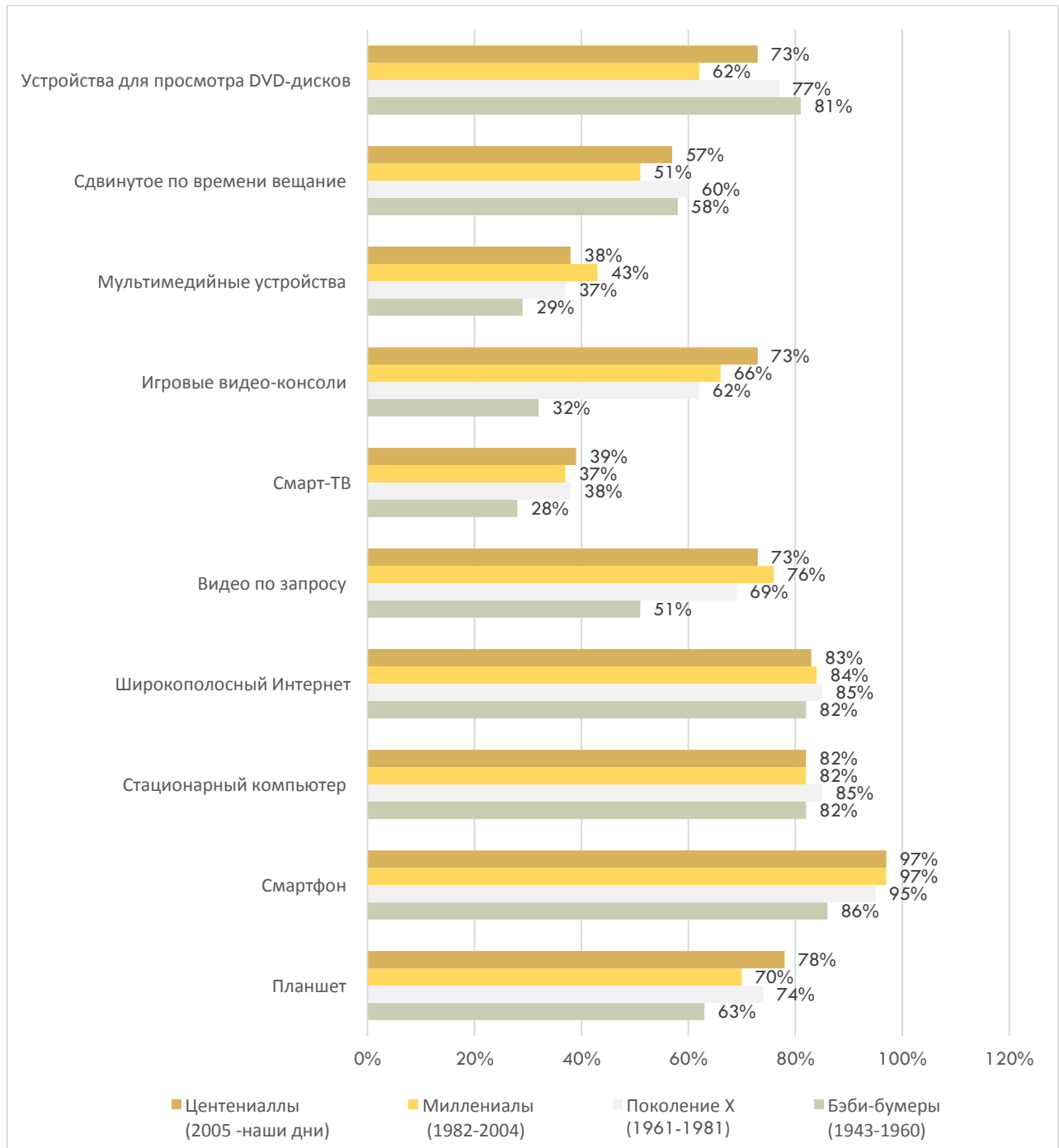
оборудованием, инкассаторская машина и т.д.). Дети выполняют все необходимые банковские операции и взаимодействие с клиентами самостоятельно (родители не допускаются).

Геймефицированное продвижение национальной армии. В 2017 г. вербовочная кампания для Сил обороны Ирландии была замаскирована под видеоигру в жанре шутер («стрелялка»). Тизер² с подписью «Новый рассвет: играй понарошку или по-настоящему» (A New Dawn: Play the Game or Play for Real) привлек массовое внимание ирландских геймеров. В игре можно протестировать навыки, мужество и решительность и определить, может ли геймер вступить в настоящие войска. В игре используется аватар реального солдата, чтобы позволить игроку полностью ощутить себя на его месте. Цель кампании – донести до молодежи, чем занимается армия, и привлечь новые кадры.

- **Тематизация объектов индустрии развлечений** для активного привлечения аудитории и отстраивания от конкурентов. Игроками осуществляется выбор единой концепции для развлекательного проекта (например, тематические парки Disneyland и Port Aventura).
- **Виртуализация индустрии развлечений.** Стремительное развитие в мире Интернет-технологий, а также смена поколений потребителей заставляет участников индустрии проводить активную цифровизацию развлекательных процессов. Так, согласно теории поколений³, на место поколения X постепенно приходит поколение миллениалов и центениаллов, которые выросли в окружении цифровых технологий. Согласно результатам исследований ряда аналитических компаний, эти возрастные категории полностью ориентированы на цифровой контент (см. рис. 1).

² Тизер – рекламное сообщение, построенное как загадка, которое содержит часть информации о продукте/услуге, но при этом сам товар не демонстрируется.

³ Теория поколений, которая рассматривает историю США как последовательность поколенческих биографий, была разработана американскими исследователями Уильямом Штраусом (William Strauss) и Нилом Хоувом (Neil Howe). Несмотря на то что изначально теория поколений была направлена на изучение только англо-американской истории, она получила широкое распространение во многих странах мира, в том числе и в России.

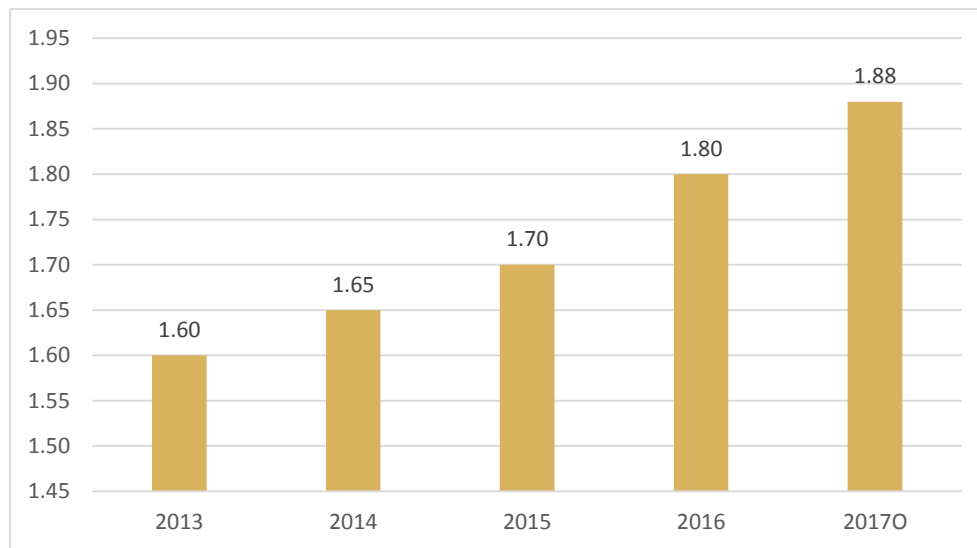


Источник: на основе данных Nielsen.

Рис. 1. Пользование технологиями представителями разных поколений для просмотра развлекательного и медийного контента, I кв. 2017 г.

Необходимо подчеркнуть, что вышеперечисленные тенденции, в большей или меньшей степени, актуальны для всех сегментов индустрии развлечений.

В настоящий момент мировая индустрия развлечений активно развивается и является значимой частью экономики ряда стран (например, США). Что касается количественных оценок нетрадиционного рынка⁴, то, по данным PricewaterhouseCoopers (PwC), объем мирового рынка развлечений и медиа в 2016 г. составил 1,8 трлн. долл. США, что почти на 6% больше по сравнению с 2015 г. По предварительным оценкам, объем рынка в 2017 г. составил около 1,9 трлн. долл. США (см. рис. 2).



Источник: на основе данных PwC и Delloite.

Рис. 2. Динамика мирового рынка развлечений и СМИ, 2013–2017 гг., трлн долл.

По версии PwC, в ТОП5 мировых рынков развлечений входят США, Китай, Япония, Германия и Великобритания (см. табл. 3). РФ считается достаточно динамичным рынком (рыночная доля – около 1% по итогам 2016 г.) и занимает 16-ю позицию в рейтинге, опередив ряд развитых европейских и быстроразвивающихся стран.

Стоит подчеркнуть, что развитие индустрии развлечений и СМИ в разных регионах мира неоднородно и обусловлено такими факторами, как демография, структура потребления, выбор локального или глобального контента, а также используемые игроками бизнес-модели.

⁴ Под объемом рынка развлечений подразумевается преимущественно объем продаж продуктов и услуг развлекательного характера.

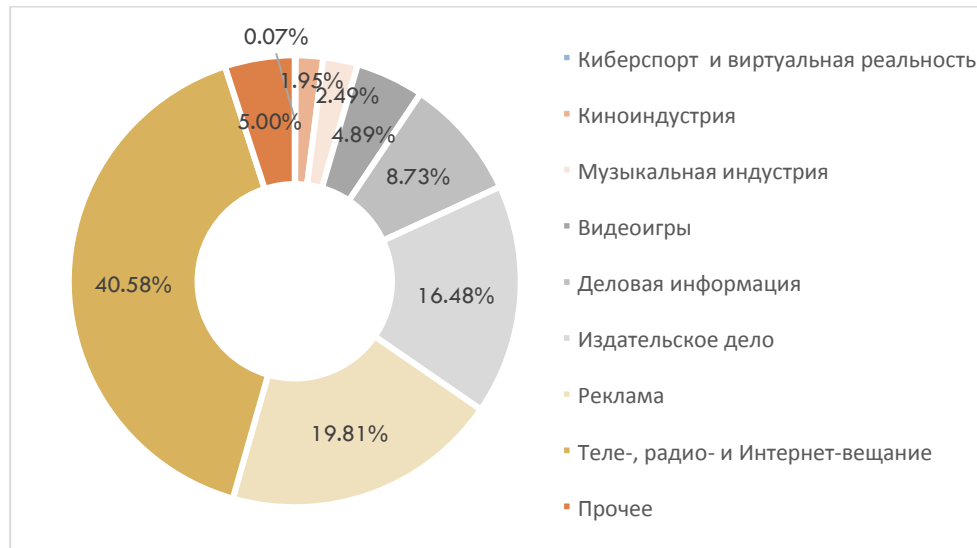
Таблица 3. ТОП20 страновых рынков развлечений и медиа

№	Страны	Выручка, млн долл. в 2015 г.	Выручка, млн долл. в 2016 г.	Изменение, г/г, %
1	США	645 764	670 575	+3,7%
2	Китай	195 961	213 698	+8,3%
3	Япония	166 437	169 488	+1,8%
4	Германия	98 360	99 153	+1,8%
5	Великобритания	84 433	87 044	+3,0%
6	Франция	65 929	67 550	+2,4%
7	Южная Корея	50 172	52 262	+4,0%
8	Канада	41 785	42 989	+2,8%
9	Бразилия	34 086	35 767	+4,7%
10	Италия	34 380	35 737	+3,8%
11	Австралия	31 983	33 246	+3,8%
12	Индия	24 778	27 728	+10,6%
13	Испания	26 177	27 126	+3,5%
14	Мексика	18 931	19 865	+4,7%
15	Нидерланды	17 289	17 751	+2,6%
16	Россия	15 852	17 082	+7,2%
17	Швейцария	16 400	16 752	+2,1%
18	Тайвань	14 187	14 747	+3,8%
19	Швеция	13 891	14 306	+2,9%
20	Индонезия	12 727	14 079	+9,6%

Источник: на основе данных PWC.

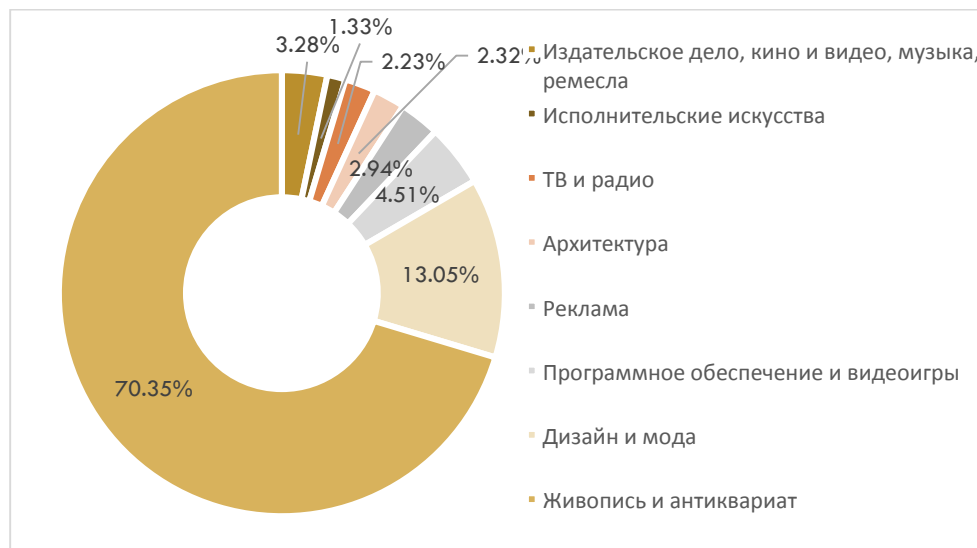
Разнообразие существующих направлений в индустрии развлечений и постоянное расширение этого спектра за счет новых технологий является существенным преимуществом сектора, но в то же время затрудняет проведение оценок. Сегодня в мировой практике принято выделять несколько крупных сегментов: киноиндустрия, музыкальная индустрия, издание журналов и газет, книгоиздание, видеоигры и виртуальные направления, реклама, радио и ТВ. По причине своей специфики индустрия развлечений тесно переплетается с креативным сектором⁵, являющимся, согласно экспертным оценкам, одной из наиболее динамичных сфер постиндустриальной экономики. Однако полного совпадения не происходит, например, в креативный сектор входит такое направление, как архитектура или разработка ПО (см. рис. 3 и 4). Тем не менее, как правило, в основе развлекательных услуг/продукции лежит креативный контент.

⁵ В настоящий момент полного согласия между экспертами, какие творческие направления относить к креативным индустриям, нет. В данном исследовании используется преимущественно «британская модель», которая включает в себя рекламу, архитектуру, ремесла, дизайн, кино и видео, музыку, исполнительские искусства, издательское дело, живопись и антиквариат, программное обеспечение, ТВ и радио, видео- и компьютерные игры. Также выделяют «символическую модель», «модель кругов», модель охраны авторских прав Всемирной организации интеллектуальной собственности, модель Института статистики ЮНЕСКО.



Источник: на основе данных PwC.

Рис. 3. Сегментация индустрии развлечений на основе генерируемых доходов (без учета туризма и спорта), в %



Источник: на основе данных PwC, ЮНКТАД (UNCTAD), CISAC, World Bank.

Рис. 4. Сегментация индустрии развлечений на основе генерируемых доходов, в %

Кроме того, индустрия развлечений ориентирована полностью на получение прибыли. В случае с креативными направлениями, наряду с генерацией доходов также создаются нематериальные ценности, которые нельзя оценить в денежном эквиваленте и которые вносят ощутимый вклад в социальное и культурное развитие современного общества.

Что касается участников индустрии развлечений, то в связи с высокой вариативностью сегментов сектора, компаний (международных и локальных), предлагающих потребителям услуги разного рода развлечений, насчитывается в мире огромное множество. Однако наиболее крупными

игроками являются преимущественно американские компании, что объясняется наибольшей развитостью рынков развлечений (см. табл. 4).

Таблица 4. Крупнейшие компании в сфере индустрии развлечений в мире

ТОП5 кинокомпаний	ТОП крупнейших книгоиздательств	ТОП 5 компаний–разработчиков компьютерных игр	ТОП3 звукозаписывающих компаний ⁶
Warner Bros. (США)	Pearson (Великобритания)	RockStar Games (США)	Universal Music Group International (США)
Walt Disney (США)	ThomsonReuters (США)	Ubisoft (Франция)	Sony BMG Music Entertainment (Япония-США)
NBC Universal (США)	RELX Group (Reed Elsevier) (Великобритания/Нидерланды/США)	Electronic Arts (США)	Warner Music Group (США)
XXI Century Fox (США)	Wolters Kluwer (Нидерланды)	Blizzard (США)	-
Sony Pictures (США)	Penguin Random House (Германия)	Nintendo (Япония)	-

Источник: на основе отраслевых порталов.

В заключении необходимо сказать, что индустрия развлечений – один из важнейших компонентов развития современной цивилизации, которая, по мнению экономистов, наряду с образованием и спортом, способна существенно влиять на состояние общества.

1.3 «Эмоциональная» креативная индустрия – индустрия исполнительских искусств

В настоящем исследовании будет подробно рассмотрена индустрия исполнительских искусств, а также профильный рынок – рынок продуктов и услуг организаций исполнительских искусств.

1.3.1 Понятие и сущность исполнительских искусств

Сегодня под исполнительскими искусствами понимается «вторичная» художественно-творческая деятельность на основе уже готового «первичного» материала – художественных произведений, созданных композиторами, хореографами, драматургами и др. При этом, согласно сложившейся в сфере искусств таксономии, к исполнительским искусствам относятся следующие направления: вокальное искусство, музыкально-инструментальное искусство, танцевальное искусство, театральное и цирковое искусства. Подобное разделение соответствует и упрощенной сегментации данного арт-рынка.

Исходя из практики ЮНКТАД (UNCTAD) и известных международных аналитических компаний, под рынком продуктов и услуг организаций исполнительских искусств понимается совокупный объем легализованных и нелегализованных продаж креативного контента в разных форматах и на разных носителях. Более подробно профильный рынок будет описан ниже.

⁶ Эти три крупнейшие звукозаписывающие компании занимают около 80% мирового рынка звукозаписи, по данным аналитических агентств. Остальные 20% – это независимые звукозаписывающие компании, как правило, небольшого размера.

Что касается ключевых участников данной креативной индустрии, то, в соответствии со сложившейся традиционной культурной инфраструктурой в мире, к организациям исполнительских искусств относят прежде всего театры, концертные организации и коллективы, а также цирки (см. табл. 5). При этом для этого вида деятельности характерна концентрация организаций исполнительских искусств в крупнейших городских агломерациях, которые могут достаточно жестко конкурировать между собой.

Таблица 5. Ключевые организации исполнительских искусств в мире, 2015–2016 гг.

ТОП10 театров мира	ТОП10 цирков мира	ТОП10 исполнителей
Театр Ла Скала (Италия)	Цирк Дю Солей (Канада)	Элвис Пресли (США)
Сиднейский оперный театр (Австралия)	Китайский государственный цирк (Китай)	The Beatles (Великобритания)
Государственный академический Большой театр (Россия)	Цирк братьев Ринглинг и Барнум и Бейли (США) ⁷	The Rolling Stones (Великобритания)
Венская государственная опера (Австрия)	Шанхайский цирк (Китай)	Боб Дилан (США)
Дворец Каталонской Музыки (Испания)	Большой Московский цирк (РФ)	Дэвид Боуи (Великобритания)
Королевский оперный театр Ковент-Гарден (Великобритания)	Цирк «ОЗ» (Австралия)	Queen (Великобритания)
Театр Ле Селестен (Франция)	Circus (США) ⁸	Майкл Джексон (США)
Музыкальный театр Метрополитен-опера (США)	Цирк «Большое яблоко» (США)	Мадонна (США)
Одеон Герода Аттика (Греция)	Gemini Circus (Индия)	Aerosmith (США)
Театр Чикаго (США)	Цирк Джима Роуза (США) ⁹	Эминем (США)

Источник: на основе отраслевых порталов.

Особенностью «вторичного» формата услуг исполнительских организаций является уникальность каждого воспроизведения (выступления музыкальной группы, показа спектакля, шоу и т.д.), которое, по мнению профильных экспертов, может считаться самостоятельным, новым, созданным в единственном экземпляре произведением искусства (например, концерт пианиста-виртуоза, моноспектакль талантливого актера и др.). От степени уникальности исполнительского контента зависит потенциальный уровень его монетизации (цена на билеты, стоимость размещаемой рекламы и т.д.).

⁷ Был закрыт в мае 2017 г. Одна из ключевых причин роспуска – давление со стороны общественности, связанное с участием животных в цирковых номерах.

⁸ Circus Circus – это отель-казино в Лас-Вегасе (США) и один из крупнейших развлекательных комплексов. Главной темой и приманкой для туристов является цирк (проводятся бесплатные представления).

⁹ Цирк Джима Роуза запрещен в некоторых странах мира по причине излишней жестокости представлений (например, в Новой Зеландии).

РЕЮНИОН-КОНЦЕРТ РОК-ГРУППЫ LED ZEPPELIN

В 2007 г. в Лондоне на стадионе «O2 Arena» прошел концерт британской рок-группы Led Zeppelin, признанной одной из самых успешных, новаторских и влиятельных в современной музыкальной истории. Трое ее бывших участников – Джон Пол Джонс (John Paul Jones), Роберт Плант (Robert Plant), Джимми Пейдж (Jimmy Page), а также Джейсон Бонэм (Jason Bonham), сын покойного барабанщика Джона Бонэма (John Bonham), объединились для единственного концерта, посвященного памяти основателя американской звукозаписывающей компании «Atlantic Records» Ахмета Эртегуна (Ahmet Ertegun). Выступление заслужило самые высокие оценки музыкальных критиков.

На концерт смогли попасть только 18 тыс. зрителей из 20 млн, подавших заявки через Интернет, включая многих известных современных музыкантов. При этом средняя номинальная стоимость билетов равнялась 250 фунтов стерлингов, однако фактически билеты на концерт стоили гораздо больше (до 5 тыс. фунтов стерлингов) благодаря активной деятельности перекупщиков.

В 2012 г. Led Zeppelin выпустила видеозапись уникального реюнион-концерта 2007 г. в формате кинофильма под названием Celebration Day. Фильм вышел на 1500 экранах в 40 странах мира, включая РФ. Также видеозапись на разных носителях поступила в продажу.

Необходимо отметить, что в случае с исполнительскими искусствами, очень многое зависит от таланта самого исполнителя, хотя здесь немаловажную роль играет размер инвестиций и качество продвижения. Известных исполнителей разных жанров часто включают в рейтинги самых влиятельных людей в мире (например, соответствующий рейтинг американского журнала Time).

1.3.2 Анализ макросреды индустрии исполнительских искусств

Ключевые факторы, касающиеся развития глобального сектора исполнительских искусств, представлены в формате STEP-анализа (см. табл. 6).

Таблица 6. STEP-анализ мирового сектора исполнительских искусств

СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ (Social)	ИСПОЛНИТЕЛИ: - Развитие моделей неполной занятости. Здесь подразумевается популярность срочных контрактов в исполнительской среде, возможность участия исполнителя в разных проектах (включая не креативные направления), влияние фактора сезонности и т.д.; - Фокус на самозанятость в исполнительском арт-сегменте (рост малых и микро-предприятий). Желание и возможность (благодаря в том числе Интернет-технологиям) исполнителей развивать самостоятельные креативные проекты.	ПОТРЕБИТЕЛИ: Появление поколения новых потребителей, более взыскательных к качеству и уникальности продукции исполнительских искусств. Также новые потребители более настроены на цифровой контент (миллениалы и центениаллы)
---	---	---

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ (Technological)	- Развитие цифровых и Интернет-технологий и возможность их применения для воспроизведения и передачи креативного контента. Также современные технологии могут использоваться для совершенствования каналов продаж (бронирование мест через Интернет и др.). Выступает мощным драйвером роста индустрии; - Использование современных технологий для создания более зрелищных выступлений (голограммы, генераторы огня, криогенераторы и т.д.)
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ (Economical)	- Существенное влияние глобализации и глокализации на сегмент исполнительских искусств. В настоящий момент существуют два ключевых тренда – «мировая стандартизация» и «национальное отстаивание»; - Высокий уровень конкуренции на локальном и международном уровнях; - Высокая зависимость исполнителей от стороннего финансирования: спонсоров, меценатов, господдержки; - Проведение и популяризация профильных фестивалей для продвижения исполнительских искусств на внутреннем и внешнем рынках; - Интеграция с другими креативными и некреативными направлениями: киноиндустрией, рекламой, спортом, ритейлом, финансовым сектором и т.д. Внедрение исполнительских решений позволяет повысить привлечь новую аудиторию и повысить лояльность имеющейся
ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ (Political)	- Профильная поддержка государством (или ее отсутствие) сектора исполнительских искусств; - Уровень защиты интеллектуальной собственности и борьба с пиратством; - Влияние государственной и религиозной цензуры¹⁰ на развитие исполнительских искусств в целом/определенных направлений внутри страны, а также на импорт/экспорт; - Влияние геополитической ситуации на импорт/экспорт креативной продукции

Источник: составлено автором.

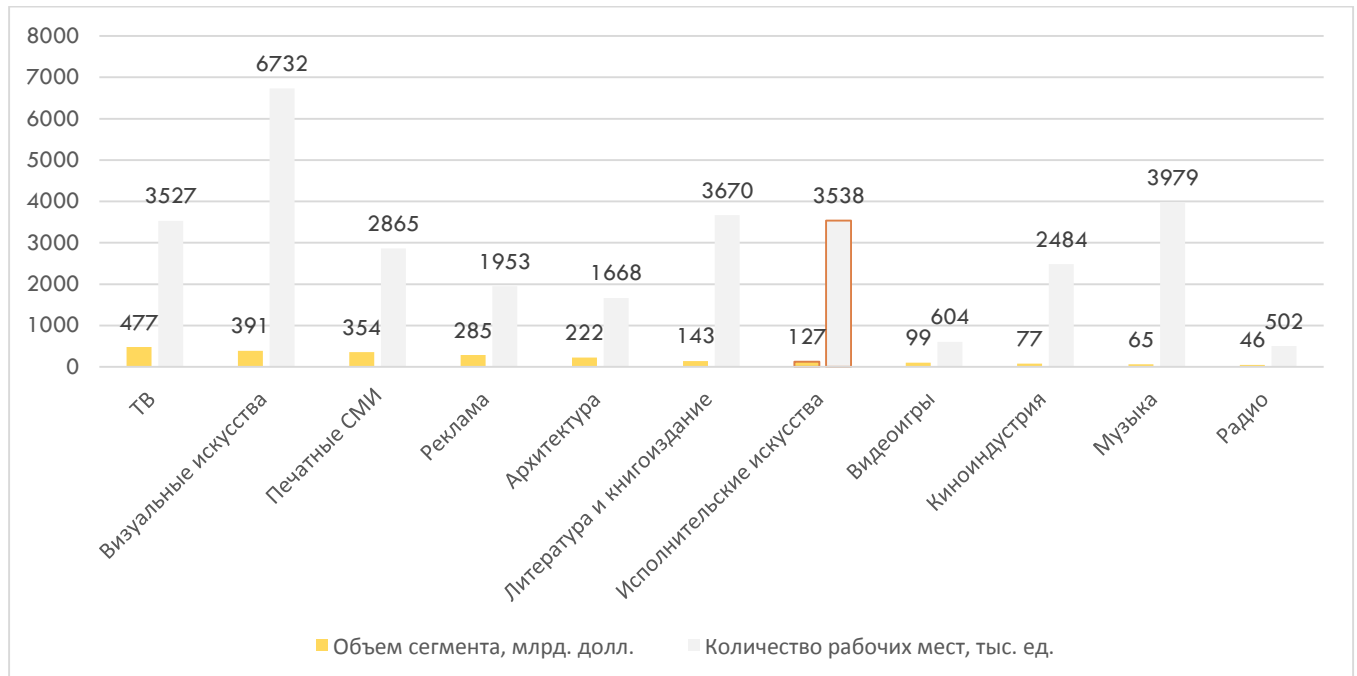
Таким образом, в настоящее время на сектор исполнительских искусств существенное влияние оказывают новые технологии (в частности, цифровые и Интернет-технологии), позволяющие существенно снизить входной барьер в сегмент для новых участников. Однако без сторонней поддержки, включая помощь со стороны государства (по крайней мере на начальном этапе), сфера исполнительских искусств, как показывает мировой опыт, не может динамично развиваться.

1.3.3 Обзор ситуации на мировом рынке услуг организаций исполнительских искусств

По данным аналитической компании Ernst&Young и Международной конфедерации авторов и композиторов CISAC, объем глобального рынка исполнительских искусств в 2013 г. составил 127 млрд долл. В 2017 г., по экспертным данным, показатель увеличился до 144 млрд долл. (CAGR=3,5%). Основной драйвер роста – использование информационных технологий.

Интересно, что в этом же диапазоне находятся показатели ряда инновационных технологичных рынков: по версии IDC в 2016 г. объем мирового рынка робототехники был равен 135,4 млрд долл., а объем глобального рынка бизнес-аналитики и больших данных – 130,1 млрд долл. Сравнение с другими креативными индустриями представлено на рис. 5.

¹⁰ Некоторые эксперты рассматривают религию как еще одну креативную индустрию.



Источник: на основе данных CISAC.

Рис. 5. Сравнение сегмента исполнительских искусств с другими креативными индустриями, 2013 г., в %

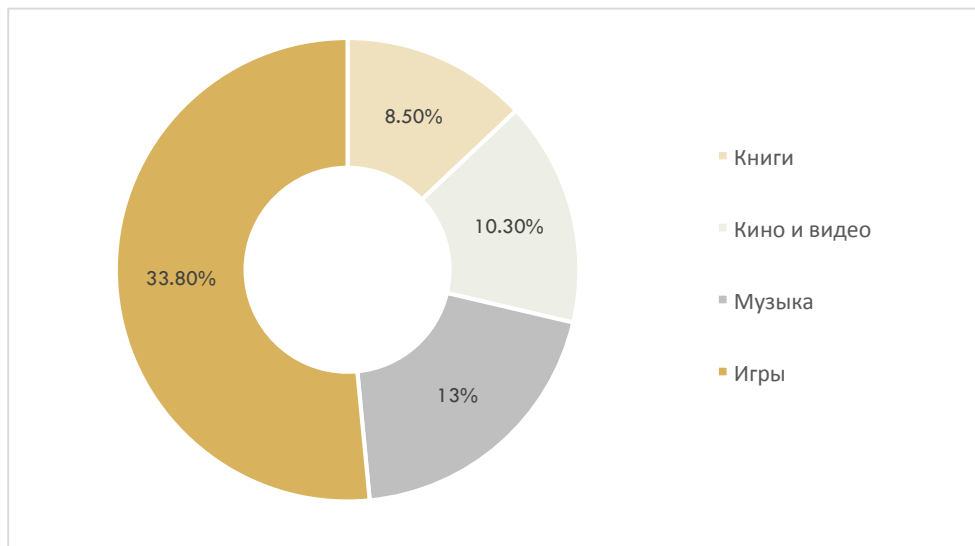
В макрорегиональном разрезе лидерами индустрии исполнительских искусств являются страны Северной Америки и Западной Европы. В числе крупных игроков также находятся Австралия и Япония. При этом большой потенциал имеют зарождающиеся рынки, в частности, быстроразвивающиеся рынки Азии. Однако на новых рынках преобладают нелегализованные продажи исполнительских продуктов и услуг (см. рис. 6).



Источник: на основе данных Ernst&Young.

Рис. 6. Неформальные продажи исполнительского контента на развивающихся рынках (Азиатско-Тихоокеанский регион, Латинская Америка и Африка), 2015 г.

Что касается ключевых драйверов роста этого креативного рынка, то, как уже говорилось, мощным драйвером роста является развитие цифровых и Интернет-технологий (см. рис. 7).

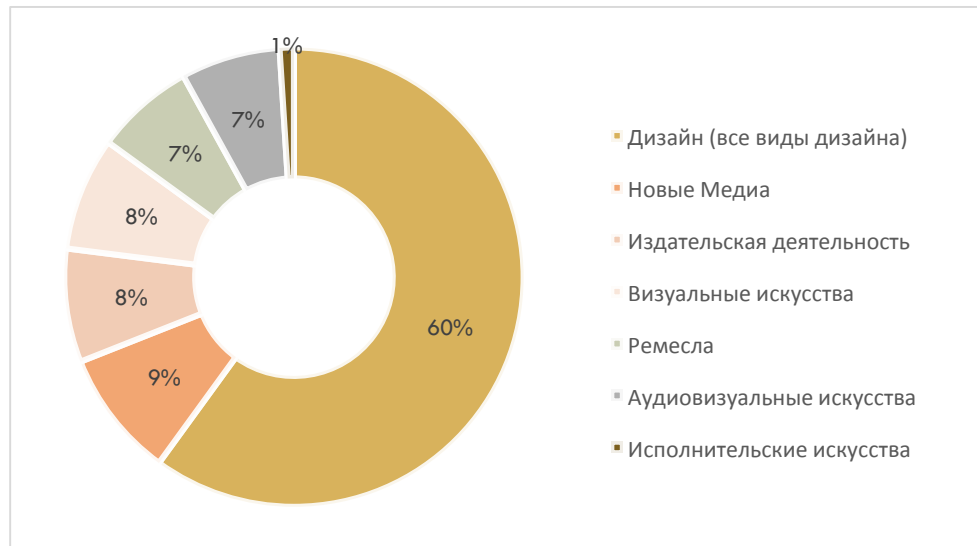


Источник: на основе данных Ernst&Young.

Рис. 7. Продажи цифрового креативного контента в мире, 2013 г.

Продукция индустрии исполнительных искусств, по мнению ряда экспертов, является достаточно перспективным экспортным направлением. Но культурная и языковая составляющая в ряде случаев может быть существенным экспортным барьером. По данным ЮНКТАД (2012 г.), в общем объеме мирового экспорта продукции ключевых креативных индустрий (за исключением компьютерного направления – видеоигры и программирование) доля исполнительских искусств

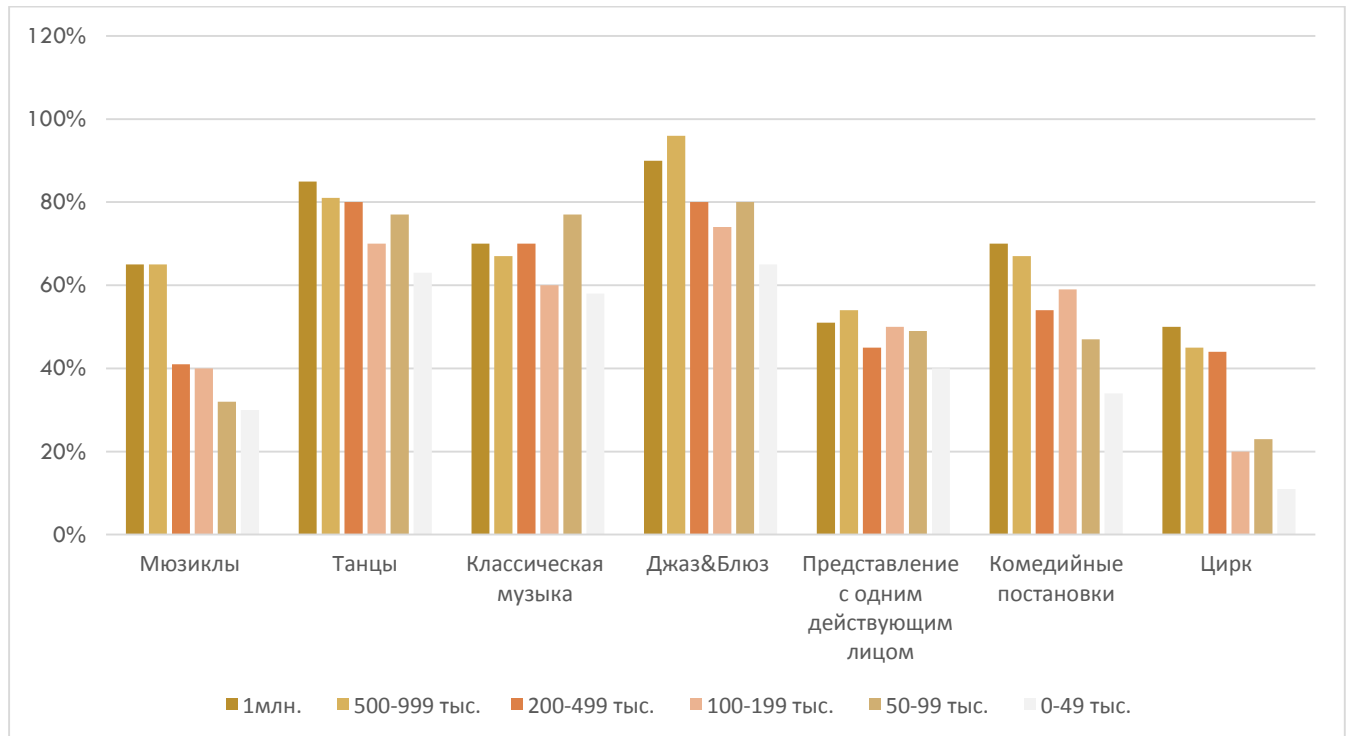
составляет всего 1%. Самым крупным по весу сегментом является дизайн (60%), включающий в себя ряд подсегментов – промышленный дизайн, интерьерный дизайн, веб-дизайн и др. Распределение экспортных креативных направлений представлено на рис. 8.



Источник: на основе данных ЮНКТАД (UNCTAD).

Рис. 8. Экспорт продукции креативных индустрий, 2012 г., в %

Стоит подчеркнуть, что география индустрии исполнительских искусств расширяется не только за счет гастролей, но и благодаря многочисленным международным фестивалям и конкурсам. Например, Эдинбургский фестиваль театра и музыки (Шотландия), ежегодный фестиваль музыки, культуры и искусства Сигет (Венгрия), Авиньонский фестиваль (Франция) и др.



Источник: на основе данных NARAMA.

Рис. 9. Распределение бюджетов исполнительских проектов по жанрам в США, в %¹¹

Что касается бюджетов исполнительских проектов, то их размеры существенно разнятся в зависимости от развитости рынка. Наиболее высокий уровень производственных бюджетов, согласно данным аналитических агентств, зафиксирован на развитых рынках (США, Канада, Великобритания). В качестве примера приведен рынок США (см. рис. 9).

CIRQUE DU SOLEIL: ПРИМЕР УСПЕШНОГО ЦИРКОВОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ

Канадский цирк Cirque Du Soleil (с 1984 г.) – один из самых знаменитых в мире операторов театрализованных цирковых представлений для широкой возрастной аудитории. Цирк известен своим принципиальным отказом от участия животных в постановках и своими гибридными сюжетными представлениями: сочетание сложных цирковых номеров с тематическим музыкальным оформлением, хореографией и дизайнерскими костюмами актеров. Считается, что Cirque Du Soleil – цирк нового поколения.

Цирк не только гастролирует по всему миру (более 48 стран), но и проводит стационарные шоу в специально построенном театре в Лас-Вегасе (США), на которые приходится около 50% всей выручки креативной компании. Здесь цирком управляет специально созданная дочерняя компания. Вторая управляющая компания занимается управлением цирковым бизнесом на российском рынке.

¹¹ Сумма долей бюджетов в рамках одного жанра превышает 100%, так как респонденты могли выбирать несколько вариантов ответа, связанного с бюджетом шоу.

В репертуаре оператора – более 30 шоу, включая эксклюзивные представления – Zarkana и Michael Jackson ONE.

Таблица 7. Операционные и финансовые показатели компании на 2015 г.

Параметры	Показатели
Операционные показатели	
Количество зрителей, посетившие шоу с момента его основания	Более 160 млн чел.
Количество зрителей, вмещаемых в традиционное шапито цирка	Более 2,6 тыс.
Общее количество сотрудников	4 тыс.
Финансовые показатели	
Средняя стоимость производства одного шоу	40–50 млн долл.
Средняя выручка в год	Около 1 млрд долл.

Источник: Financial Post, CNBC, данные компании.

В 2014–2015 гг. начался поиск внешних инвесторов в связи с сокращением доходов: дорогие шоу перестали быстро окупаться. В итоге в апреле 2015 г. 60% цирка было продано американской инвестиционной компании TPG, 20% – китайской Fosun International и 10% – канадскому пенсионному фонду Caisse de dépôt et placement du Québec. Оценочная сумма сделки – 1,5 млрд долл. (точная сумма не раскрывается). Следует отметить, что поиск внешнего инвестора при разрастании бизнеса и фокусе на международную экспансию – нормальное явление для традиционного сектора.

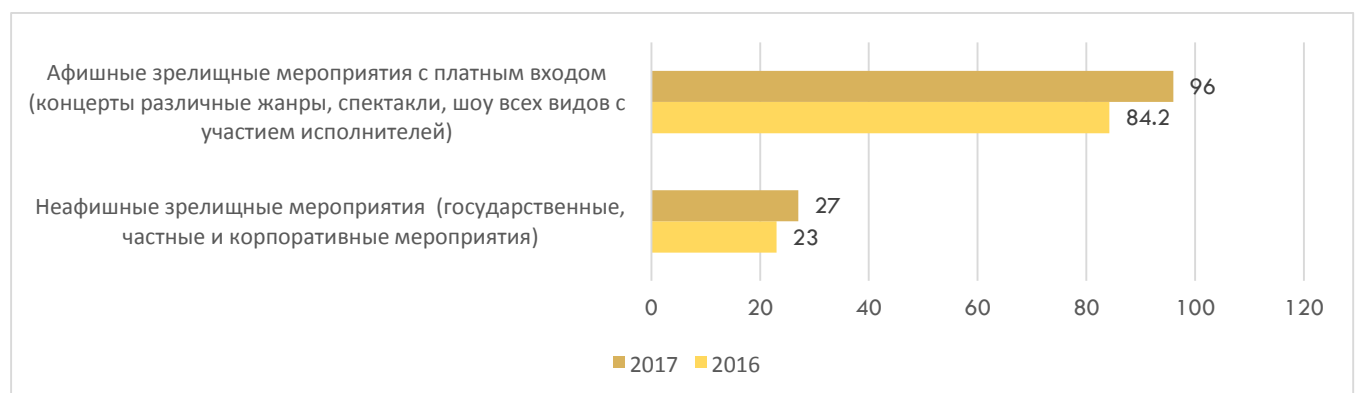
Достижения цирка отмечены ведущими цирковыми премиями. Запись одного из шоу была награждена телепремией «Эмми» (Emmy), присуждаемой Американской телевизионной академией. Саундтрек к шоу Alegria (1994 г.) стал обладателем Grammy.

Резюмируя, можно сказать, что глобальная индустрия исполнительских искусств, являясь высоко диверсифицированной отраслью, имеет высокий потенциал для развития. Кроме того, современные технологии снижают входной барьер на профильные рынки.

2 РОССИЙСКАЯ ИНДУСТРИЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ

В течение долгого периода, включая имперский, советский и даже постсоветский периоды, несмотря на упадок отрасли культуры, визитной карточной страны и русского искусства является классическая музыка, театр и балет. Впоследствии, в советский период, еще и цирк. Однако все это время индустрия исполнительских искусств являлась дотационной, то есть существовала за счет поддержки государства и меценатов. Ситуация практически не изменилась и сейчас: основные виды исполнительских искусств – театр, цирк, (академическое) вокальное и инструментальное исполнение – существуют и развиваются в стране только за счет поддержки со стороны государства. Стоит отметить, что во всем мире «высокое» искусство также существует или за счет государства, и/или за счет меценатов. При этом проекты исполнительских искусств, ориентированные на массовую аудиторию (например, решения шоу-бизнеса и т.д.), становятся коммерчески успешными.

Что касается количественной оценки этого сегмента российского креативного сектора, то здесь возникают проблемы с поиском официальных статистических данных. На данный момент отсутствует комплексная система мониторинга этого направления. Ряд значимых сегментов российских креативных индустрий Росстат либо игнорирует вообще, либо описывает во фрагментарном виде. Например, есть данные о государственных театрах, цирках и концертных организациях. Причем данные по ряду показателей публикуются только с 2012 г. А информации о частном секторе (например, антрепризах, частных цирковых организациях, концертах и т.д.) нет вообще. Поэтому, по возможности, в отчете приводятся как официальные статданные (Росстат, Минкультуры России), так и данные аналитических компаний, профильных изданий и независимых экспертов. Ниже представлена оценка российского сектора исполнительских искусств, проведенная российским информационным агентством InterMedia (см. рис. 10).



Источник: InterMedia.

Рис. 10. Динамика оборотов российской индустрии исполнительских искусств, 2016–2017 гг., млн руб.¹²

¹² В расчетах InterMedia не были учтены субсидирование госучреждений из бюджетов всех уровней, кредитование, инвестирование, дотирование частных компаний от собственников и акционеров (кроме строк, в которых это указано отдельно). Также не учтены представления цирков.

По причине отсутствия доступной статистики в отчете не рассмотрены пользующиеся популярностью юмористические шоу (например, «Уральские пельмени», Comedy Club) и другие творческие коммерчески успешные проекты, связанные со сферой исполнительских искусств.

Интересным моментом является то, что на фоне популяризации исполнительских искусств развивается соответствующий сегмент образовательных услуг, не подразумевающих выдачу квалификационного документа: различные школы вокала, танца, театрального мастерства. Также при таких организациях нередко возникают театральные проекты с участием учеников.

2.1 Обзор ситуации в российской театральной индустрии

В основе театрального искусства лежит художественное отражение жизни, осуществляемое посредством драматического действия, исполняемого актерами перед зрителями. По мнению экспертов, театральное искусство занимает существенное место в развитии человеческого потенциала и улучшении условий жизни населения и качества социальной среды. При этом оно синтетично и может включать в себя элементы практически всех иных видов искусств (литература, архитектура, живопись, скульптура, музыка, хореография и т.д.). Также в театре активно применяются многочисленные достижения самых разнообразных наук (психологии, социологии, физиологии и др.) и областей техники (световой и звуковой аппаратуры, новых сценических эффектов и др.).

Что касается экономической составляющей театрального дела, то основными источниками дохода здесь являются собственно кассовые сборы (продажа билетов), доход от продаж сопутствующей продукции и оказания услуг (продажа полиграфической продукции, оказание услуг кейтеринга и проведения дополнительных мероприятий), а также сдача помещений в аренду.

В современном мире театральная индустрия является одной из самых распространенных отраслей культуры и значимым компонентом экономики впечатлений. Но в большинстве случаев театральное искусство оказывается убыточным, поэтому театры активно поддерживаются специальными фондами, меценатами, государством или сообществами граждан (в частности, подразумевается такой инструмент, как краудфандинг). В развитых странах государство оказывает не только прямую, но и косвенную поддержку, например, через систему налоговых льгот для меценатов.

2.1.1 Текущее состояние театральной индустрии в РФ

В настоящий момент основу российской театральной индустрии составляют *стационарные репертуарные бюджетные театры*¹³ – наследие СССР. Также присутствует малочисленная прослойка государственных театров, которые сдают площадки в аренду театральным труппам или ставят и прокатывают собственные постановки с приглашенными актерами (например, Государственный театр наций). Всего в РФ по итогам 2017 г., поданным Минкультуры России, насчитывается свыше 600 государственных театров. Коммерческий сегмент также постепенно развивается. К сожалению, официальная статистика по всему спектру театральных учреждений не ведется.

¹³ То есть имеющие собственную штатную актерскую труппу. Например, Государственный академический Марининский театр, Государственный академический театр им. Моссавета, Театр «Содружество актеров Таганки» и др.

Интересно, что распространенность и популярность государственных театров – это не только особенность российского рынка. Так, например, в Германии, по официальным данным, в 2014–2015 гг. существовало около 140 государственных театров, которые посещают около 20 млн зрителей в год, и около 220 частных, которые посещают только немногим больше 8 млн чел.

Что касается большинства креативных индустрий и рынков, то здесь формат конкурентной борьбы может существенно отличаться от отраслевых рынков. Так, по мнению экспертов, формирующийся российский рынок театральных услуг функционирует именно на основе модели монополистической конкуренции, так как в силу своей специфики создание двух идентичных театральных продуктов разными организациями невозможно.

Также свою роль играет территориальный признак. Согласно статистике, приведенной в «Концепции долгосрочного развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года», свои театры имеют лишь 19% городов и городских поселений РФ, то есть на 1 млн жителей приходится не более 4 театров. При этом у государственных и частных театров, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге, и региональных организаций – разная зрительская аудитория, которая практически не пересекается (за исключением филиалов столичных театров в регионах).

Но в целях развития театрального дела в стране и приобщения населения к театру, в 2017 г. Минкультуры России инициировало проект «Театры малых городов», который направлен на поддержку муниципальных театров в городах с численностью населения до 300 тыс. человек, за исключением региональных центров. Из федерального бюджета было выделено 670 млн руб., и в результате 149 государственных театров в регионах приобрели оборудование и новые декорации, было выпущено 440 новых постановок.

Стоит отметить, что в театральной индустрии большое значение имеет личность самих актеров, задействованных в постановках (как правило, это театральные «звезды», см. табл. 8), так как зрители могут ориентироваться именно на них при выборе театра и спектакля.

Таблица 8. ТОП10 актеров и актрис российской театральной сцены, 2016–2017 гг.¹⁴

№	Российские театральные актеры	№	Российские театральные актрисы
1	Станислав Бондаренко	1	Ирина Сидорова
2	Александр Домогаров	2	Марина Маняхина
3	Даниил Страхов	3	Светлана Антонова
4	Григорий Антипенко	4	Алла Юганова
5	Кирилл Дыцевич	5	Мария Куликова
6	Денис Сорокотягин	6	Ольга Красько
7	Филипп Янковский	7	Алла Демидова
8	Дмитрий Певцов	8	Ирина Купченко
9	Евгений Пронин	9	Оксана Стащенко
10	Игорь Ливанов	10	Алла Ковнир

Источник: по версии профильного Интернет-портала TipsTops.ru

¹⁴ Приведена версия рейтинга актеров и актрис театра. В рейтингах других профильных изданий могут фигурировать иные персоналии. Кроме того, многие актеры театра успешно снимаются в кино.

Также, согласно ряду проведенных исследований самими театральными учреждениями, зрители стали уделять повышенное внимание не только к самим постановкам, но и к уровню сервиса (работа касс, буфета, гардероба и др.). Повышение интереса к уровню сервиса в театральных учреждениях, согласно данным зарубежных аналитических компаний, отмечается почти на всех формирующихся рынках, в то время как на развитых высокий уровень обслуживания и предоставление дополнительных культурно-развлекательных услуг стали нормой.

Согласно данным Министерства культуры России (далее Минкультуры России), в 2017 г. общий объем финансовых поступлений в государственных театрах составил около 89 млрд руб., включая благотворительные взносы и *дотации* (основная часть поступлений). Для сравнения, в 2016 г. этот показатель составлял 81 млрд руб. Аналогичных данных по частным театрам не представлено, однако частные театры также могут получить госсубсидии для аренды помещений.

Что касается внебюджетных доходов¹⁵ государственных театров, то, по информации ведомства, в 2017 г. их объем вырос по сравнению с 2016 г. на 11%, до 28,1 млрд руб., что составляет свыше 30% от всех поступлений (см. табл. 9).

Таблица 9. Динамика внебюджетных доходов государственных театров, 2012–2016 гг., млн руб.

Год	Внебюджетные доходы, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля внебюджетных доходов в общих поступлениях средств, %
2012	15 792	-	27%
2013	17 487	1 695	26%
2014	19 163	1 675	26%
2015	22 385	3 222	30%
2016	25 385	3 001	31%
2017	28 119	2 734	32%

Источник: на основе данных Минкультуры России.

По сравнению с 2016 г., доходы от основных видов уставной деятельности государственных театров увеличились на 11% и в 2017 г. составили около 28% от общего объема поступлений (см. табл. 10).

¹⁵ Под внебюджетными доходами понимаются доходы от основных видов уставной деятельности, благотворительные и спонсорские вливания, доходы от предпринимательской деятельности, доходы от сдачи имущества в аренду.

Таблица 10. Динамика доходов государственных театров от основных видов уставной деятельности, 2012–2017 гг., млн руб.

Год	Доходы от основных видов уставной деятельности, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля доходов от основных видов уставной деятельности в общих поступлениях средств, %
2012	13 218	-	23%
2013	15 009	1 881	22%
2014	16 944	1 845	23%
2015	19 621	2 676	26%
2016	22 373	2 752	28%
2017	24 739	2 366	28%

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Таким образом, все бюджетные театры являются на данный момент убыточными, то есть без поддержки государства они просто не выживут.

Таблица 11. Соотношение дотаций, доходов и расходов государственных театров (примеры театров из разных регионов РФ), 2016 г.

№	Название театра	Город	Совокупный объем поступлений, включая госсубсидии ¹⁶ , млн руб.	Объем коммерческих доходов, млн руб.	Совокупный объем расходов, млн руб.
1	Государственный академический Большой театр России	Москва	7 823	3 104	7 327
2	Санкт-Петербургский ордена Ленина государственный академический театр оперы и балета им. М. П. Мусоргского – Михайловский театр	Санкт-Петербург	1868	604	1442
3	Воркутинский государственный драматический театр	Воркута	440	4	40
4	Великолукский государственный драматический театр	Великие Луки	176	2	16
5	Новокузнецкий государственный театр кукол «Сказ»	Новокузнецк	162	5	113

Источник: на основе данных театров.

Такую ситуацию можно объяснить высокими расходами стационарных театров, которые сложно оптимизировать ввиду специфики театрально-зрелищного процесса. Подразумеваются затраты в репетиционный (создание декораций и костюмов, использование спецэффектов, оплата работы технического персонала и т.д.) и прокатный периоды (хранение декораций и костюмов, маркетинговые и рекламные кампании и т.д.). По мнению экспертов отрасли, для

¹⁶ Субсидии на выполнение государственного задания, целевые субсидии и бюджетные инвестиции.

самоокупаемости новая постановка должна находиться в активном прокате достаточно долгое время. Но сделать это достаточно сложно по причине немногочисленности театральной аудитории и конкуренции с другими развлекательными направлениями (кино, цирк, эстрада и т.д.).

Однако, что касается российских коммерческих театральных проектов, то среди них есть прибыльные. Например, антерприза «Арт Партнёр 21», театр «Квартет И», проекты Федора Елютина и др. Стать безубыточными театрам, по мнению экспертов, позволила стратегия ориентации на публику – выбор понятного широкой аудитории жанра (комедия, мелодрама, триллер, детектив, мюзикл), прокат спектакля на больших площадках и максимальное сокращение расходов (минимальное число задействованных актеров, сокращение времени репетиций, упрощение или отказ от декораций и т.д.).

МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ ЧАСТНОГО ТЕАТРАЛЬНОГО СЕКТОРА ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕАТИВНОГО БИЗНЕСА

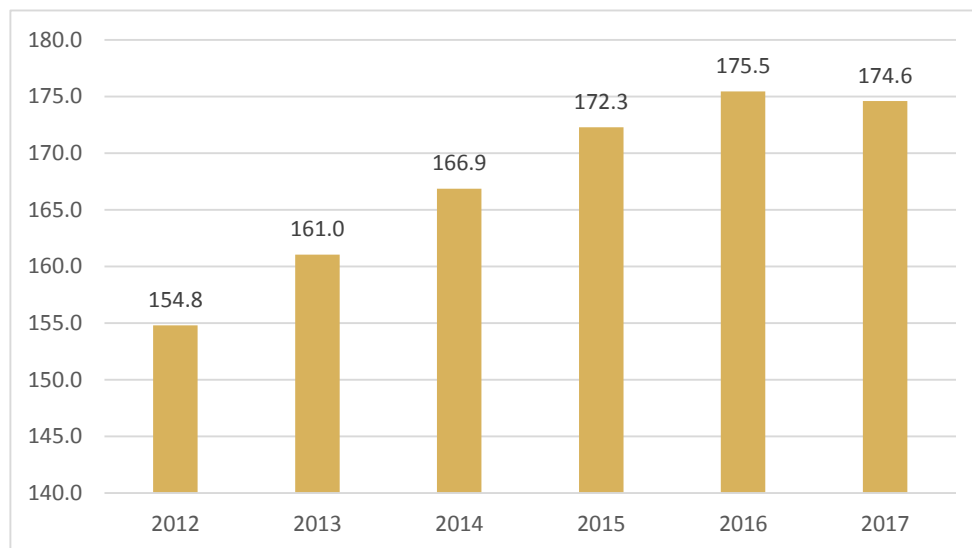
- **Юрий Грымов, театральный режиссер:** «В театре экономика довольно-таки прозрачная: вы вкладываете деньги в спектакль. Что такое спектакль? Это декорация, артисты, пьеса, репетиции и продажи билетов. Все то, что вы соберете со зрительного зала, т.е. с каждого места, отдав при этом билетной кассе процент, это ваш бизнес. Вот у меня идет спектакль «Затерянный мир» по (Артуру) Конан Дойлю, 1100 мест зал. Если у меня будет сидеть в зале 40%, то мы будем доплачивать за то, чтобы содержать этот спектакль в день спектакля. Поэтому экономика начинается после 80% заполнения зала. Слава богу, проект коммерчески выгодный, аншлаги. Это выгодный бизнес».
- **Ростислав Хаит, участник частного театра «Квартет И»:** «Нашему театру хорошо без государственных дотаций. Лишний раз ничего не должны государству, это приятно. Схема экономическая: пишем спектакль долго, как правило, года два, потом ставим его достаточно быстро. Когда выпускаем спектакль, мы привлекаем каких-то спонсоров именно на выпуск, на изготовление декораций. У нас, как правило, много видео дорогостоящего в спектакле, и рекламы. Спонсоры, как правило, помогают нам, но это взаимовыгодная история. Потом начинаем играть спектакль и, тыфу-тыфу-тыфу, зарабатываем деньги. «День радио», которому 15-й год пошел, продолжает зарабатывать деньги стабильно».
- По оценке **Дмитрия Богачева, генерального директора российского отделения Stage Entertainment**, которое поставило нашумевшие постановки Cats, Mamma Mia!, «Красавица и чудовище», Chicago и другие, в мире окупается лишь один мюзикл из десяти. Убытки от первой постановки Stage в Москве – это были Cats – составили 2 млн евро.

Источник: Интернет-портал BFM.ru

Стоит отметить, что и зарубежные театры не всегда могут покрыть свои расходы за счет только заработанных средств. Однако около 50% всех поступлений – это все же выручка от продаж билетов и оказания сопутствующих услуг. Источниками финансирования являются преимущественно меценаты, но государство также может выделять средства. Так, согласно данным бизнес-журнала «Секрет Фирмы», в театральном сезоне 2015–2016 гг. собственные доходы известного театра Великобритании – Королевского Национального театра в Лондоне

(Royal National Theatre) – достигли 78% от объема всех поступлений. Кассовые сборы составили 60%, 18% средств были сгенерированы за счет оказания сопутствующих коммерческих услуг (кейтеринг, экскурсии, издательская деятельность и т.д.), 22% – средства, выделенные государством, и благотворительные взносы. В США в 2015 г. Шекспировская театральная компания (The Shakespeare Theatre Company) самостоятельно заработала 48% всех полученных доходов, включая 33% от выручки за билеты на спектакли. Оставшиеся 52% – благотворительные взносы, основную часть которых (свыше 60%) внесли частные лица и компании. Государство выделило только 2% от всей суммы пожертвований.

Что касается операционных показателей, то, по данным Минкультуры России, общее число театральных мероприятий (спектакли, творческие вечера и т.д.), проведенных в государственных театрах в 2017 г., составило свыше 170 тыс. Однако было зафиксировано незначительное снижение (около 1%) по сравнению с показателем 2016 г. (см. рис. 11). Одна из ключевых причин, по мнению экспертов, – проведение Года Кино в стране и временное переключение зрительской аудитории на продукты киноиндустрии. Также сказалась ограниченность денежных ресурсов населения в 2017 г.: в условиях невысокой покупательной способности, в большинстве случаев, выбор делается в пользу одного из видов доступных развлечений.

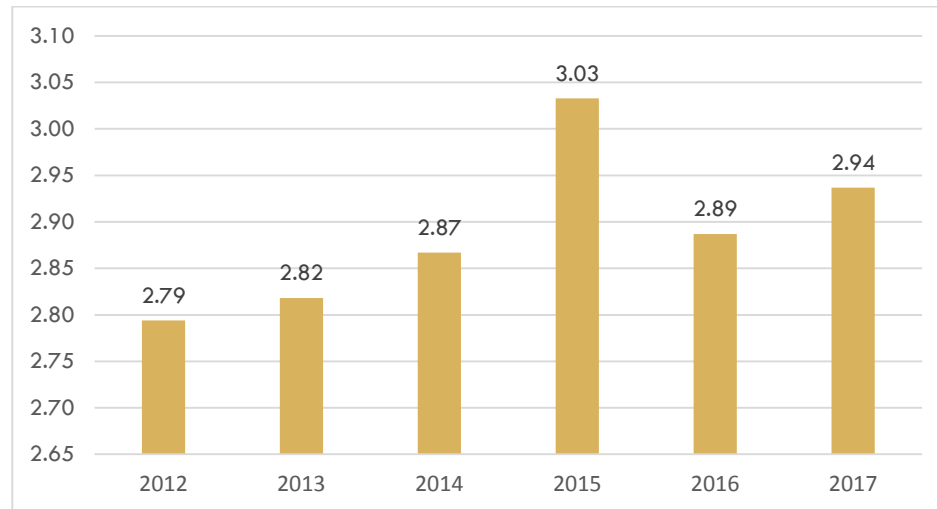


Источник: на основе Минкультуры России.

Рис. 11. Динамика общего числа проведенных мероприятий в государственных театрах, тыс. ед., 2012–2017 гг.

В отношении одного из важных индикаторов успешности театра – количества новых постановок¹⁷ – можно сказать, что, по данным Минкультуры России, этот показатель в 2017 г., по сравнению с 2016 г., незначительно вырос – на 1,7% (см. рис. 12).

¹⁷ К новым относятся постановки, фактически включенные в репертуар театра после премьеры без капитально возобновленных.



Источник: на основе Минкультуры России.

Рис. 12. Динамика выпущенных новых театральных постановок в государственных театрах, тыс. ед., 2012–2017 гг.

Здесь стоит отметить, что с 2012 г. в театры стали поступать средства из госбюджета на новые постановки и на количество показов спектаклей (с учетом государственного задания). Эта сумма формировалась для каждого подведомственного театра в зависимости от показателей предыдущей деятельности. Позже Минкультуры России стало формировать бюджеты государственных театров уже исходя не из количества показов, а из количества зрителей, как бы отстранившись от задачи создания новых постановок.

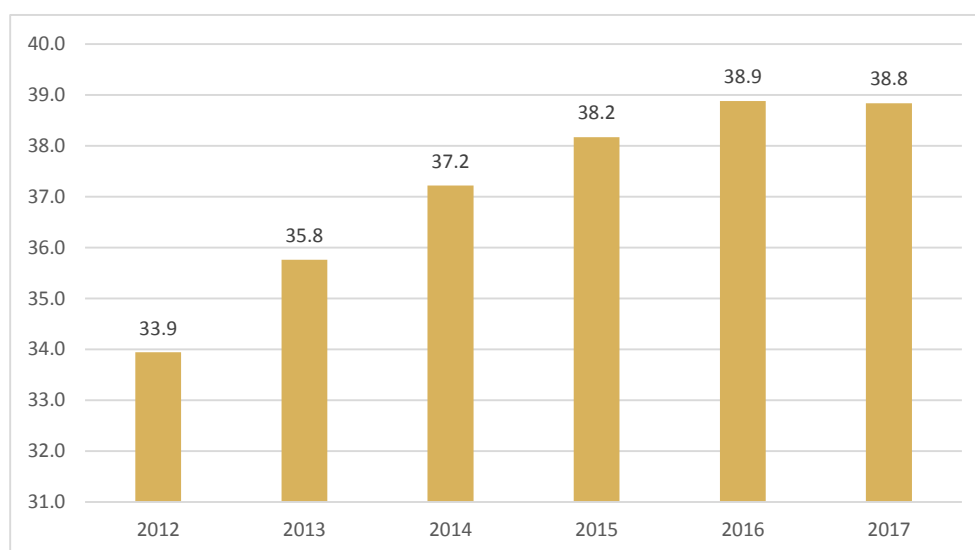
СПЕКТАКЛЬ-МЮЗКИЛ «ЦИРК» В ГОСУДАРСТВЕННОМ ТЕАТРЕ НАЦИЙ – ОДНА ИЗ НАИБОЛЕЕ ЯРКИХ РОССИЙСКИХ ТЕАТРАЛЬНЫХ ПРЕМЬЕР В 2017 г.

Спектакль-мюзикл «Цирк» был создан по мотивам легендарной советской комедии «Цирк». В качестве режиссера выступает Максим Диденко, среди задействованных актеров – Ингеборга Дапкунайте, Елена Николаева, Андрей Фомин, Сергей Епишев и др.

Сюжет одноименного фильма разворачивается вокруг приехавшей из США на гастроли в СССР американской цирковой артистки Мэрион Диксон, которую эксплуатирует создатель номера, шантажируя темнокожим маленьким сыном. Новый спектакль выдержан в стилистике «ретро-футуризма»: действие разворачивается в условном будущем. В театральной постановке угнетателями главной героини становятся зеленые человечки, а условная советская планета населена синеволосыми сотрудниками Центра исследований русского космоса (ЦИРК).

Технически спектакль, по мнению театральных экспертов, оснащен на уровне дорогого голливудского блокбастера (используются ростовые куклы львов и говорящих собак, над сценой висит огромная проекция Луны и т.д.). Также стоит остановиться на цирковой трюковой части, которая обладает особой эстетикой. Спектакль признан коммерчески успешным, средняя цена билета – 3400 руб.

В отношении показателей посещаемости театров, можно сказать, что они постепенно увеличиваются. Даже в условиях кризиса в основном наблюдался рост посещений населением театров. Возможно, это объясняется относительной ценовой доступностью билетов.



Источник: на основе Минкультуры России.

Рис. 13. Динамика посещаемости государственных театров, тыс. чел., 2012–2017 гг.

В 2017 г. совокупное число посещений театральных мероприятий, проводимых государственными театрами, составило 38,8 млн чел. Для сравнения в 2016 г. этот показатель равнялся 38,9 млн чел. (см. рис. 13). Причина незначительного оттока публики – переключение на кино, как уже говорилось, ввиду его активной популяризации в прошлом году.

Самыми посещаемыми театрными мероприятиями в государственных театрах в сезоне 2016–2017 гг., по версии одного из ведущих билетных онлайн операторов, стали «Иисус Христос – суперзвезда» (Государственный академический театр им. Моссовета, г. Москва), «Кошмар на улице Лурсин» (Московский академический театр сатиры, г. Москва) и «Слишком женатый таксист» (Московский академический театр сатиры, г. Москва). ТОП15 самых посещаемых спектаклей представлен в табл. 12.

Таблица 12. ТОП15 самых посещаемых спектаклей, сезон 2016–2017 гг.¹⁸

№	Название спектакля	Название театральной площадки	Диапазон цен на билеты, руб.
1	Иисус Христос – суперзвезда	Государственный академический театр им. Моссовета	200-2500
2	Кошмар на улице Лурсин	Московский академический Театр Сатиры	200-3000
3	Слишком женатый таксист	Московский академический Театр Сатиры	600-3000
4	Укрощение строптивой	Московский академический Театр Сатиры	200-2000
5	Средства от наследства	Московский академический театр сатиры	600-2700
6	Странная история Доктора Дже	Государственный академический театр им. Моссовета	500-3000

¹⁸ Балетные постановки в рейтинг не включены. Данные собраны преимущественно по продажам.

№	Название спектакля	Название театральной площадки	Диапазон цен на билеты, руб.
7	Дороги, которые нас выбирают	Московский академический театр Сатиры	200-1500
8	Мадемуазель Нитуш	Государственный академический театр им. Е.Б. Вахтангова	400-4500
9	Р.Р.Р. (преступление и наказание)	Государственный академический театр им. Моссовета	200-1500
10	Орнифль	Московский академический театр Сатиры	600 -2000
11	Римская комедия	Государственный академический театр им. Моссовета	250-4500
12	Ужин с дураком	Московский Государственный Театр Эстрады	600-12000
13	Хомо Эректус	Московский академический театр Сатиры	200-2000
14	Пигмалион	Театр «Содружество актеров Таганки»	600-5000
15.	Дуэнья	Театр «Содружество актеров Таганки»	750-5000

Источник: по версии билетного онлайн оператора TicketLand.ru

В настоящий момент российские театры развивают параллельно традиционные (кассы театров и билетных операторов) и дистанционные каналы (сайты билетных операторов и сайты самих театров). В столичных регионах более популярны онлайн-продажи, в регионах пользуются популярностью физические кассы.

В 2017 г., согласно оценкам Института «Центр Развития» НИУ ВШЭ, стоимость одного посещения театрального мероприятия составила 668 руб. Для сравнения в 2016 г., по данным Минкультуры России, средняя стоимость билета в государственных театрах составляла 523 руб. (см. табл. 13). При этом средняя стоимость билетов в федеральных театрах была почти в три раза выше, чем в театрах ведения органов культуры. Стоимость билетов в частных театрах, в 2017 г., согласно информации на официальных сайтах, также находится примерно в этом же диапазоне.

Таблица 13. Средняя стоимость билета на театральное мероприятие, руб., 2012–2016 гг.¹⁹

Год	Средняя стоимость одного посещения, руб.	В том числе в театрах ведения органов культуры, руб.	В том числе в федеральных театрах, руб.	В том числе в театрах ведения субъектов РФ и муниципальных, тыс. чел.
2012	339	342	962	266
2013	386	389	1 077	294
2014	422	425	1 149	324
2015	477	482	1 408	359
2016	523	529	1 473	391

Источник: на основе данных Минкультуры России

Российские государственные театры осуществляют достаточно активную гастрольную деятельность в пределах страны (см. табл. 14).

¹⁹ Необходимо отметить, что в государственными театральными организациями также проводятся мероприятия, не предусматривающие продажу билетов (например, благотворительные и т.д.).

Таблица 14. Гастрольная деятельность государственных театров на территории РФ, 2016–2017 гг.²⁰

Год	Число гастрольных мероприятий	Численность зрителей, тыс. чел.	Объем поступлений от мероприятий, тыс. руб.
2016	40 493	7 952	1576 461
2017	40 711	7 432	1721 457

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Кроме того, в целях популяризации театрального искусства на территории РФ, начиная с 2014 г., реализуется федеральная программа «Большие гастроли». На конец 2017 г. масштабные гастроли прошли в 83 регионах (более 150 городов). Согласно данным Минкультуры России, за период с 2014 г. по 2017 г. объем выделенных средств увеличился почти в 4 раза и составил 513 млн руб. В 2017 г. в рамках федерального проекта была организована гастрольная подпрограмма для детских театров – «Большие гастроли для маленьких».

Также в 2015 г. стартовала зарубежная подпрограмма, в задачи которой входит поддержка гастрольной деятельности ведущих российских театров в странах ближнего зарубежья и русских театров ближнего зарубежья в РФ. Основная цель – поддержка русской культуры на постсоветском пространстве. Здесь важным моментом является то, что прибыль от гастролей остается у принимающего театра, хотя гастролирующие коллективы получают гонорар. Цены на билеты для местного населения не завышаются, остаются в привычном диапазоне.

Что касается «самостоятельных» зарубежных гастролей, то отечественные государственные театры, согласно информации самих организаций, активно выезжают как в страны ближнего (Беларусь, Латвия, Эстония, Молдова и др.), так и дальнего зарубежья (США, Великобритания, Австрия, Израиль, Польша, Чехия, Южная Корея и др.). При этом, согласно зарубежной театральной прессе, русский драматический театр и балет пользуются успехом у публики. Количественные показатели театров, связанные с зарубежной гастрольной деятельностью, представлены в табл. 15.

Таблица 15. Зарубежная гастрольная деятельность государственных театров, 2016–2017 гг.

Год	Число гастрольных туров, ед.	Число гастрольных мероприятий, ед.	Численность зрителей, тыс. чел.	Поступления от мероприятий, тыс. руб.
2016	287	1 502	1 028	756 450
2017	376	1 658	479	805 449

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Кроме того, широко распространены сегодня постановки с международными участниками и совместные проекты с национальными театрами других стран. При этом, все подобные театральные проекты финансируются из трех источников: Минкультуры России, найденными спонсорами и собственными средствами. Ярким примером стала недавняя совместная

²⁰ В таблицу 14 включены данные о количестве выездных театральных мероприятий, проведенных театрами на территории РФ, а также гастрольных мероприятий в пределах своего региона и в других субъектах РФ.

двухязычная постановка государственного академического театра им. Е.Б. Вахтангова с Афинским национальным театром «Царя Эдипа».

Российские частные театры также гастролируют за рубежом. Однако, это скорее точечные проекты, чем мощная тенденция.

Что касается гастролей зарубежных театров в РФ, то иностранные театральные коллективы (из стран как ближнего, так и дальнего зарубежья) также посещают РФ, показывая свои постановки на ведущих театральных площадках. Например, театр «Адельфи» (балет «Серенада»; США), Королевский оперный театр Швеции (балет «Тюль»; Швеция), Государственный академический Большой театр оперы и балета имени Алишера Навои (опера «Проделки Майсары»; Узбекистан), театр Сетику Гранд Кабуки Тикамацу-дза (спектакль «Кэйсэй Хангонко, Есинояма», Япония) и др.

Резюмируя, можно сказать, что в настоящий момент театральная индустрия и рынок театральных услуг в стране существуют преимущественно благодаря поддержке государства. Тем не менее, развиваются и прибыльные проекты, чье театральное предложение ориентировано на зрительскую аудиторию, в том числе и зарубежную. Однако подобная ситуация наблюдается и на развитых рынках, единственно основной поддерживающей силой являются меценаты, помощь государства не превышает 20–25% от всех поступлений.

2.1.2 Ключевые участники российской театральной индустрии

На данный момент, в РФ, как уже говорилось, присутствуют как государственные (основа индустрии – бюджетные репертуарные театры), так и частные театры разного формата. При этом большинство театров – государственные. Количество частных (независимых) театральных учреждений неизвестно, так как официальная статистика, к сожалению, не ведется. По оценкам аналитических агентств, в Санкт-Петербурге их насчитывается свыше 40, в Москве – более 20 частных театров. Среди независимых театров наиболее популярные – Московский театр Мьюзик-Холл, Театр.doc, «Квартет И» и др. Однако много театральных проектов не учтено в этих статистических данных (в том числе антреприз, детских и кукольных трупп и др.)²¹. Количество частных театров в регионах РФ также не известно.

По данным Минкультуры России, в 2016 г. в РФ насчитывалось свыше 600 театров разных жанров всех видов ведомственной принадлежности (см. табл. 16). При этом абсолютное большинство (свыше 90% от общего числа) составляют театральные учреждения, находящиеся в ведении органов исполнительной власти субъектов в сфере культуры и органов местного самоуправления.

²¹ Здесь возможно получение основного дохода за счет выступлений на корпоративных мероприятиях, детских праздниках и т.д.

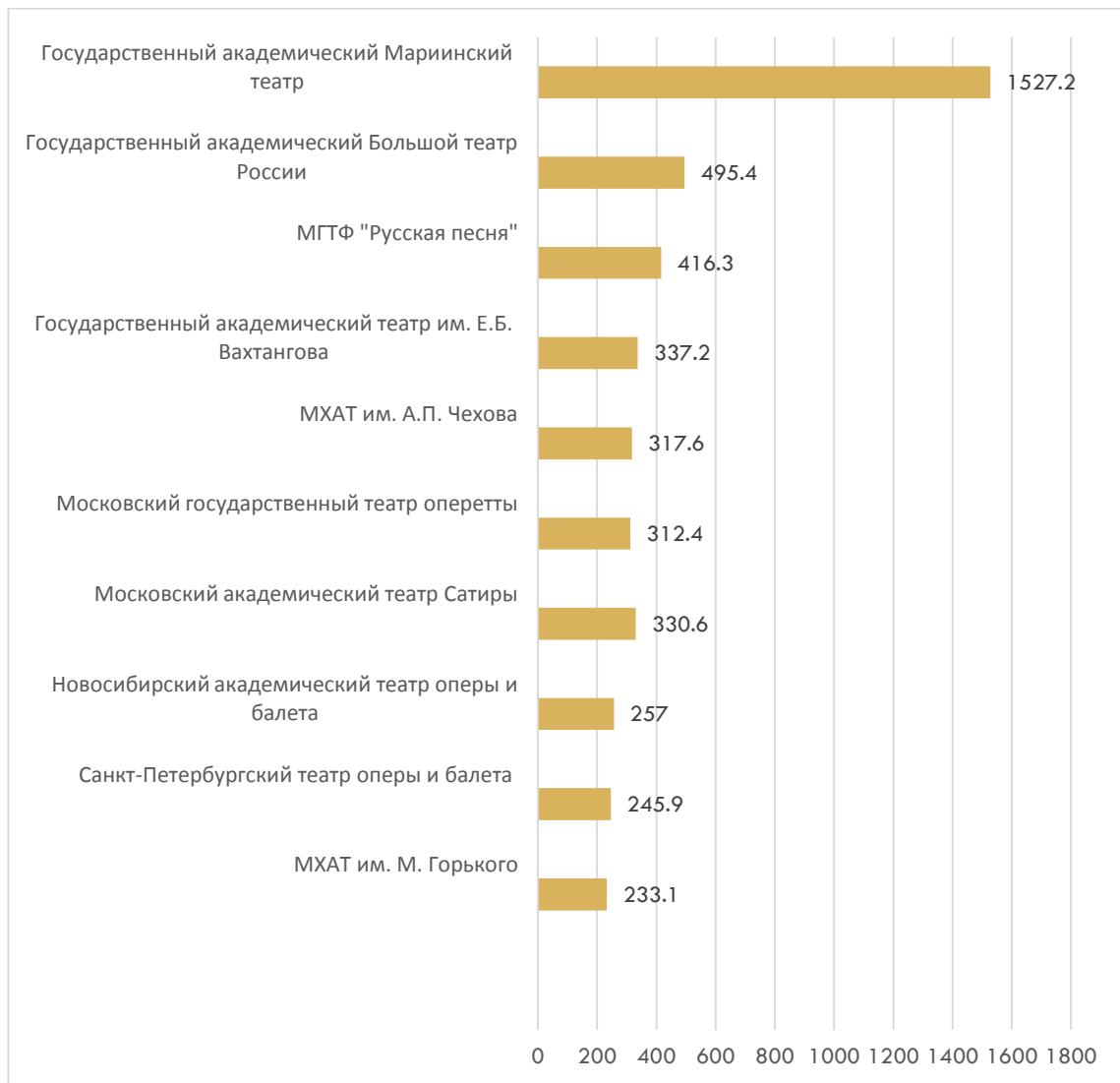
Таблица 16. Количество государственных театров в РФ

Год	Общее число театров, ед.	Годовой прирост, ед.	Число театров на 10 тыс. зрителей, ед.
2012	643	-	0,045
2013	658	+15	0,046
2014	661	+3	0,046
2015	665	+4	0,045
2016	651	-14	0,044
2017	614	-37	0,041

Источник: на основе данных Минкультуры России и Росстата.

Существенное снижение числа государственных театров в 2017 г. объясняется реорганизацией театральной сети посредством слияния театральных организаций в целях упрощения управления и финансирования. Однако, по мнению экспертов креативной отрасли, возрос риск художественного обесценения оптимизируемых театров. Например, как это произошло с московским экспериментальным театром А.Р.Т.О (Актерское режиссерское театральное общество), который фактически перестал существовать после слияния с Центром драматургии и режиссуры имени Алексея Казанцева и Михаила Рощина (ЦДР). Ушел художественный руководитель, создавший театр (Н. Рощин), уволилась часть актерской труппы, старое здание театра передано в безвозмездное пользование Московскому театру русской драмы.

Среди всех государственных театров в РФ абсолютным лидером по посещаемости стал Государственный академический Мариинский театр (Санкт-Петербург), который посетило более 1,5 млн чел. (см. рис. 14). На втором месте находится Государственный академический Большой театр (Москва; около 500 тыс. зрителей), на третьем – Московский государственный театр фольклора «Русская песня» (Москва; свыше 400 тыс. зрителей).



Источник: на основе Минкультуры России.

Рис. 14. ТОП10 российских государственных театров по посещаемости, тыс. чел., 2016 г.

Необходимо отметить, что на посещаемость театров наряду с качеством театральных мероприятий влияет и размер театральных площадок (количество посадочных мест). Развитие театральной сети позволяет усилить позиции. Среди государственных театров наиболее преимущественное положение у Государственного Мариинского театра. Помимо площадок в Санкт-Петербурге, 2016 г. начал работать филиал театра во Владивостоке, в 2017 г. – во Владикавказе.

Что касается частных театров, то большинство из них, как уже говорилось, не имеет собственной площадки для выступлений по причине высокой стоимости аренды (как правило, арендуется зал только для проведения спектакля). Поэтому сегодня частным театрам в большинстве случаев необходима поддержка государства, которая осуществляется в форме субсидий или льгот по аренде помещений.

Как уже говорилось, зрители стали уделять больше внимания уровню обслуживания в театральных организациях (работе касс, наличию развлекательной программы перед спектаклем и т.д.). Согласно данным Минкультуры России, в 2016 г. в ТОП3 государственных театральных организации по качеству обслуживания вошли Государственный академический театр им. Е. Б. Вахтангова, Государственный Пушкинский театральный центр и Московская государственная филармония (см. табл. 17).

Таблица 17. ТОП10 государственных театров по качеству обслуживания, 2016 г.

№	Название театральной организации	Город
1	Государственный академический театр им. Е. Б. Вахтангова	Москва
2	Государственный Пушкинский театральный центр	Санкт-Петербург
3	Московская государственная филармония	Москва
4	Российский академический молодежный театр	Москва
5	Академический Малый драматический театр – Театр Европы	Санкт-Петербург
6	Московский художественный театр академический театр им. М. Горького	Москва
7	Санкт-Петербургская филармония им. Д. Д. Шостаковича	Москва
8	Северо-Кавказская филармония им. В. И. Сафонова	Кисловодск
9	Российский государственный академический театр драмы им. А. С. Пушкина	Санкт-Петербург
10	Российский государственный театр «Сатирикон» им. Аркадия Райкина	Москва

Источник: на основе данных Минкультуры России и культурно-политического журнала «Э Вести».

Также отдельно стоит остановиться на такой категории, как федеральные театры. По данным Минкультуры России, в 2016 г. доля федеральных театральных организаций от общего числа театров, составляет около 3%. Более подробная информация по федеральным театрам содержится в табл. 18.

Таблица 18. Показатели деятельности российских федеральных театров, 2016 г.²²

№	Название театра	Город	Число мероприятий, ед.	Зрители, тыс. чел.	Поступления от мероприятий, млн руб.
1.	Государственный академический Мариинский театр	Санкт-Петербург	1733	1527,2	2096
2.	Государственный академический центральный театр им. С В. Образцова	Москва	718	147	143
3.	Московский Художественный академический театр им. А. П. Чехова	Москва	709	318	457
4.	Государственный академический театр им. Евгения Вахтангова	Москва	649	337	535
5.	Российский государственный академический молодежный театр	Москва	542	156	199

²² Ранее частная Студия театрального искусства приобрела статус федерального учреждения и находится в ведении Минкультуры России с 2017 г. Более того, весь театральный комплекс был передан государству меценатом театра на безвозмездной основе.

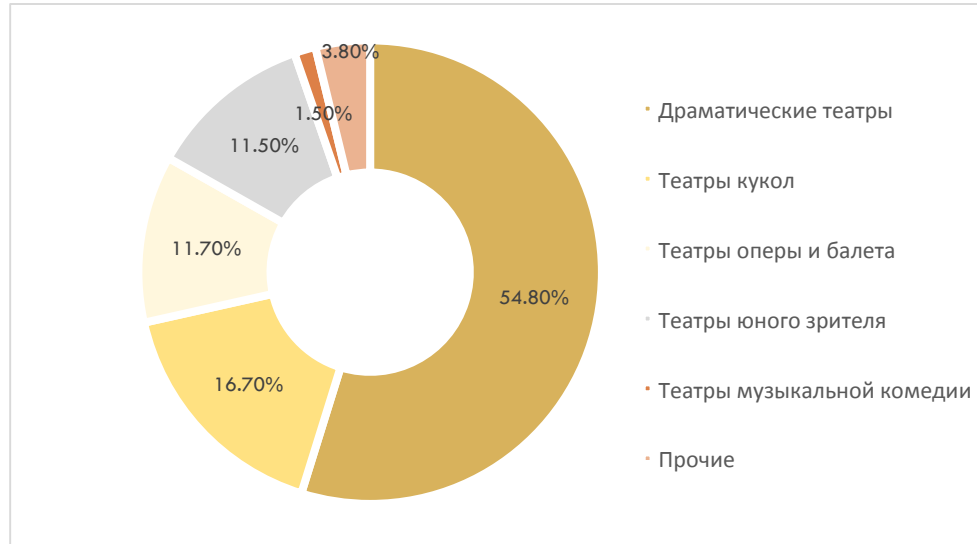
№	Название театра	Город	Число мероприятий, ед.	Зрители, тыс. чел.	Поступления от мероприятий, млн руб.
6.	Российский государственный академический театр драмы им. А. С. Пушкина	Москва	509	131	79
7.	Московский художественный театр академический театр им. М. Горького	Москва	480	233	147
8.	Государственный академический Большой театр России	Москва	476	495	1985
9.	Государственный академический Малый театр России	Москва	425	221	206
10.	Российский государственный Большой драматический театр им. Г. А. Товстоногова	Санкт-Петербург	386	131	239
11.	Московский государственный академический детский музыкальный театр им. Н. И. Сац	Москва	366	188	138,8
12.	Государственный театр Наций	Москва	349	112	287
13.	Академический Малый драматический театр – Театр Европы	Санкт-Петербург	338	101	118
14.	Российский государственный академический театр им. Федора Волкова	Ярославль	307	143	53
15.	Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета	Екатеринбург	265	211	110
16.	Новосибирский государственный академический театр оперы и балета	Новосибирск	264	257	218
17.	Российский государственный театр «Сатирикон» им. Аркадия Райкина	Москва	252	120	118
18.	Государственный Пушкинский Театральный центр Санкт-Петербурге	Санкт-Петербург	162	13	12
19.	Московский государственный академический камерный музыкальный театр им. Б. А. Покровского	Москва	161	26	16
20.	Государственный академический театр классического балета и под руководством Н. Касаткиной и В. Василева	Москва	92	н/д	25
21.	Российское театральное государственное агентство	Москва	3	10	4
22.	Федеральный центр поддержки гастрольной деятельности	Москва	н/д	н/д	н/д

Источник: Минкультуры России.

По итогам 2016 г., общий объем финансовых поступлений от различных мероприятий, проведенных федеральными театрами, составил свыше 7 млрд руб., при этом более половины поступлений приходится на долю Мариинского и Большого театров. По числу зрителей и проведенных мероприятий лидирует снова Мариинский театр. В ТОП5 театров по посещаемости

входят также Большой театр России, Театр им. Евгения Вахтангова, МХАТ им. А. П. Чехова и Новосибирский государственный академический театр оперы и балета.

С точки зрения жанровой структуры около 55% от общего числа театров в РФ составляют именно драматические театры, менее всего распространены театры юного зрителя (см. рис. 15).



Источник: на основе данных Минкультуры России.

Рис. 15. Жанровая структура российской государственной театральной сети, 2016 г.

В целях поддержки самой малочисленной жанровой прослойки в 2017 г. в рамках государственного проекта «Театр – детям» были выделены субсидии на техническое оснащение и новые постановки в размере 220 млн руб. В итоге, по данным Минкультуры России, 146 профильных государственных театров смогло приобрести новые музыкальные инструменты, необходимое оборудование и декорации; было выпущено 250 новых постановок. В 2018 г. планируемый объем госфинансирования составляет 700 млн руб.

Стоит также отметить, что в РФ развивается направление экспериментальных театров, достаточно популярное на развитых рынках (см. табл. 19)²³. Такие театральные организации расположены преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге, где присутствует продвинутая зрительская аудитория.

²³ В статистике Минкультуры России экспериментальные театры включены в соответствующую жанровую группу.

Таблица 19. ТОП5 экспериментальных театров, г. Москва, 2017 г.²⁴

№	Название театра	Год создания	Форма собственности	Жанровая специфика
1	Центр им. Мейерхольда (ЦИМ)	1991 г.	Государственная	Театральный мультиплекс
2	Мастерская П. Н. Фоменко	1993 г.	Государственная	Эксперименты с устоявшимися традициями русского театра
3	Театр.DOC	2002 г.	Частная	Театр документальной пьесы
4	Театр Практика	2005 г.	Государственная	Экспериментальный центр новой драмы
5	Гоголь-центр	2012 г.	Государственная	Театральный мультиплекс

Источник: на основе данных профильных Интернет-порталов.

Многие государственные театры создают резиденции для мастерских театральных вузов, чтобы дать молодым творческим группам возможность реализоваться и поработать с лучшими авторами и режиссерами. В рамках такой поддержки часто возникают новые театральные проекты.

В итоге можно сказать, что в РФ театры развиваются в русле мировых тенденций. Постепенно укрепляет свои позиции частный сегмент, чьи театральные проекты как раз и являются прибыльными в отличие от государственных. Однако основная поддержка исходит от государства, включая и финансирование независимых театров.

2.1.3 Продвижение и популяризация театрального искусства

В настоящее время государственные и независимые театры все большее внимание начинают уделять продвижению театрального продукта для расширения зрительской аудитории и повышения доходов организации. Главной особенностью продвижения в театральной среде является то, что объектами популяризации одновременно являются сам театр, театральный режиссер, спектакль и актеры («театральные звезды»). Но создание узнаваемого театрального бренда и репутации, внимание СМИ, привлекают интерес частных и корпоративных меценатов, что, в свою очередь, способствует улучшению финансового состояния креативного учреждения.

Эффективным в целях продвижения, по мнению представителей театрального сообщества, является участие в различных специальных локальных, национальных и международных мероприятиях (имеются ввиду крупные фестивали и конкурсы театрального искусства), привлекающих внимание зрительской аудитории, СМИ и театральной общественности РФ и мира. Например, Российская Национальная театральная Премия «Золотая Маска», Международный балетный приз и фестиваль Benois de la Danse, Федеральный фестиваль «Театральный Олимп» и др.

В целях продвижения театральные актеры также принимают участие в различных праздничных мероприятиях и проектах, например, таких как «Фестиваль уличных театров», «Фестиваль музыки и искусств Тремоло», «День города» и др. Также сегодня есть примеры PR-проектов, связанных с участием театральных актеров в различных ТВ-проектах и развлекательных шоу.

²⁴ Экспериментальные театры проранжированы по году создания.

Кроме того, сегодня театры, включая и российские, в целях повышения зрелищности спектаклей и привлечения новой аудитории интегрируют и адаптируют для своих нужд современные технологии.

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТЕАТРАХ В РФ И МИРЕ

■ **Видеотрансляции.** Королевский национальный театр (Royal National Theatre, Великобритания) с 2009 г. реализует проект «Национальный театр в прямом эфире» – проведение трансляций лучших спектаклей британских театров в прямом эфире и в записи в кинотеатрах по всему миру. В 2014 г. общее количество зрителей по всему миру превысило 550 тыс.; на сегодняшний день, согласно оценке самого театра, это рекорд для видеотрансляций спектаклей.

В РФ также проходят видеотрансляции креативного контента в кинотеатрах (см. табл. 20). Ключевыми дистрибьюторами являются CoolConnections и «Театральная Россия».

Таблица 20. ТОП5 крупнейших релизов креативного контента (театральные постановки) в РФ, 2016 г.

№	Название проекта	Жанр проекта	Дистрибьютор	Общие сборы, млн руб.	Количество зрителей, тыс. чел.	Количество кинотеатров	Средняя цена билета, руб.
1	TheatreHD: Гамлет: Камбербэтч	драматический спектакль	CoolConnections	15,3	17,7	91	863
2	TheatreHD: Shakespeare Live!	драматический спектакль	CoolConnections	2,7	4,5	70	597
3	TheatreHD: Как важно быть серьезным	драматический спектакль	CoolConnections	2,6	4,9	65	537
4	TheatreHD: Франкенштейн: Камбербэтч	драматический спектакль	CoolConnections	2,5	4,3	62	528
5	TheatreHD: Щелкунчик	балет	CoolConnections	2,1	4,2	56	494

Источник: на основе данных ЕАИС и Фонда Кино.

■ **Мультимедиа.** В 2009 г. в государственном академическом Большом театре России при участии известного оперного режиссера Д. Чернякова была поставлена опера «Воццек». Для повышения зрелищности современной оперы режиссер предложил ряд художественных решений, реализация которых была бы невозможна без использования современных технических средств. В частности, титры перевода проецировались на черные области вокруг декораций, эти титры должны появляться именно там, где в это время поет оперный солист. Во время смены сцены на черной плоскости пропечатывается синопсис как бы печатной машинкой. В комнате главной героини телевизор, висящий на стене, должен включаться и выключаться, переключать ТВ-программы, и ребенок должен играть в компьютерную игру. Все эти задачи были успешно решены при помощи новых технологий. Проекция титров и синопсисов шла на черный тюль с помощью проектора Christie Roadie HD 30k. Управление проекцией и телевизором на сцене осуществлялось

при помощи медиасерверов Catalyst V4. Световая программа и синхронизация 800 слайдов с титрами перевода шли через два специальных световых пульта. Постановка была воспринята с восторгом за рубежом. Так, французский музыкальный канал «Меццо» и одна звукозаписывающая студия даже предложили Д. Чернякову купить права на трансляцию и выпуск DVD.

- **Социальные сети.** В тотальном спектакле Shoot/Get Treasure/Repeat российского экспериментального театра Post по микропьесам Марка Равенхилла, который показывают обычно сразу в нескольких залах музеев современного искусства, финальный эпизод разыгрывался в международной социальной сети Facebook. Театральным режиссером выступил новатор Дмитрий Волкострелов. Спектакль вошел в число номинантов на премию «Золотая Маска-2014» в категории «Спектакль «Эксперимент». В 2017 г. в номинации «Эксперимент» на фестивале был представлен спектакль «Лесосибирск Лойс» театра «Поиск» в постановке Р. Букаева. Жанр постановки обозначен как «#спектакльчат»: актеры действительно ведут диалоги только в социальных сетях, предоставляя возможность присоединиться и зрителям.

В заключении можно сказать, что в настоящий момент продвижение театрального искусства преследует не только цель усиления позиций на российском рынке зрелищных мероприятий, а соответственно, и рост доходов плюс выход из зоны убыточности, но и повышения его социальной и культурной значимости.

2.2 Обзор ситуации в российской концертной индустрии

В современном мире вокальное и музыкально-инструментальное исполнительские искусства продолжают оставаться одними из самых востребованных. Эти виды искусств реализуются как в проектах в сфере искусства и развлечений, так и в совершенно полярных отраслях – торговле и рекламе, видеоиграх, медицине. При этом автономные и интеграционные решения могут быть достаточно рентабельными. Здесь стоит отметить, что создание и запись музыки, а также вопросы, связанные с лицензированием контента и использованием музыки, например, в рекламе – это, согласно существующих экспертных подходов, другая креативная отрасль. При этом, согласно рыночному подходу, сегмент исполнительских искусств и сегмент создания и записи музыки являются компонентами более широкого сектора, который в мировой практике принято также называть музыкальной индустрией²⁵ или рынком.

2.2.1 Обзор ситуации на российском музыкальном рынке

Музыкальный российский рынок является неотъемлемой частью национальной экономики и постепенно развивается, выходя на новые качественные уровни. Кроме того, стоит отметить, что музыкальный рынок занимает особое место в укрупненном секторе экономики под названием индустрия развлечений и оказывает непосредственное влияние на формирование модели экономики впечатлений в стране.

Что касается позиций российской музыкальной индустрии на мировом рынке, то, несмотря на имеющиеся серьезные проблемы (высокие риски, дорогие билеты, высокие гонорары

²⁵ Здесь имеется в виду более широкое понятие, чем креативная музыкальная индустрия, которая, как уже говорилось, ограничена процессами создания и записи музыки.

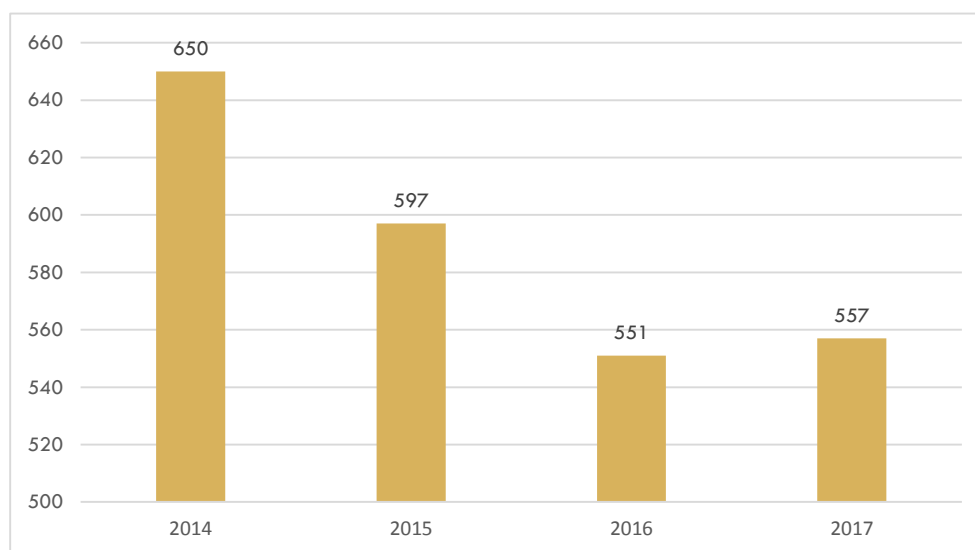
исполнителей, низкая окупаемость концертов, высокий уровень пиратства), она постепенно укрепляет свои позиции. Так, согласно данным зарубежных экспертных институтов, в 2016 г. мировая доля РФ на мировом рынке составляла 1,2% (см. табл. 21). С учетом того, что шоу-бизнес как таковой существует в стране около 20 лет, это неплохой результат. Кроме того, по мнению критиков, качество российской музыкальной продукции также постепенно растет.

Таблица 21. Ключевые мировые музыкальные рынки и позиция РФ, 2016 г.

№	Музыкальный рынок	Объем рынка, млн долл.
1	США	17 219
2	Германия	4 038
3	Великобритания	3 812
4	РФ	551
5	Китай	480
6	Индия	275
В МИРЕ		47 173

Источник: на основе данных PwC.

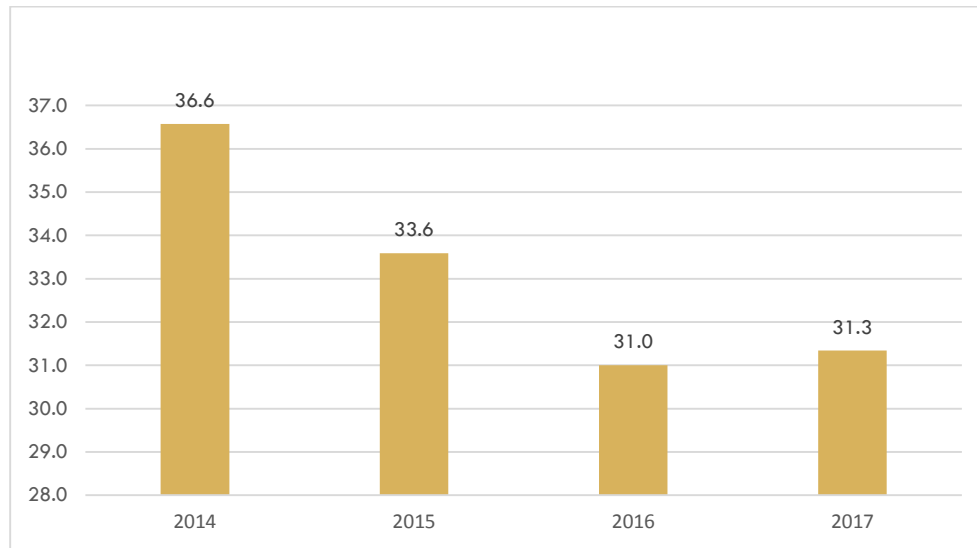
Согласно оценкам аналитической компании PwC, объем музыкального российского рынка в 2017 г. составил 557 млн долл. Показатель остался практически на уровне 2016 г. (см. рис. 16).



Источник: на основе данных PwC.

Рис. 16. Динамика российского музыкального рынка, млн долл., 2014–2017 гг.

В рублевом эквиваленте, с учетом сглаживания колебаний валютных курсов в 2014–2017 гг., наблюдается практически аналогичная динамика на рынке (см. рис. 17). При пересчете показателя по средневзвешенному годовому курсу ЦБ РФ в 2017 г. объем рынка составил 32,4 млрд руб. (в 2016 г. – 36,8 млрд руб.).



Источник: на основе отформатированных данных РвС и Банка России.

Рис. 17. Динамика российского музыкального рынка, млрд руб., 2014–2017 гг.

Основной причиной спада в 2015–2016 гг. на рынке является сокращение доходов населения, связанное с ухудшением общеэкономической ситуации в стране и девальвацией национальной валюты (см. табл. 22).

Таблица 22. Динамика реальных доходов населения, %, 2014–2017 гг.

Год	Изменение, г/г
2014	-0,7
2015	-3,2
2016	-5,8
2017	-1,7

Источник: Росстат.

А, шоу-бизнес, как и любое другое бизнес-направление, ориентированное на прямых потребителей, сильно зависит от покупательной способности в стране, которая в период кризиса существенно снижается. В 2017 г., когда произошло замедление падения темпов доходов россиян, появились признаки изменения ситуации в положительную сторону.

2.2.2 Ключевые участники российского музыкального рынка

На данный момент в РФ отмечается высокая концентрация артистических ресурсов, продюсерских компаний, промоутеров, лейблов звукозаписи в Москве и частично в Санкт-Петербурге. Исключением могут быть игроки любой группы на региональных рынках, специализирующиеся на национальной музыке. Например, как это происходит в кавказских регионах.

Исполнители: вокалисты и музыканты

Что касается исполнителей, то сейчас на российском музыкальном рынке появляется все больше молодых сольных и коллективных проектов. Этому способствует многообразие различных реалити-шоу, связанных с поиском талантов, и развитие социальных сетей. Особенно сильно растет роль последних, которые позволяют заявить о себе и привлечь аудиторию практически без финансовых вложений. Например, такие исполнители, как Pharaoh, ATL, Obladaet, ЛСП, Элджей и др. недавно «существовали» только в пабликах «ВКонтакте», а сегодня гастролируют с турами по всей России. Несмотря на неоднозначные мнения критиков по поводу таких проектов, массовую аудиторию, преимущественно молодежную, благодаря вирусному эффекту размещенных треков и видео, они нашли. Также популярным направлением становятся телетрансляции живых концертов, включая выступления артистов в прямом эфире студии на радиостанциях (с возможностью просмотра и интерактивного общения).

Интересным моментом является текущее изменение предпочтений российской зрительской аудитории. По мнению участников рынка, доминирующая в течение нескольких лет поп-музыка постепенно уступает место таким направлениям, как рэп/хип-хоп и экспериментальная музыка. Новых исполнителей, работающих в этих жанрах, сейчас появляется больше всего. О наметившейся тенденции свидетельствует рейтинг ведущих исполнителей в 2017 г., по версии бизнес-издания Forbes (см. табл. 23).

Таблица 23. ТОП10 звезд российского шоу-бизнеса, 2017 г.²⁶

	ФИО артиста	Музыкальное направление	Объем доходов, млн долл.
1	Филипп Киркоров	Поп-музыка	7,4
2	Григорий Лепс	Поп-музыка	6
3	Тимати	Рэп/хип-хоп	6,6
4	Дима Билан	Поп-музыка	6
5	Егор Крид	Рэп/хип-хоп	4
6	БИ-2	Рок-музыка	5,7
7	Сергей Шнуров/группа «Ленинград»	Рок-музыка	5,0
8	Баста	Рэп	2,6
9	Николай Басков	Поп-музыка	4,3
10	Земфира	Рок-музыка	5

Источник: Forbes.ru

Здесь стоит отметить, что доходы звезд формируются не только за счет концертной деятельности и продаж альбомов, но и за счет участия в рекламе. Так, по данным InterMedia, лицензирование образов звезд музыки, кино, театра, других творческих индустрий для рекламы в 2017 г. составило 240 млн руб., в 2016 г. – 200 млн руб.

²⁶ При формировании рейтинга учитывались полученные доходы, количество упоминаний в СМИ и запросы в поисковых системах.

Продюсерские центры полного и неполного цикла

Важной группой участников музыкального рынка являются продюсерские центры, которые занимаются как созданием, так и менеджментом артистов, а также производством медиапродукции. Некоторые продюсерские центры работают также в сфере концертов и/или ивентинга. Однако, согласно мировой практике, отличительной характеристикой продюсерской компании является преимущественно творческая деятельность продюсеров по подготовке исполнителей, а также ведение административной деятельности в сфере шоу-бизнеса. Кроме того, многие центры, параллельно с ведением исполнителей, являются также и звукозаписывающими лейблами. На фоне развития Интернет-технологий и коммуникаций закономерным стало появление виртуальных продюсерских центров (например, продюсерский центр «Record» v 2.0). Ведущие продюсерские центры России кратко описаны в табл. 24.

Таблица 24.ТОП5 российских продюсерских центра – компаний полного цикла

№	Продюсерский центр	Краткое описание	Оказываемые услуги	Примеры клиентов
1	Продюсерский холдинг FBI Music (центр Е. Фридлянда)	Мощный игрок рынка. В холдинг входит Радио Total Recall, Продюсерский центр FBI Music, студия звукозаписи Диалог, юридическая компания ОАЗИС, студия графического дизайна TVID и другие поддерживающие структуры.	▪ Услуги звукозаписи и издание альбомов; ▪ Организация концертов; ▪ Полный цикл по продвижению и рекламе; ▪ Мультимедийная поддержка; ▪ Защита прав и др.	«Браво», Борис Моисеев, Ассорти, «Премьер-Министр», Оксана Казакова, Иван-да-Марья, Александр Панайотов и др.
2	URA Records	Продюсерская компания премиум класса и центр звукозаписи. Активно сотрудничает как с артистами, так и с компаниями реального сектора в целях развития творческих проектов	▪ Услуги звукозаписи и издание альбомов; ▪ Услуги продакшена; ▪ Создание эксклюзивных авторских материалов; ▪ Полный цикл по продвижению и рекламе; ▪ Мультимедийная поддержка; ▪ Защита прав и др.	Дима Билан, Согдиана, Сати Казанова, Катя Лель, Наталья Подольская, Михаил Шуфутинский, «Te100стерон» и др.
3	Продюсерский центр «Останкино»	Продюсерский центр работает с крупными СМИ, крупными событиями в разных сферах. Компания предлагает услуги по продвижению и менеджменту не только для артистов, но и для людей других творческих и социально значимых профессий.	▪ Полный цикл по продвижению и рекламе; ▪ Услуги продакшена; ▪ Создание эксклюзивных и авторских материалов (песен, книг и т.д.) и др.	Отсутствует информация в свободном доступе о популярных клиентах

№	Продюсерский центр	Краткое описание	Оказываемые услуги	Примеры клиентов
4	Музыкальный лейбл «MALFA» (бывший Продюсерский Центр М.Фадеева)	После смены названия и ребрендинга продюсерского центра изменилась и бизнес-стратегия компании. Фокус интересов сместился на поиск и продюсирование новых талантливых артистов.	- Услуги продакшена; - Создание эксклюзивных и авторских материалов (музыка, песни) и др.; - Полный цикл по продвижению и рекламе и др.	Наргиз, «Серебро», Юлия Савичева, Глюкоза, Олег Майами и др.
5	Продюсерский центр Pro Talant	Продюсерский центр помимо поддержки известных артистов также нацелен на активный поиск новых талантов.	- Услуги звукозаписи и издание альбомов; - Организация концертов; - Полный цикл по продвижению и рекламе; - Мультимедийная поддержка и др.	Митя Фомин, Жасмин, Жень Тополь, Эмма М, Сестры Толмачевы, Влад Соколовский и др.

Источник: составлено автором на основе данных профильных СМИ и информации с сайтов продюсерских центров.

Также продюсерские центры могут реализовывать проекты, связанные с экономикой впечатлений, с компаниями реального и финансового секторов. Например, такие компании, как «Сбербанк», ОЭК, МОЭСК, «Газпром» достаточно активно сотрудничают с продюсерскими центрами.

Звукозаписывающие лейблы

Что касается звукозаписывающих лейблов, о которых уже говорилось выше, то их деятельность основывается на заключении контрактов с исполнителями и их продвижении, а также производстве, звукозаписи и распространении музыкальной продукции в РФ и, по возможности, в мире. На российском рынке действует как мейджоры – крупнейшие мировые лейблы (Warner Music Group (США), Sony Music Entertainment (США/Япония) и Universal Music Group (США)²⁷), так и независимые российские крупные и мелкие игроки (например, CDLand Group, ПМИ, «Монолит Рекордс», «Мистерия Звука», «Студия Союз» и др.).

Организаторы концертов или компании-промоутеры

По данным InterMedia, в РФ существует около 4,5 тыс. компаний по организации концертных мероприятий (включены и подразделения продюсерских центров), большая часть которых – мелкие организации с 3–6 сотрудниками. По информации самих участников концертного рынка, профильных организаций в два раза меньше. В качестве примера крупных и средних концертных организаций можно привести АНО «РУ-Концерт», КА «Мельница».

2.2.3 Концертная деятельность – ключевой сегмент российского музыкального рынка

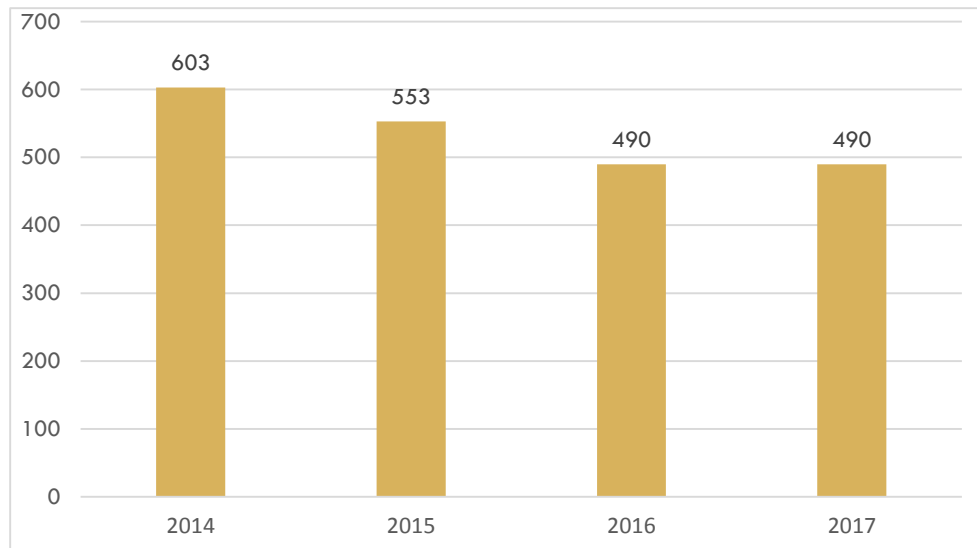
Концертная индустрия²⁸ занимает почти 89% всего российского музыкального рынка и на данный момент является основным видом доходов для артистов и авторов музыки и песен. Несмотря на

²⁷ Открыты «офисы» с нуля или были куплены российские известные музыкальные лейблы.

²⁸ Помимо непосредственных продаж билетов на мероприятия, сюда включают поступления от спонсоров и помощи в организации концертов и музыкальных фестивалей.

масштабы сектора, он является наиболее «закрытым», поэтому в отчете приведены только экспертные оценки.

Сегмент концертной деятельности или живой музыки²⁹, согласно данным PricewaterhouseCoopers (далее PwC), оказался самым пострадавшим сектором музыкального рынка в период недавнего кризиса (см. рис. 18). Спрос на билеты на концерты, по оценкам самих участников рынка, упал на 30%. Это оказалось сильным стресс-фактором для индустрии, так как для окупаемости мероприятий необходимо заполнение зала на 70%. Однако, признают эксперты, российскому рынку все же удалось избежать массовых отмен концертов.

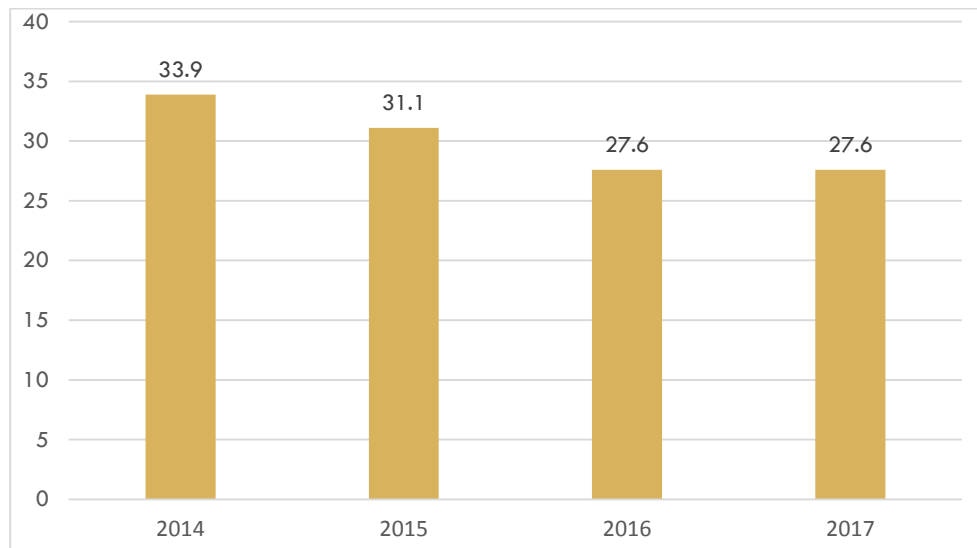


Источник: на основе данных PwC.

Рис. 18. Динамика сегмента концертной деятельности, млн долл., 2014–2017 гг.

В рублевом эквиваленте, с учетом сглаживания колебаний валютных курсов в 2014–2017 гг., в секторе живой музыки наблюдается практически аналогичная динамика на рынке (см. рис. 19).

²⁹ Концертная индустрия также в мировой практике носит название сегмента «живой музыки», хотя на выступлениях исполнителями могут использоваться как полноценные фонограммы, так и фрагментарные (отдельно голос и музыкальное сопровождение). Однако сейчас за живой звук выступают многие исполнители современной музыки. В академической музыке использование фонограмм не приемлемо как таковое.

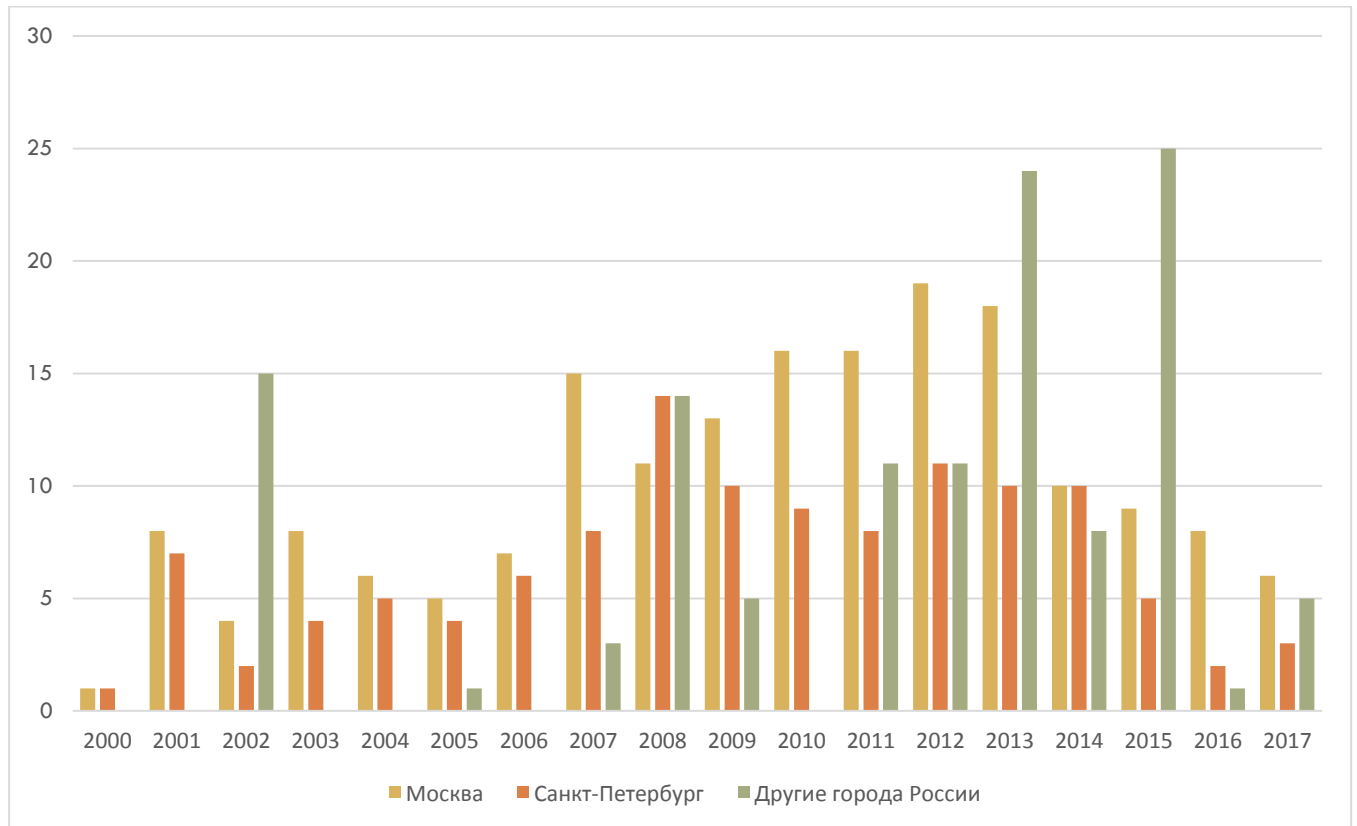


Источник: на основе отформатированных данных PwC и Банка России.

Рис. 19. Динамика сегмента концертной деятельности, млрд руб., 2014–2017 гг.

При пересчете показателя по средневзвешенному годовому курсу ЦБ РФ в 2017 г., без использования сглаживающих инструментов, объем рынка составил 28,6 млрд руб. (в 2016 г. – 32,7 млрд руб.).

Укрепление рубля в течение 2016 г. сделало организацию выступлений западных артистов доступной местным промоутерам в 2017 г., т.к. уменьшились в пересчете на рубли запрашиваемые в валюте гонорары. Также в более стабильных экономических условиях стало возможно планирование и организация концерта, подготовка к которому должна начинаться минимум за полгода до начала мероприятия. В результате, начавшееся сокращаться в кризисный период число концертов зарубежных звезд стало постепенно расти (см. рис. 20). Так, в 2017 г. состоялись концерты Sting и Элтона Джона, групп Depeche Mode и Kasabian и др. Также зарубежные музыканты приняли участие в ряде музыкальных фестивалей, проводимых в РФ.



Источник: на основе материалов ЕЖ «Профиль», Digitalmusicnews.com, Setlist.fm

Рис. 20. Динамика проведенных концертов мировых звезд³⁰ в РФ в 2000–2017 гг.

Стоит отметить, что начинает возрастать роль регионов в качестве концертных площадок. Число концертов западных артистов в крупных городах РФ в 2013 и 2015 гг. (около 25 мероприятий) стало максимальным с 2000 г. по 2017 г. Причина в том, что потенциальная публика из регионов, не пресыщенная различного рода развлечениями, как в столичных городах, не всегда готова ехать в Москву или Санкт-Петербург для посещения концерта по причине высокой стоимости проезда и проживания. Но в близлежащий регион, согласно результатам проведенных исследований различными маркетинговыми агентствами, поклонники артистов готовы выехать. Например, на проводимый в Краснодаре в апреле 2018 г. концерт финской рок-группы Rasmus, по экспертным данным, съезжались зрители не только с Краснодарского края, но и со Ставропольского края и Адыгеи.

К сожалению, официальных данных о количестве концертов, данных отечественными (негосударственными) исполнителями, не публикуется. По оценкам билетных операторов, в год в РФ проводится около 100 тыс. концертов российских исполнителей. Здесь необходимо подчеркнуть, что российская зрительская аудитория, согласно исследованиям агентства InterMedia, все же больше нацелена на потребление отечественного музыкального продукта. По

³⁰ Здесь подразумеваются мировые исполнители, входящие в ТОП250 по продажам альбомов по версии Recording Industry of America. Из этого рейтинга в РФ приезжали Элтон Джон, Мадонна, Дженнифер Лопес, Джордж Майкл, Ленни Кравиц, Бритни Спирс, Red Hot Chili Peppers, Linkin Park и др.

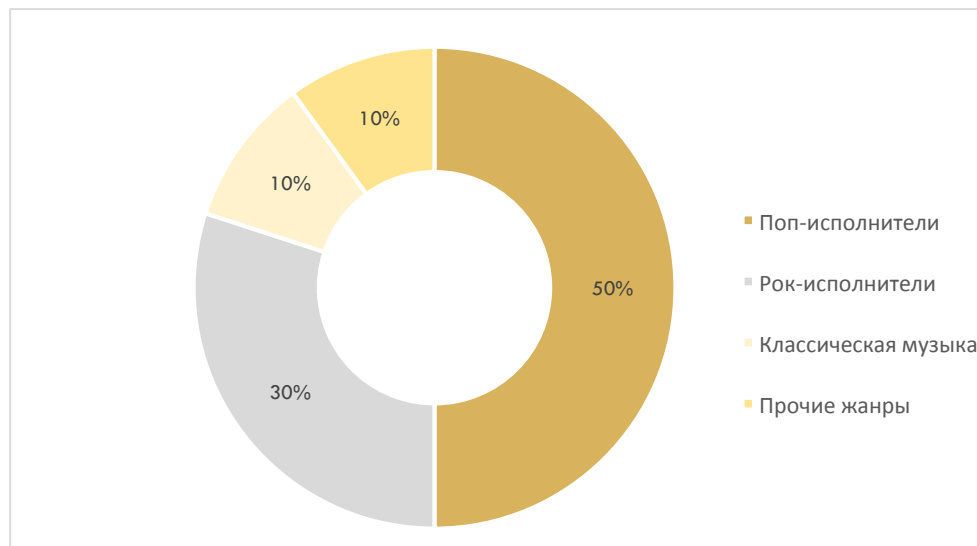
словам экспертов, конкурентоспособность российских артистов обусловлена тем, что их перестал разделять с зарубежными исполнителями жесткий барьер «качества». Гастрольные туры по РФ являются существенной статьей дохода российских исполнителей. Что касается государственного концертного сектора (академическая музыка), то в 2017 г. было проведено около 80 тыс. концертов на разных площадках (подробнее см. ниже).

Что касается зарубежных гастролей российских исполнителей, то это выезды в страны постсоветского пространства (например, Беларусь, Казахстан), государства, где проживают самые многочисленные русские диаспоры (США, Израиль), а также популярные туристические страны среди россиян (Турция, ОАЭ).

ЗАРУБЕЖНЫЕ ГАСТРОЛИ РОССИЙСКИХ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ В 2017 г. В США

Согласно информации Forbes, в ноябре-декабре 2017 г. в Нью-Йорке, Сан-Франциско и Сиэтле состоялось 24 выступления самых разных жанров, от концертов Леонида Агутина, Лолиты, Бориса Гребенщикова, группы «ЧайФ», Анжелики Варум и «Дискотеки Аварии» до творческой встречи с журналистом Александром Невзоровым, спектакля Максима Аверина и детского «Фикси-шоу». Билеты на эти мероприятия стоили от 30 до 156 долл., при условии полной загрузки залов, по оценке бизнес-издания, валовые сборы могли составить 1,61 млн долл.

В отношении жанровой структуры российского концертного рынка, можно сказать, что ее основную часть составляют концерты отечественных и зарубежных поп-исполнителей – это около 50% всех проводимых мероприятий. На втором месте находятся концерты рок-исполнителей. Замыкает тройку лидеров классическая музыка, однако этот сегмент является зоной ведения государства и достаточно активно субсидируется, но при этом является убыточным (подробнее см. ниже). Однако сейчас постепенно становится модной, как уже говорилось, экспериментальная музыка, которая интересна молодежной аудитории. Распределение проводимых концертов по жанрам представлено на рис. 21.



Источник: российские профильные СМИ.

Рис. 21. Жанровая структура проводимых в РФ концертов, 2016 г.

Необходимо отметить, что положительным моментом кризиса стало падение цен на билеты на концерты. До 2014 г., по мнению участников рынка, билеты на концерты в РФ были одними из самых дорогих в Европе в пересчете на евро, но в результате влияния экономического кризиса стали одними из самых дешевых в регионе (более низкая цена была зафиксирована только на Украине). С начала кризиса стоимость билетов, по оценке билетных операторов и компаний-промоутеров, выросла только на 20–30%, хотя должны были, исходя из российской и мировой практики, вырасти как минимум на 100%. В табл. 25 приведена стоимость билетов на концерты различных исполнителей в 2018 г.

Таблица 25. Примеры цен на билеты на концерты российских и зарубежных исполнителей в г. Москва, 2018 г.

Исполнитель	Ключевой формат исполнения	Музыкальное направление	Минимальная цена билета, руб.
РОССИЙСКИЕ ИСПОЛНИТЕЛИ			
Баста	Вокал	Рэп	От 7000
БИ2	Вокал	Рок-музыка	От 3500
Иеромонах Фотий	Вокал	Классическая музыка/ поп-музыка	От 2200
Леонид Агутин	Вокал	Поп-музыка	От 900
Серебро	Вокал	Поп-музыка	От 600
ЗАРУБЕЖНЫЕ ИСПОЛНИТЕЛИ			
Дэвид Гаррет (Германия)	Инструментальное исполнение (скрипка)	Классическая музыка, джаз, рок, кантри, фолк	От 7000
Роджер Уотерс/Pink Floyd (Великобритания)	Вокал	Рок-музыка	От 3000

Источник: сайты билетных операторов.

После кризиса многие компании-промоутеры изменили бизнес-модель, переместив фокус с цены билета на количество зрителей. Например, Главclub – один из крупнейших концертных клубов в Москве, на фоне кризиса запустил целую серию концертов с билетами по 200–300 руб. «Бюджетный» формат оказался эффективным: на каждое такое музыкальное мероприятие стали собираться по несколько тысяч человек. Для массовых концертов, по мнению участников рынка, в условиях низкой покупательной способности оптимальный уровень цен – 1,5–2 тыс. руб.

Стоит отметить, что цена на билеты молодых исполнителей или исполнителей, популярных в узких кругах, выступающих на небольших площадках, преимущественно клубных, более чем доступна (от 300 руб.). При этом такие коллективы могут гастролировать по стране, давая концерты в крупных городах.

Продолжают пользоваться популярностью различные музыкальные фестивали (как с платным, так и с бесплатным входом), где концертное мероприятие сопряжено с другими видами развлечений. Кроме того, такого рода мероприятия во всем мире привлекают существенный внешний и внутренний туристические потоки, что положительно сказывается на национальной экономике.

ПРИМЕРЫ ЛУЧШИХ ЕЖЕГОДНЫХ МУЗЫКАЛЬНЫХ ФЕСТИВАЛЕЙ В РФ

Цена на билеты приведены согласно данным 2016–2017 гг.

- **Международный джаз-фестиваль «Усадьба Jazz».** Автором идеи и президентом фестиваля является Мария Семушкина, генеральный директор продюсерского агентства «АртМания». Проводится ежегодно в июне в таких городах, как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Сочи. Стоимость посещения мероприятия в 2017 г. – от 500 руб. Это событие на сегодня – самое главное в сфере джазовой музыки в РФ, и, по мнению посетителей, достойных аналогов этому фестивалю пока нет. На мероприятии выступают как ведущие и всемирно известные исполнители, так и молодые артисты.
- **Международный музыкальный фестиваль MaxiDrom, организованный радио «Максимум».** Проводится периодически в июне в Москве. Стоимость посещения мероприятия в 2016 г. – от 3500 руб. По задумке организаторов мероприятие должно стать аналогом известного в мире рок-фестиваля Woodstock в США. На MaxiDrom обычно выступают мировые (RAMMSTEIN, Linkin Park) и российские звезды рок-музыки (Земфира, Чайф, Аквариум).
- **Всероссийский Грушинский фестиваль авторской песни.** Существует с 1968 г. и проводится ежегодно в конце июня в Самарской области (на Мاستрюковских озерах). Вход на мероприятие свободный. На фестивале можно услышать легендарных бардов, музыкальные коллективы, поэтов и приглашенных деятелей культуры. Каждый год организаторы мероприятия добавляют интересные локации, проводят конкурсы и дают возможность выступить молодым музыкантам.

Экономический кризис также сказался и на подсегменте неафишных мероприятий – корпоративных вечеринок и городских торжеств с бесплатным входом³¹. Количество таких мероприятий уменьшилось: по оценкам участников рынка, этот сектор сократился в 6 раз в 2017 г. с момента начала кризиса. Однако гонорары российских звезд первого эшелона (Филипп Киркоров, Григорий Лепс, Леонид Агутин и др.), согласно данным организатора концертных мероприятий АНО «Ру-концерт», возросли в 1,5–3 раза. Что касается средней ценовой категории (Пьер Нарцисс, Александр Киреев, Антон Зацепин), то здесь ситуация сложилась кардинально противоположным образом: размер гонорара уменьшился в 3–4 раза. Примерные размеры гонораров российских исполнителей представлены в табл. 26.

³¹ Здесь выступление артиста оплачивается за счет муниципального бюджета.

Таблица 26. Примеры размера гонораров за выступления на корпоративных и городских мероприятиях в 2018 г.

№	Исполнитель	Музыкальное направление	Размер гонорара за 1 час выступления на мероприятии ³² (без учета издержек по райдеру ³³)
1.	Филипп Киркоров	Поп-музыка	90-150 тыс. евро
2.	Григорий Лепс	Поп-музыка	90-150 тыс. евро
3.	Николай Басков	Поп-музыка	80-85 тыс. евро
4.	Лайма Вайкуле	Поп-музыка	40-50 тыс. евро
5.	Ани Лорак	Поп-музыка	35 тыс. евро
6.	А-Студио	Поп-музыка	30 тыс. евро
7.	ЮВА	Поп-музыка	15 тыс. евро
8.	Ария	Рок-музыка	От 900 тыс. руб.
9.	Надежда Бабкина и ансамбль «Русская песня»	Народная музыка	От 500 тыс. руб.
10.	Бурановские бабушки	Народная музыка	От 350 тыс. руб.

Источник: сайты концертных агентств.

Важным моментом для рынка в 2016–2017 гг. стал рост спонсорского интереса, который практически пропал в момент кризиса. Здесь подразумеваются компании (например, банки, производители и продавцы потребительских товаров), вкладывающие средства в организацию и проведение концертных мероприятий. При этом спонсору выделяется определенное количество бесплатных билетов, которые, как правило, используются в различных маркетинговых кампаниях. Обычно благодаря спонсорам, согласно экспертным оценкам, компания-промоутер может получить до 30% доходов.

Что касается концертной инфраструктуры, то, по данным агентства InterMedia, в РФ концерты проходят на примерно 10 тыс. площадках разного формата, включая концертные залы, цирки, стадионы, летние театры, клубы. Наибольшая часть инфраструктуры сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге. Также концерты могут проводиться и на не специализированных площадках, например, в музеях, библиотеках и т.д.

В отношении формата площадок, можно сказать, что до кризиса пользовались популярностью площадки большой вместимости (на 5–6 тыс. чел.). В период кризиса, по заявлениям компаний-промоутеров, стали востребованы небольшие площадки вместимостью 1,5–2 тыс. человек (клубный формат).

Также стоит подчеркнуть, что для продаж билетов на концерты в РФ продолжают использоваться как традиционные, так и дистанционные дистрибутивные каналы. Традиционные (продажи в

³² Размеры гонораров приведены в разных валютах, так как популярные исполнители указывают размер гонорара в валюте. Исполнители средней ценовой категории – в рублях. Кроме того, стоимость выступления в прайс-листах разных концертных организаций различается, поэтому в таблице 26 приведен средний диапазон цен.

³³ *Райдер* – перечень условий и требований, предъявляемых артистом к организаторам выступлений. Полное выполнение всех условий райдера стороной организатора является необходимым условием организации выступления артиста. В противном случае артист имеет полное право отказаться от выступления без возврата внесенной предоплаты и возмещения убытков организатора.

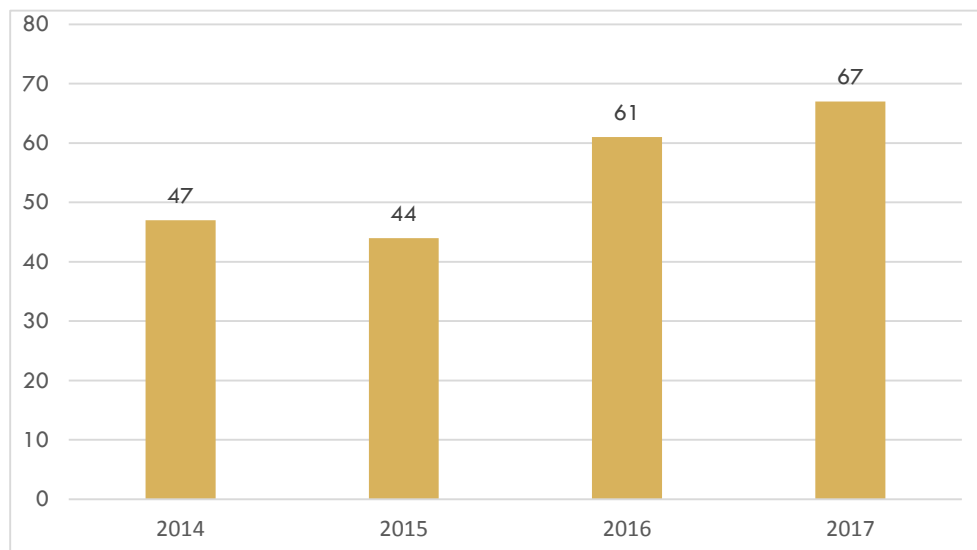
физических кассах) остаются популярными в регионах. В Москве, Санкт-Петербурге и городах-миллионниках эффективнее оказываются Интернет-продажи (продажи через онлайн билетных операторов).

Резюмируя, можно сказать, что несмотря на имеющиеся стоп-факторы, российская концертная независимая индустрия постепенно развивается. Причем эволюция происходит в русле мировых тенденций.

2.3 Звукозаписывающий сектор – самый быстрорастущий сегмент российского музыкального рынка

Звукозаписывающий сегмент, согласно данным PwC, составляет около 11% российского музыкального рынка. Рост в секторе обусловлен увеличением объема продаж музыки на цифровых носителях. При этом продажи на физических носителях (CD, LP, MC, SACD, MD, флеш-карты) падают, что связано с тенденцией информатизации общества в РФ и мире. Кроме того, есть артисты, которые вообще отказались от выпусков альбомов.

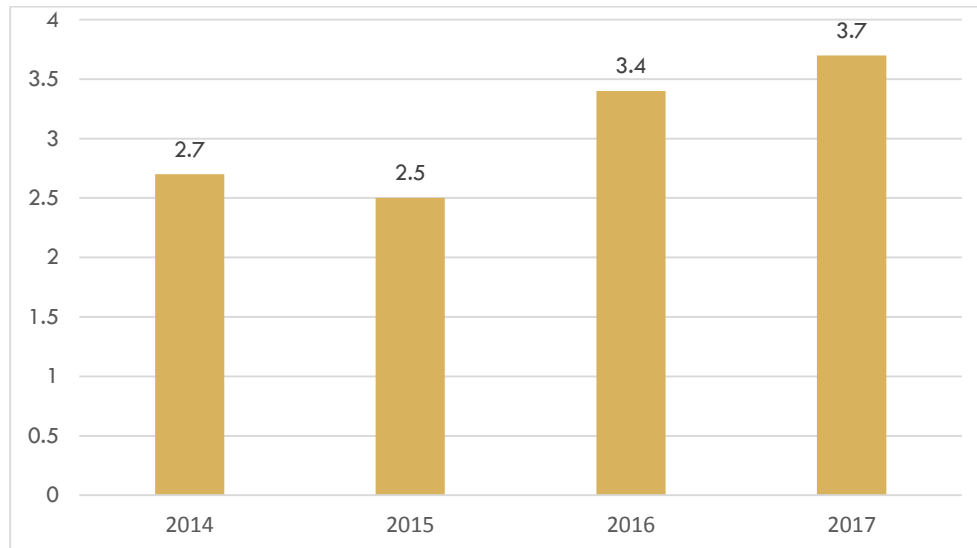
Однако, несмотря на наметившийся спад, продажа музыки на физических носителях в РФ пока продолжает оставаться доходным сегментом для российских артистов (см. рис. 22). Кроме того, согласно заявлениям Universal Music Russia, в РФ пользуются стабильным спросом виниловые пластинки.



Источник: на основе данных PwC.

Рис. 22. Динамика сегмента звукозаписи, млн долл., 2014–2017 гг.

В рублевом эквиваленте, с учетом сглаживания колебаний валютных курсов в 2014–2017 гг., в секторе живой музыки наблюдается практически аналогичная динамика на рынке (см. рис. 23).

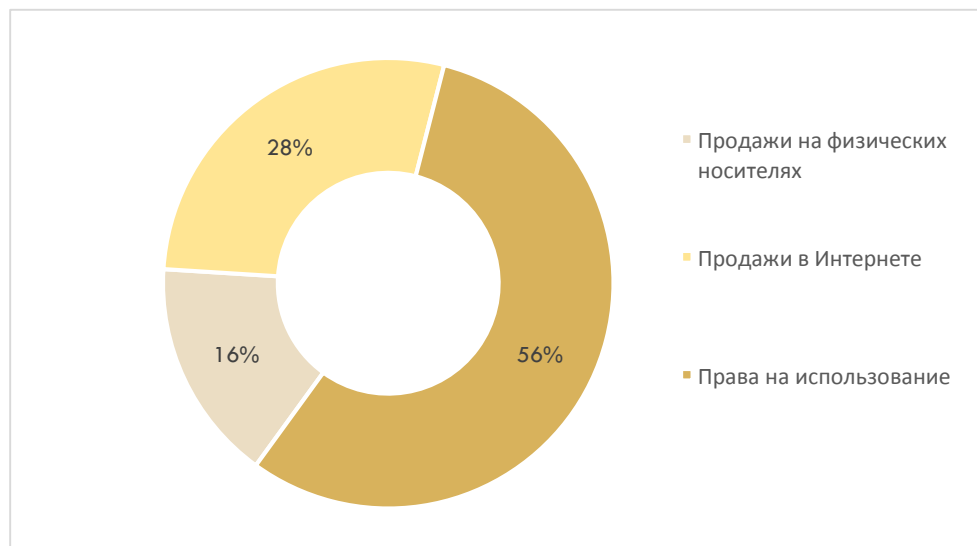


Источник: на основе данных PwC.

Рис. 23. Динамика сегмента звукозаписи, млрд руб., 2014–2017 гг.

При пересчете показателя по средневзвешенному годовому курсу ЦБ РФ в 2017 г., без сглаживания валютных волн, объем рынка составил 3,9 млрд руб. (в 2016 г. – 4,0 млрд руб.).

По данным Международной федерации производителей фонограмм и видеограмм (International Federation of the Phonographic Industry, IFPI), в 2016 г. объем сегмента звукозаписи в РФ составил 63 млн долл. (или 4,2 млрд руб.), что на 3% больше оценок PwC. Распределение видов продаж представлено на рис. 24. В 2016 г. доля продаж музыки в Интернете составила более 50%, а доля продаж музыки на физических носителях – всего 16%.



Источник: IFPI.

Рис. 24. Структура продаж в звукозаписывающей индустрии, % от выручки, 2016 г.

Стоит отметить, что все продажи в Интернете можно подразделить на три группы:

- сервисы стриминга или потоковой передачи музыки. Здесь доходы генерируются за счет платной подписки и рекламы;
- скачивание треков и альбомов через лицензированные сервисы;
- мобильная музыка (рингтоны и тональные сигналы возврата вызова).

При этом сервисы потокового воспроизведения, по оценкам IFPI, растут сильнее остальных подsegmentов. Если весь segment продаж цифровой музыки вырос на 29%, то доходы от стриминга – на 128%, с 10,37 млн долл. (637 млн руб.) в 2015 г. до 23,67 млн долл. (1,6 млрд руб.) в 2016 г. Крупнейшими доступными стриминговыми сервисами в РФ являются «Яндекс.Музыка», Google Play Музыка, iTunes Store и Deezer. На данный момент эти стриминговые сервисы, по данным аналитических агентств, насчитывают в РФ более 1 млн платных пользователей.

Таким образом, можно сказать, что на музыкальном рынке в РФ, как и во всем мире произошел качественный скачок – индустрия звукозаписи начала расти благодаря цифровым сервисам.

2.3.1 Текущее состояние российского государственного концертного сектора

В РФ зона внимания государства в отношении вокального и музыкально-инструментального исполнительских искусств ограничивается преимущественно классической музыкой и в меньшей степени – фольклором и джазом. В соответствии с этим официальная статистика ведется только по федеральным, региональным, локальным концертным организациям и самостоятельным коллективам ведения Минкультуры России, органов исполнительной власти субъектов РФ и местных органов власти соответственно.

Согласно данным Минкультуры России, объем финансовых поступлений государственных концертных организаций в 2017 г. составил 31,2 млрд руб., что на 16% больше по сравнению с 2016 г. (26,8 млрд руб.). Бюджетное финансирование на одного зрителя составило 1052 руб. (для сравнения: 904 руб. в 2016 г.). Объем внебюджетных доходов в 2017 г. составил 7 млрд руб. (23% всех поступлений), что на 9% больше по сравнению с показателем 2016 г. (см. табл. 27). Рост благотворительных и спонсорских вкладов за отчетный период составил 20%.

Таблица 27. Динамика внебюджетных доходов государственных концертных организаций, 2012–2017 гг., млн руб.

Год	Внебюджетные доходы, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля внебюджетных доходов в общих поступлениях средств, %
2012	4 478	765	23%
2013	4 988	510	22%
2014	5 340	352	21%
2015	6 004	664	24%
2016	6 414	410	24%
2017	7 016	602	23%

Источник: на основе данных Минкультуры России и Росстата.

Доходы от уставных видов уставной деятельности в 2017 г., согласно данным ведомства, сократились на 5% по сравнению с 2016 г. до 4,8 млрд руб. – 15% всех поступлений (см. табл. 28). Основная причина такой ситуации – сокращение числа концертных мероприятий в сезоне 2016/2017 гг.

Таблица 28. Динамика доходов государственных концертных организаций от основных видов уставной деятельности, 2012–2017 гг., млн руб.

Год	Доходы от основных видов уставной деятельности, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля доходов от основных видов уставной деятельности в общих поступлениях средств, %
2012	3 430	461	17%
2013	3 912	482	17%
2014	4 047	135	16%
2015	4 386	339	18%
2016	5 056	670	19%
2017	4 795	-261	15%

Источник: на основе данных Минкультуры России и Росстата.

Однако, даже при росте доходов (в среднем на 17% в год в 2012–2016 гг.), государственные концертные организации в большинстве своем оставались убыточными и могли существовать и развиваться только при поддержке государства.

Что касается количества участников, то на конец 2017 г., по данным Минкультуры России, в стране насчитывалось 350 государственных концертных организаций и самостоятельных коллективов. В течение 2015–2016 гг. наблюдалось снижение числа концертных учреждений, вызванное оптимизацией концертного хозяйства (см. табл. 29).

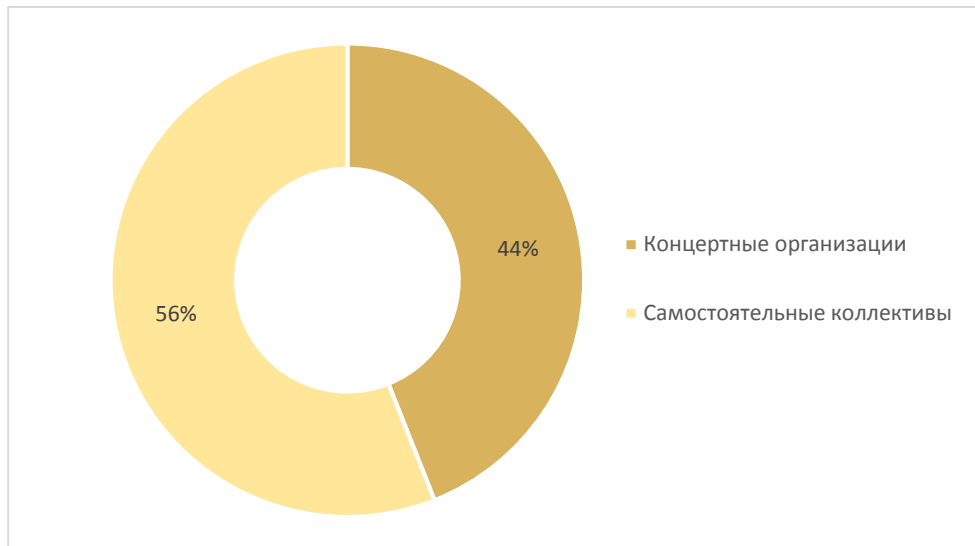
Таблица 29. Динамика количества государственных концертных организаций и самостоятельных коллективов в 2012–2017 гг.

Год	Общее число концертных учреждений, ед.	Годовой прирост, ед.	Число концертных учреждений на 10 тыс. жителей, ед.
2012	343	+24	0,024
2013	352	+9	0,025
2014	361	+9	0,025
2015	359	-2	0,025
2016	349	-10	0,024
2017	359	+1	0,025

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Однако с другой стороны, постепенно происходит развитие государственной концертной инфраструктуры. В течение 2013–2017 г. были построены и реконструированы здания филармоний в пяти городах (Пензе, Воронеже, Саратове, Мурманске и Новосибирске). В Москве в 2014 г. был открыт Концертный зал им. С. В. Рахманинова.

В структуре государственных концертных учреждений, по данным ведомства, самостоятельные коллективы составляют 56% (см. рис. 25). На долю концертных организаций приходятся оставшиеся 44%, но к ним может быть прикреплено сразу несколько различных коллективов.



Источник: на основе данных Минкультуры России.

Рис. 25. Структура государственных концертных учреждений, 2017 г.

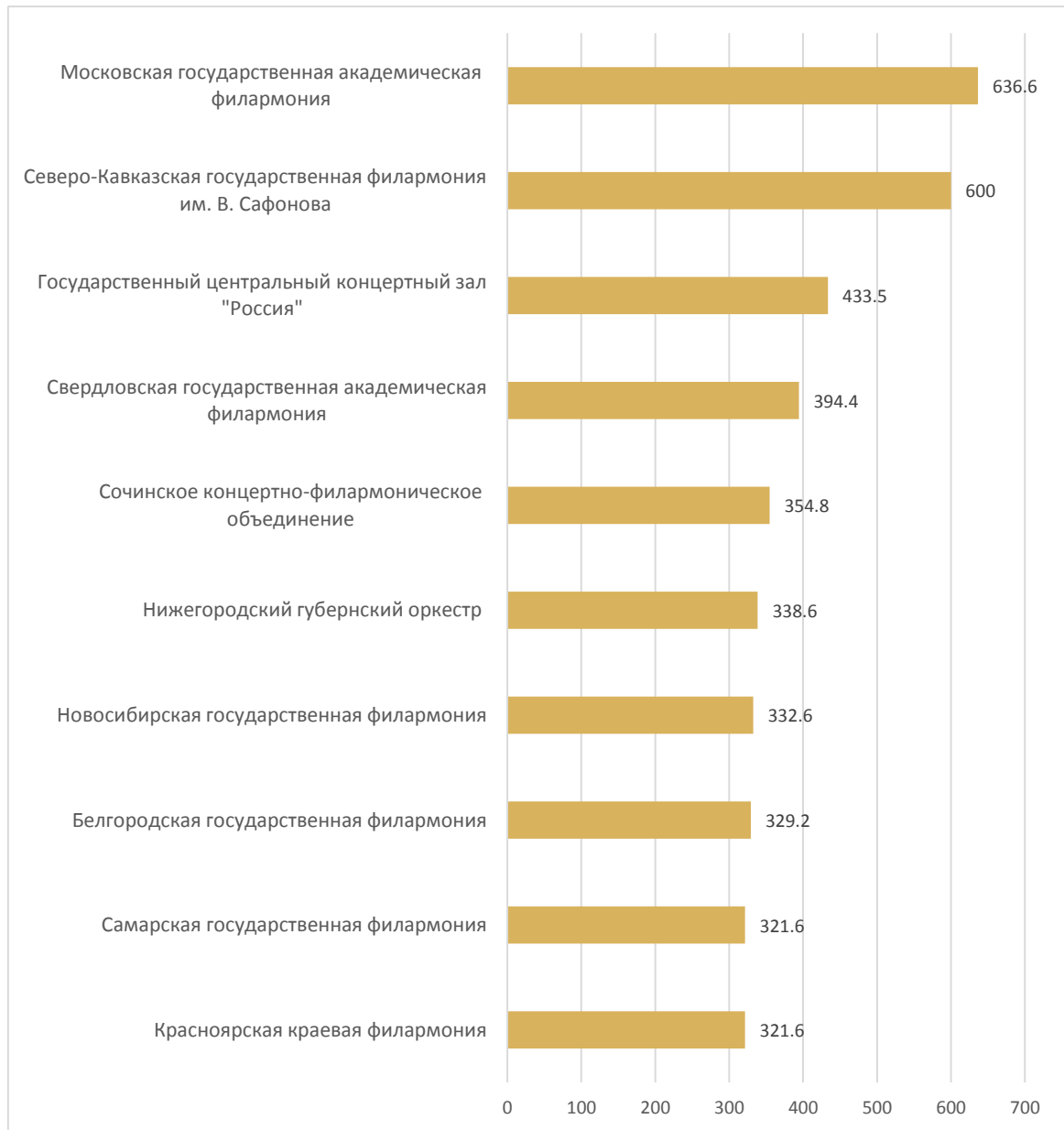
Здесь стоит, вероятно, отметить, что под концертной организацией/самостоятельным коллективом, согласно трактовке, приведенной в «Концепции развития концертной деятельности в области академической музыки в Российской Федерации до 2025 г.», понимается организация, осуществляющая создание, показ (публичное исполнение) и/или организацию показа концертных программ. Основным видом концертной организации в области академической музыки в стране является филармония, которая одновременно является концертной площадкой, организующей проведение филармонических и эстрадных концертов, агентом, обеспечивающим занятость музыкантов, продюсером, осуществляющим постановки, просветителем, проводящим лекции-концерты (в табл. 30 представлено количество филармонических коллективов в 2016 г.). При этом также остается популярным формат концертных залов, где могут проводиться концертные программы разных музыкальных направлений, спектакли и музыкальные вечера.

Таблица 30. Филармонические коллективы (самостоятельные и в составе филармонии), 2016 г.

Вид организации	Всего организаций, ед.
Всего филармонических коллективов	762
в том числе:	
Симфонические оркестры	77
Камерные оркестры и ансамбли	136
Оркестры народных инструментов	80
Духовые оркестры	50
Народные хоры	22
Прочее	397

Источник: на основе данных Минкультуры России.

По данным Минкультуры России, в 2016 г. лидирующие позиции по посещаемости среди всех государственных концертных организаций заняли Московская государственная академическая филармония, Северо-Кавказская государственная филармония им. В. Сафонова и государственный концертный зал «Россия» (здесь в отличие от филармоний поводятся преимущественно концерты неакадемической музыки). Все ТОП10 концертных организаций с высокой посещаемостью представлены на рис. 26.



Источник: на основе данных Минкультуры России.

Рис. 26. Концертные организации – лидеры по посещаемости в 2016 г.

Также отдельно стоит остановиться на такой категории, как федеральные концертные организации (крупнейшие концертные учреждения в стране). По данным Минкультуры России, в

2016 г. доля федеральных концертных организаций от общего числа госучреждений подобного рода составляет около 7%. Более подробная информация по федеральным концертным учреждениям содержится в табл. 31.

Таблица 31. Федеральные концертные организации и самостоятельные коллективы, 2016 г.

№	Название концертной организации или самостоятельного коллектива	Город	Число мероприятий, ед.	Зрители, тыс. чел.	Поступления от мероприятий, млн руб.
1.	Северо-Кавказская государственная филармония им. В. Сафонова	Кисловодск	2 010	600	27
2.	Московская государственная академическая филармония	Москва	1 853	637	578
3.	Санкт-Петербургская академическая филармония им. Д. Шостаковича	Санкт-Петербург	365	277	209
4.	Государственный академический русский народный ансамбль «Россия» им. Л. Г. Зыкиной	Москва	110	-	2
5.	Государственная академическая хоровая капелла им. А. Юрлова	Москва	95	-	10
6.	Санкт-Петербургский Дом Музыки	Санкт-Петербург	77	34	1,5
7.	Российский государственный академический камерный «Вивальди-оркестр»	Москва	67	-	8
8.	Государственный академический Большой симфонический оркестр им. П.И. Чайковского	Москва	57	63	37
9.	Государственный духовой оркестр России	Москва	57	-	2
10.	Национальный академический оркестр народных инструментов России им. Н. П. Осипова	Москва	56	-	6
11.	Государственный академический ансамбль народного танца им. И. Моисеева	Москва	54	-	27
12.	Государственный академический симфонический оркестр России им. Е. Ф. Светланова	Москва	53	-	16
13.	Национальный филармонический оркестр России	Москва	51	-	13
14.	Государственный симфонический оркестр «Новая Россия» п/у Ю. Башмета	Москва	50	-	11
15.	Государственный камерный оркестр джазовой музыки им. О. Лундстрема	Москва	49	-	8

№	Название концертной организации или самостоятельного коллектива	Город	Число мероприятий, ед.	Зрители, тыс. чел.	Поступления от мероприятий, млн руб.
16.	Государственный академический русский народный хор им. М. Пятницкого	Москва	44	101	9
17.	Государственная академическая симфоническая капелла России	Москва	40	2,2	17
18.	Государственный академический русский концертный оркестр «Боян»	Москва	33	-	5
19.	Российский национальный оркестр	Москва	29	-	5
20.	Московский государственный академический оркестр п/у П. Когана	Москва	27	41	15
21.	Федеральная дирекция культурно-массовых мероприятий	Москва	23	-	-
22.	Федеральная дирекция музыкальных и фестивальных программ «Росконцерт»	Москва	14	1	-
23.	Российский государственный симфонический оркестр кинематографии	Москва	14	-	8
24.	Государственный академический русский хор им. А. Свешникова	Москва	9	-	2

Источник: Минкультуры России.

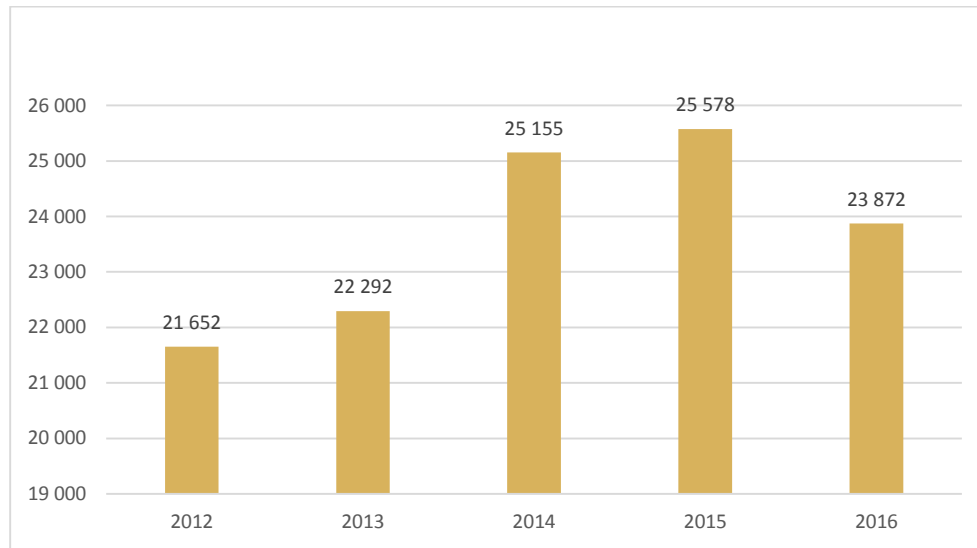
В 2017 г., по данным ведомства, было проведено свыше 78 тыс. концертов, или в среднем 218 концертов на одну организацию/коллектив в год – показатель практически остался на уровне 2016 г. (см. табл. 32). Одна из причин снижения количества музыкальных мероприятий в 2015–2017 гг. – оптимизация концертной деятельности госучреждениями.

Таблица 32. Динамика числа проведенных концертов государственными организациями, 2012–2017 гг.

Год	Общее число концертов, ед.	Годовой прирост, ед.	Относительный прирост, %	Число концертов на 1 организацию коллектив, ед.
2012	76 871	-	-	224
2013	78 376	+1 505	+2,0%	223
2014	80 611	+2 235	+2,9%	223
2015	80 466	-145	-0,2%	224
2016	78 418	- 2 048	-2,5%	225
2017	78 194	- 224	-0,3%	218

Источник: Минкультуры России.

В 2016 г., по информации ведомства, концерты посетило почти 24 млн чел., что на 7% ниже уровня 2015 г. Динамика посещаемости мероприятий в 2012–2016 гг. представлена на рис. 27.



Источник: Минкультуры России.

Рис. 27. Динамика посещаемости концертов в РФ, 2012–2016 гг., тыс. чел.

По итогам 2017 г. полных данных о посещаемости концертов пока не опубликовано. Без учета гастролей в другие регионы концерты академической музыки посетило свыше 22 млн чел. В то же время в столичных городах было отмечено существенное увеличение интереса к филармонической музыке. При открытии онлайн-продажи абонементов³⁴ Московской филармонии на сезон 2016/2017 гг. только за первую ночь было продано рекордное число – около 100 тыс. абонементов.

Что касается репертуарной политики самих участников, то согласно результатам исследования профильного издания «Музыкальное обозрение», в последние несколько лет все больше оркестров мигрирует фактически в категорию эстрадно-симфонических и эстрадно-камерных. Репертуар многих музыкальных коллективов все чаще пополняется музыкой кино, популярными эстрадными песнями. Государственные концертные организации могут отказываться от высокохудожественных проектов в пользу коммерчески успешных. Так, например, Симфонический оркестр Москвы для приобщения нового зрителя к «живой» музыке реализует проект Live Cinema Concert с использованием музыкальным тем из таких известных кинолент, как «Крестный отец», «Метрополис», «Гладиатор», «Пираты Карибского моря», «Властелин колец». Но фокусирование только на интересах массовой зрительской аудитории, по мнению экспертов, может поставить под угрозу выживание определенных музыкальных жанров (например, сложную для восприятия камерную музыку).

³⁴ Традиция абонементных концертов – это основа работы большинства филармоний. В таком формате появляется возможность сочетания музыкального исполнения с рассказом о музыке.

РЕПЕРТУАРНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКИХ ОРКЕСТРОВ, СЕЗОН 2016/2017

на основе результатов исследования профильного издания «Музыкальное обозрение»

Согласно сложившейся мировой практике, основа репертуара симфонических оркестров – симфонии и крупные симфонические сочинения конца XVIII – середины XX вв. Однако в репертуаре российских оркестров, по данным «Музыкального обозрения», этот сегмент занимает не самое большое место: оркестры при достаточно обширном репертуаре сыграли в сезоне только по 2–4 симфонии.

Сравнительно часто звучат симфонии венских классиков (В. Моцарт, Й. Гайдн, Л. Бетховен) и ранних романтиков (Ф. Шуберт, Р. Шуман, Ф. Мендельсон, А. Дворжак, М. Равель). При этом симфонические произведения И. Брамса играют эпизодически, Г. Малера, Р. Штрауса – редко, А. Брукнера – очень редко.

Из классиков конца XIX – начала XX вв. в репертуаре изредка играют Б. Бартока («Концерт для оркестра» и «Музыку для струнных, ударных и челесты»), Я. Сибелиуса (симфонии № 1 и № 2).

Среди русских партитур самая популярная – «Шехеразада» и «Испанское каприччио» Н. А. Римского-Корсакова. Многие оркестры обращаются к симфониям П. И. Чайковского (кроме 2-й и 3-й) и другим его партитурам, симфониям и «Симфоническим танцам» С. В. Рахманинова. Также периодически звучит 4-я симфония Танеева, симфонии Д. Д. Шостаковича (№№ 1, 5, 7, 9, 14, 15). А вот симфонии С. С. Прокофьева – совсем нечасто. Крайне редко включались в программы российских оркестров симфонии А. К. Глазунова (№ 4 и № 5), Н. Я. Мясковского (№ 10 и № 21), А. П. Бородина, А. Н. Скрябина, В. С. Калинникова. Из произведений И. Ф. Стравинского играют практически только фрагменты трех «русских» балетов.

В то же время очень востребована так называемая «популярная классика»: фрагменты из балетов П. И. Чайковского, произведений А. И. Хачатуряна, увертюра к «Руслану и Людмиле» М. И. Глинки, «Метель» Г. В. Свиридова, «Марш Радецкого» И. Штрауса-отца и увертюра к «Летучей мыши» И. Штрауса-сына, «Пер Гюнт» Э. Грига, увертюра из к/ф «Дети капитана Гранта» И. О. Дунаевского, «Романс» Д. Д. Шостаковича из к/ф «Овод», пьесы Пяццоллы.

Также стоит отметить, что практически не представлена музыка второй половины XX и XXI вв.

Также государственные концертные организации активно сотрудничают и реализуют совместные проекты со звездами российской эстрады и рок-музыки, артистами кино и театра, такими, как, например, Лариса Долина, Филипп Киркоров, Валерия, Тамара Гвердцители, Александр Малинин, Николай Басков, Дмитрий Маликов, Ольга Кормухина, группы «Uta2rmaH», «Ария», «Кватро», «Би-2» и др.

В отношении финансовой доступности посещения концертов, проводимых государственными учреждениями, можно сказать, что наблюдается рост средней стоимости одного билета на концертные мероприятия за период 2012–2016 гг. (см. табл. 33). Средняя стоимость билетов на концерты федеральных учреждений по итогам 2016 г. примерно вдвое выше. По оценкам Института «Центр развития» НИУ ВШЭ, в 2017 г. стоимость одного посещения музыкального мероприятия, проводимого государственной концертной организацией, составила в среднем 382 руб.

Таблица 33. Динамика средней стоимости одного посещения концерта, 2012–2017 гг.

Год	Средняя цена одного посещения концерта, руб.	В том числе в федеральных учреждениях, руб.	В том числе в подведомственных субъектам РФ и муниципальных организациях, руб.
2012	248	466	208
2013	285	558	238
2014	280	558	233
2015	291	658	228
2016	329	680	265

Источник: Минкультуры России.

Российские государственные концертные организации также осуществляют гастрольную деятельность в пределах страны. Основную долю составляют выездные мероприятия (более 50% всех концертов). В 2015–2017 гг. наметилась легкая негативная динамика (не более 5–6% в год), связанная, как уже говорилось, с оптимизацией концертной деятельности госучреждений (см. табл. 34).

Таблица 34. Выездная и гастрольная деятельность государственных концертных организаций и коллективов в пределах РФ³⁵

Год	Число гастрольных мероприятий, ед.	Годовой прирост, ед.	Доля от общего числа концертов, проведенных в РФ, %
2012	56 378	-	73%
2013	56 848	+470	73%
2014	58 559	+ 1 711	73%
2015	57 661	-898	72%
2016	54 702	- 2 959	70%
2017	51 513	- 3189	67%

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Отдельно здесь стоит остановиться на проекте «Всероссийские филармонические сезоны», реализуемом с 2003 г. совместно Минкультуры России и Московской государственной академической филармонией. При поддержке государства стало возможным возрождение активной концертной деятельности филармонических коллективов в целях обеспечения равного доступа к культурным ценностям для жителей различных регионов РФ (в 2017 г. охвачено 55 городов, проведен 151 концерт). К участию в проекте привлечены ведущие государственные концертные организации страны (например, Свердловская государственная филармония, Государственный академический симфонический оркестр России им. Е. Ф. Светланова, Государственная академическая капелла России им. А. А. Юрлова, Государственный академический ансамбль народного танца им. Игоря Моисеева и др.).

³⁵ В таблицу 34 включены данные о количестве выездных музыкальных мероприятий, проведенных профильными организациями на территории РФ, а также гастрольных мероприятий в пределах своего региона и в других субъектах РФ.

Что касается зарубежных гастролей, то отечественные государственные концертные организации, согласно информации самих учреждений, выступают на различных зарубежных площадках (например, Австрии, Великобритании, Германии, Болгарии, Омана, Словакии, Тайваня, Турции, Франции, Черногории, Чехии, Японии и др.). Количественные показатели профильных учреждений, связанные с зарубежной гастрольной деятельностью, представлены в табл. 35.

Таблица 35. Гастрольная деятельность государственных концертных организаций и коллективов за рубежом

Год	Число гастрольных туров, ед.	Число гастрольных мероприятий, ед.	Численность зрителей, тыс. чел.	Поступления от мероприятий, тыс. руб.
2016	424	943	678	236 359
2017	545	н/д	н/д	н/д

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Здесь стоит упомянуть международный проект «Русские сезоны», действующий с 2017 г., в рамках которого было организовано 200 выступлений лучших государственных концертных коллективов в 45 городах Японии. В перспективе, согласно информации Минкультуры России, география проекта должна расшириться и включить такие страны, как США, Италия и Германия.

В целях популяризации преимущественно академической музыки в стране реализуется ряд федеральных и региональных проектов. Проводятся различные мероприятия (конкурсы, фестивали и т.д.). Например, международный музыкальный фестиваль «Времена года», Московский Пасхальный фестиваль, всероссийский фестиваль-конкурс «Музыка Земли» и др.

Также стоит отметить, что концертные организации часто применяют мультимедийные и Интернет-технологии для повышения уровня зрелищности концертов академической музыки. Так, с 2014 г. зрители из регионов получили возможность присутствия на трансляциях концертов Московской государственной академической филармонии в рамках федерального проекта «Виртуальный концертный зал». Количество специально оборудованных виртуальных концертных залов, куда поступает прямой сигнал с центральных концертных площадок РФ, согласно информации Минкультуры России, выросло за 3 года в 11 раз (с 30 до 323 залов). Отдельные концертные коллективы также внедряют инновационные решения. Например, Симфонический оркестр Москвы практикует использование видеопроекций в зрительском зале. Наиболее эффектным таким проектом, по мнению критиков, считается исполнение оркестром кантаты К. Орфа «Кармина Бурана» с одновременным появлением крупномасштабных видеопроекций произведений Боттичелли, Микеланджело, Босха, Брейгеля, Рафаэля, Дюрера.

Отдельно стоит упомянуть о том, что существуют как правило небольшие частные коллективы, (например, струнные квартеты, дуэты, соло), которые играют академическую музыку на различных мероприятиях. По заявлениям самих участников подобных проектов, эта деятельность является достаточно прибыльной. К сожалению, статистика по таким организациям не ведется.

Таким образом, можно сказать, что в настоящий момент развитие индустрии академической музыки в РФ происходит при поддержке государства. Однако идет процесс «ориентации на зрителя», и, возможно, есть шанс выхода на самоокупаемость. При этом вопрос существования

редких музыкальных жанров, которые не пользуются популярностью у массовой аудитории, будет зависеть от поддержки со стороны государства.

Резюмируя, можно сказать, что российская музыкальная индустрия занимает особое место в экономике и связывает огромное количество людей, имеющих отношение к музыкальному искусству, не только на территории РФ, но и за ее пределами.

2.4 Обзор ситуации в российской цирковой индустрии

Цирк – это особый вид исполнительского искусства, по законам которого строится развлекательное представление. Сегодня в формате циркового направления развиваются различные виды искусства. Например, акробатика, клоунада, дрессура, эквилибристика, музыкальная эксцентрика, интермедия, пантомимы, жонглирование, иллюзионизм, огненные шоу и др.

С экономической точки зрения цирк также может стать креативной отраслью, генерирующей достаточно высокие доходы, в том числе за счет экспорта, так как языковой барьер практически отсутствует (например, как это было в СССР).

Интеграция различных видов искусств и новых технологий в формате одного шоу может иметь синергетический эффект, позволяющий сформировать сильный спрос на новых рынках (например, как это сделал канадский цирк Cirque Du Soleil).

2.4.1 Ключевые факторы, влияющие на развитие циркового дела в РФ

Согласно оценкам зарубежных и российских экспертов, российский цирк в корпоративном смысле остается одним из самых сильных в мире и сейчас, несмотря на утерянные в 90-е гг. прошлого века позиции на российском и мировом рынках. Общеэкономические проблемы в стране после распада СССР и неготовность российских цирков перейти на коммерческие рельсы привели к творческому застою, упадку материально-технической базы и потере авторитета советского цирка. При этом российские цирковые артисты оставались востребованы на международном рынке труда в цирковой сфере, что привело к «утечке талантов» из страны.

В настоящий момент ситуация в цирковой индустрии выглядит относительно ровной. Так как именно государственные цирки выступают ядром российской цирковой индустрии, то свою позитивную роль сыграла в этом новая Стратегия развития ФКП «Росгосцирк»³⁶ (далее Стратегия, подробнее см. главу 3) – крупнейшей цирковой компании в мире, в структуру которой входит около 70 цирков, которая предусматривает выход на самоокупаемость, реконструкцию и модернизацию российских цирков до 2020 г. в том числе за счет широкого проката российских цирковых программ за рубежом. Согласно официальным данным, около 50% выделяемых Росгосцирку субсидий направляется именно на развитие циркового репертуара (новых номеров и

³⁶ Росгосцирк – организация культуры федерального ведения, создана в форме государственного унитарного предприятия постановлением Правительства РФ от 28 февраля 1995 г. № 196 «О российской государственной цирковой компании», которым также утверждены перечень цирковых предприятий, учреждений и организаций, находящихся в непосредственном подчинении Росгосцирка. Росгосцирк является преемником Союзгосцирка. Росгосцирк имеет поддержку из государственного бюджета и осуществляет внутрироссийскую и зарубежную гастрольную деятельность.

аттракционов), капремонт и совершенствование цирковой инфраструктуры в стране. Остальные средства идут на поддержание операционной деятельности цирковых предприятий и возврат накопившихся долгов.

По экспертным оценкам, доля реконструированных площадок в настоящий момент составляет свыше 23% от всех стационарных цирков, входящих в структуру Росгорцирка (см. табл. 36).

Таблица 36. Реконструкция российских государственных цирков в 2004–2017 гг.

Год	Наименование реконструированного цирка
2004	Тюменский государственный цирк
2010	Астраханский государственный цирк
2011	Нижегородский государственный цирк
2012	Курский государственный цирк, Ярославский государственный цирк
2014	Сочинский государственный цирк
2016	Ивановский государственный цирк, Тульский государственный цирк
2017	Владивостокский государственный цирк, Кисловодский государственный цирк, Нижнетагильский государственный цирк

Источник: на основе данных Минкультуры России.

Существующие стационарные цирки расположены преимущественно в крупных городах. В средних же и малых городах цирков нет, а города достаточно быстро развиваются, и специально для них разрабатывается два типовых проекта строительства: универсальный цирк с залом-трансформером и общежитие с («цирковой») гостиницей для артистов и обслуживающего персонала.

Стоит отметить, что на развитых цирковых рынках достаточно активны частные инвесторы. Например, такие американские транснациональные корпорации, как PepsiCo и Coca-Cola часто оказывают финансовую поддержку цирковым шоу. В Канаде также многие компании готовы инвестировать в культурные проекты, но здесь дополнительным стимулом для бизнеса является освобождение его от уплаты налогов. В РФ отсутствие подобной массовой практики связано, прежде всего, с высоким риском невозврата вложенных средств. Хотя точечные инвестиционные и спонсорские проекты имеют место.

В 2016 г. после блокировки банковских счетов начала решаться проблема долгов Росгосцирка, общая сумма которых, по данным Счетной палаты РФ, составляла свыше 500 млн руб. При содействии Минкультуры России и Правительства РФ Росгорцирк получил дополнительную субсидию для погашения основной суммы долгов. Из собственных средств госкорпорации было выплачено 59 млн руб. Официальная причина появления задолженности, по мнению Счетной палаты, – отсутствие надлежащего контроля за прокатом на сторонних площадках, поэтому прокатчики могли предоставить недостоверные данные о количестве проведенных цирковых представлений.

Несмотря на то что, согласно экспертным оценкам, сегодня посещение цирковых выступлений доступно всего лишь для 15–20% российского населения, объем кассовых сборов постепенно растет (см. табл. 37). Основная причина такой ситуации – достаточно высокая цена билета (по

данным ФКП «Росгорцирк», средняя цена билета – 1094 руб. в 2017 г.) и низкий уровень доходов населения, особенно в регионах. Снижение показателя почти на 5% в 2015 г. было вызвано ухудшением экономической ситуации в стране и соответствующим отказом населения от трат на развлекательные услуги.

Таблица 37. Посещаемость российских государственных цирков, 2013–2017 гг.³⁷

Год	Число зрителей, тыс. чел.	Изменение, г/г, %	Объем сборов, тыс. руб.	Изменение, г/г, %
2013	5 595	-	2 929 288	-
2014	5 077	-10,2%	2 997 047	+2,3%
2015	4 203	-20,8%	2 859 326	-4,8%
2016	4 223	+0,5%	3 486 794	+21,9%
2017	5 700	+34,9%	3 749 786	+7,5%

Источник: на основе данных Минкультуры России и Росстата.

В цирковой индустрии, как и в других направлениях исполнительских искусств, человеческий фактор – ключевой компонент, а цирковые династии являются достоянием российского циркового искусства и своеобразной кузницей талантливых кадров (по наследству передаются аттракционы, трюки, реквизит и т.д.). Кроме того, в настоящий момент представители династий реализуют достаточно успешные семейные бизнес-проекты, как, например, Цирк братьев Запашных. Наиболее известные цирковые династии представлены в табл. 38.

Таблица 38. Российские известные цирковые династии

№	Династия	Основание	Цирковые жанры
1	Династия Дуровых	Основана более 140 лет назад Владимиром Леонидовичем Дуровым	– клоунада – дрессура
2	Династия Запашных	Основана более 120 лет назад. Родоначальником этой цирковой династии стал выходец из прибалтийских немцев клоун Карл Томсон	– акробатика – гимнастика – дрессура
3	Династия Кио	Основана более 100 лет назад Эмилем Теодорович Кио	– иллюзионизм
4	Династия Филатовых	Основана более 180 лет назад	– дрессура
5	Династия Кантемировых	Основана более 100 лет назад Алибеком Тузаровичем Кантемировым	– джигитовка и конные трюки
6	Династия Багдасаровых	Основана Николаем гимнастом Андреевичем Язевым в 1937 году	– дрессура

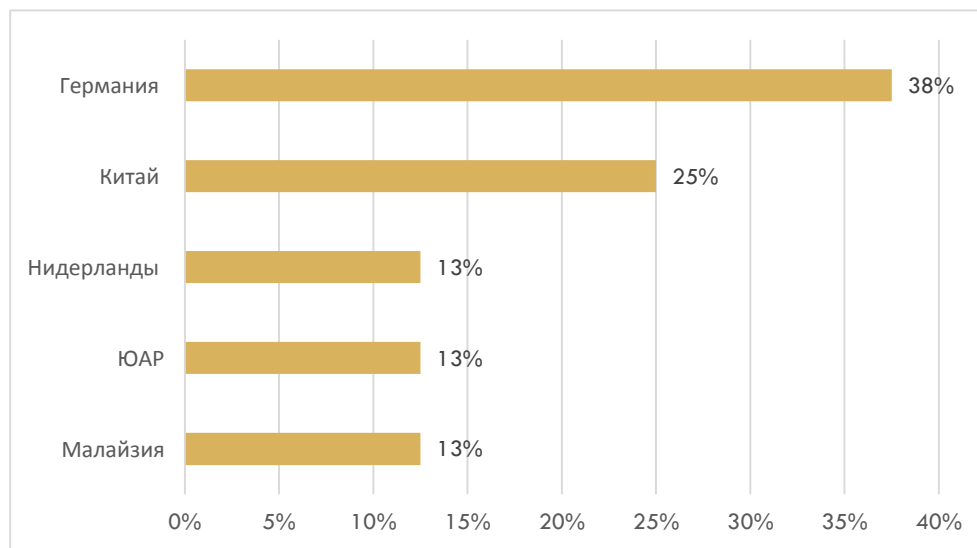
Источник: составлено автором на основе данных официальных СМИ.

Но негативным моментом династийности индустрии является «закрытость» цирковой сферы. Отсутствуют институты наставничества и стажерства. Именно поэтому, по мнению экспертов, за всю историю циркового дела в РФ не сформировалась мировая школа, аналогичная, например, театральной или балетной.

³⁷ Учтены выступления российских цирков на своих и сторонних площадках.

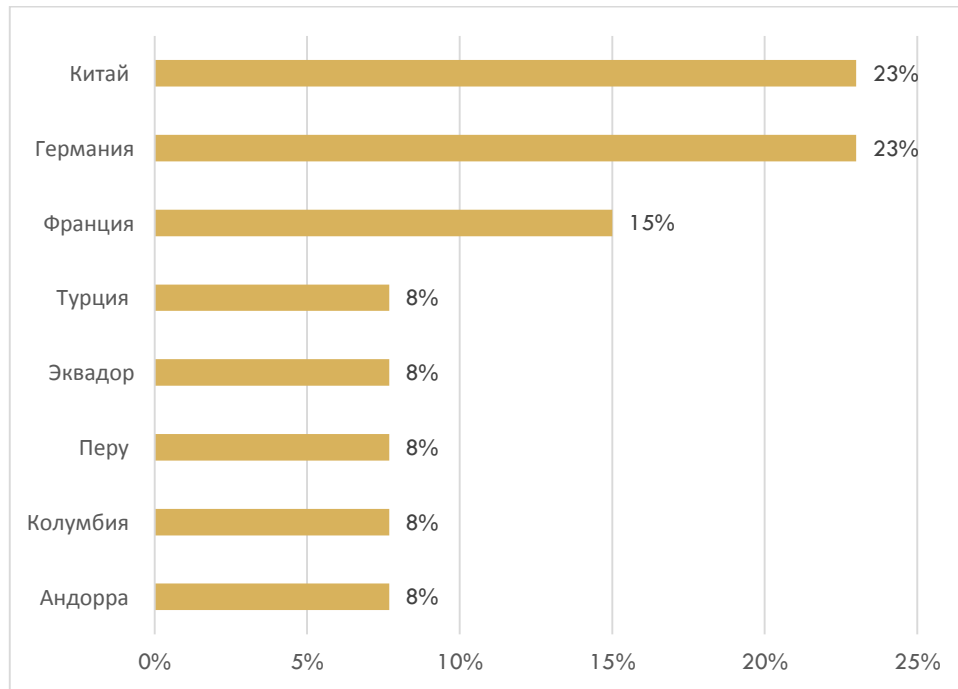
Снова касаясь человеческого фактора: в настоящий момент цирковое сообщество волнует процесс сокращений и перевода артистов и служащих на срочные контракты, происходящий в структуре Росгосцирка. Так, по состоянию на 01.07.2016 штатная численность всех филиалов ФКП «Росгорцирк» составляла 3 670 единиц с фондом оплаты труда (далее ФОТ) в 48,0 млн руб. в месяц. В результате оптимизации штатная численность, по итогам 2016 г. в филиалах составила 2 658 единиц с ФОТ 41,2 млн руб. в месяц. То есть было сокращено более 1000 ед. на сумму 6,8 млн руб. в месяц. Согласно информации Росгорцирка, высвобожденные средства были направлены на увеличение зарплаты сотрудников. Также были внесены в изменения в рационы цирковых животных (замена на более дешевые составляющие, отказ от ряда продуктов).

Что касается признания и авторитета российского цирка, то, как уже говорилось, позиции постепенно усиливаются. Российские цирки достаточно активно гастролируют за рубежом: в Китае, Германии, странах Латинской Америки и т.д. (см. рис. 28 и 29). По данным Минкультуры России, в 2017 г. объем сборов за счет гастрольной деятельности за рубежом составил около 26,1 млн руб.



Источник: на основе данных Росгорцирка.

Рис. 28. Распределение стран по зарубежным гастролям ФКП «Росгорцирк», 2016 г.



Источник: на основе данных Росгорцирка.

Рис. 29. Распределение стран по зарубежным гастролям ФКП «Росгорцирк», 2017 г.

Также российские артисты регулярно занимают призовые места на престижных международных конкурсах – индикаторе творческого потенциала и профессионального мастерства. Кроме того, в РФ также проводятся мероприятия подобного класса, например, Международный фестиваль циркового искусства ИДОЛ. Проведение подобных мероприятий позволяет сформировать отечественный пантеон цирковых звезд.

РОССИЙСКИЕ ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕСТИЖНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЦИРКОВЫХ КОНКУРСОВ

- В 2015 г. серебряными призерами 17-го Международного фестиваля циркового искусства в Латине (Италия) стал Алекс Батуев, исполнитель в жанре «каучук», и группа воздушных гимнастов Sky Angels из Узбекистана. Бронзовую награду получили акробаты-вольтижеры под руководством Вячеслава Лебедькова, с аттракционом «Русская палка».
- В 2017 г. на 41-м Международном цирковом фестивале в Монте-Карло (Монако) самую престижную в мире цирковую награду – статуэтку «Золотой клоун» – получили акробатическая труппа из РФ Сергея Трушина и акробатический дуэт из Узбекистана Sky Angels. Серебряными призерами вместе с рядом коллективов из других стран (китайская акробатическая труппа Xinjiang, немецкие дрессировщики Эрвин Франкелло и Марек Джама, канадский акробатический дуэт Chilly&Fly) стали известные российские дрессировщики – братья Запашные. Также братьям Запашным присудили особую премию за развитие цирка в РФ.

В отношении конкуренции со стороны зарубежных цирков на отечественном рынке ситуация сложилась достаточно неоднозначная. Здесь стоит подчеркнуть, что под основными

конкурентами, прежде всего, понимаются канадский цирк Cirque Du Soleil, у которого на российском рынке функционирует собственная управляющая компания³⁸, а также китайские цирки, представления которых пользуются большой популярностью у населения.

С одной стороны, конкуренция является двигателем творческих и бизнес-процессов и в креативных индустриях, и все участники цирковой индустрии это понимают. А с другой, по мнению ряда представителей циркового сообщества, российская среда слишком комфортна для зарубежных игроков (отсутствие специальных налогов и сборов, требований к цирковым программам и др.). Вследствие чего в 2017 г. Общественный совет при Минкультуры России предложил рассмотреть возможность законодательного ограничения деятельности иностранных цирков на территории РФ в целях защиты и поддержки российского циркового искусства аналогично уже действующим в других отраслях экономики программам импортозамещения. В данный момент вопрос о введении ограничительных мер обсуждается на уровне Минкультуры России.

Интерес к цирковой индустрии в какой-то степени подстегнул и проект кинофикации 24 цирков в 2016 г., реализуемый Росгосцирком при поддержке Минкультуры России. Дни для киносеансов качественного отечественного кино, в том числе для подростковой и детской аудитории, выбираются с учетом особенностей гастрольного графика цирковых программ и времени, необходимого для репетиций артистов. По мнению представителей Росгосцирка, кино в цирке может стать популярнее, чем в кинотеатрах, в том числе благодаря огромному экрану и демократичным ценам на билеты вплоть до бесплатных показов. Но конкурировать с коммерческими кинотеатрами в цели госкорпорации не входит, в фокусе – просветительская работа.

Стоит также остановиться на важном социальном моменте, связанном с цирковой индустрией. В РФ, как и во всем мире, постепенно набирает силу движение за альтернативные цирки без животных (этичные/гуманные цирки). По данным официальных СМИ, на данный момент в более чем 45 странах мира на локальном или национальном уровнях уже запрещено использование животных для цирковых шоу (например, в Австрии, Великобритании, Китае, Португалии, Израиле и др.). Однако с другой стороны, это провоцирует развитие «черного рынка» – как показывает опыт «продвинутых» стран, интерес к представлениям с животными сохраняется. Как сложится в РФ ситуация с отказом от животных в цирковых шоу, сейчас сказать сложно, однако для решения проблемы цирка с животными представители индустрии предлагают объединиться всем циркам РФ и сделать процесс дрессуры максимально прозрачным.

Резюмируя, можно сказать, что, несмотря на существующие проблемы, российская цирковая индустрия постепенно развивается. Повышается прозрачность системы проката программ: собираются статистические данные об операционных показателях цирков, тем самым увеличиваются шансы публичного инвестирования (до 2015 г. аналитики по индустрии цирка, можно сказать, не существовало). Совершенствуется материально-техническая база, появляются новые цирковые продукты/номера международного уровня. Таким образом, можно

³⁸ Шоу Zarkana (цирк Cirque Du Soleil) создавалось специально для двух площадок – нью-йоркского Radio City Music Hall и Государственного Кремлевского дворца в Москве.

предположить, что российский цирк имеет шанс превратиться в целостную и мощную индустрию аналогично кино или шоу-бизнесу.

2.4.2 Ключевые участники рынка цирковых услуг – государственные цирки

На данный момент в РФ присутствуют как государственные, так и частные цирки разного формата: стационарные цирки, передвижные цирки-шапито и передвижные зооцирки. Что касается последних (как государственных, так и частных), то в течение 2017 г. рассматривалась возможность полного их запрета по причине жестокого обращения с животными. В 2018 г. ожидается возобновление работы над документом.

В мире цирки – это преимущественно коммерческие проекты, однако в РФ, благодаря советскому наследию, они государственные. Количество частных цирков на данный момент немногочисленно. Точное число сложно назвать по причине того, что в официальной статистике в разделе «Деятельность цирков» учтены³⁹ только государственные цирковые организации (66 цирков в 2017 г., по данным Минкультуры России).

Статистика деятельности же частных цирков, включая операторов шоу с цирковыми элементами (например, цирковой мюзикл «Маленький Принц» от московского «Цирка чудес» и др.), отдельно не отражается. Кроме того, отсутствуют специальные требования к организациям, реализующим цирковые услуги (требования к шоу-программам, размеру помещений, квалификации персонала и т.д.), за исключением обязательного лицензирования передвижных зооцирков. Однако можно предположить, что и совокупные сборы частных организаций (находящихся преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге) в плане масштаба не сопоставимы со сборами госцирков.

Среди наиболее известных частных проектов можно назвать «Цирк братьев Запашных», «Цирк танцующих фонтанов Аквамаринов», «Цирк имени Юрия Никулина на Цветном бульваре», «сНежное шоу Славы Полунина» и др.

ЦИРКОВОЙ ПРОЕКТ «СНЕЖНОЕ ШОУ СЛАВЫ ПОЛУНИНА»

«сНежное шоу Славы Полунина» (Slava's SnowShow) с главным героем клоуном Асисяем существующее уже 25 лет (более 4 тыс. представлений по всему миру), стало популярно во многих странах. Программа получила множество самых престижных театральных наград мира (эдинбургский «Золотой Ангел», испанский «Золотой нос», премия Лоуренса Оливье, российская премия «Триумф» и др.). О нем писали профильные СМИ от США до Новой Зеландии. Критики называют спектакль «театральной классикой», а Славу Полунина – «лучшим клоуном мира» и «лучшим клоуном эпохи».

Использование в спектакле различных технологических решений (потoki воды, снежная лавина и др.), элементов таких жанров, как эксцентрика, клоунада, пантомима, драма и кабаре, а также обязательная импровизация, позволили создать успешную театральную постановку. Артисты рассказывают, что каждый раз спектакль, его ход и развитие зависят и от публики, которая является непосредственной частью шоу. От одной страны к другой, развитие приключений главного персонажа Асисяя разнится так же, как и реакция аудитории.

³⁹ Также государственные цирки имеют определенную форму отчетности.

Здесь стоит отметить, что В. Полунин, актер театра клоунады «Лицедеи» в Санкт-Петербурге, эмигрировал из СССР в конце 80-х гг. В. Полунин два года проработал в канадском цирке Cirque Du Soleil, где помимо основной работы, косвенно изучал искусство циркового бизнеса. «Снежное шоу Славы Полунина» также ставилось за рубежом, а актерскую труппу (5 гастролирующих коллективов) составляют артисты из разных стран. С 2013 по 2016 гг. В. Полунин проработал художественным руководителем одной из самых проблемных цирковых площадок в РФ – Цирка на Фонтанке в Санкт-Петербурге. В 2016 г. перешел на должность руководителя Дирекции новых программ в структуре Росгосцирка. В Москве создано госучреждение «Международный театрально-культурный центр Славы Полунина»⁴⁰. Основная цель – продвижение циркового искусства и возможность обучения клоунаде по специальной системе В. Полунина.

Большинство государственных цирков входят в структуру ФКП «Росгосцирк» – самой крупной цирковой компании в мире на данный момент (см. табл. 39).

Таблица 39. Изменение количества российских государственных цирков, 2012–2017 гг.

Год	Общее количество цирков, ед. (в скобках указаны цирки, входящие в ФКП Росгосцирк)	Количество стационарных цирков, ед. (в скобках указаны цирки, входящие в ФКП Росгосцирк)	Общее число представлений, ед.
2012	67 (60)	42 (35)	6584
2013	67 (60)	46 (39)	6728
2014	63 (56)	50 (43)	8011
2015	67 (59)	42 (34)	6425
2016	65 (56)	39 (30)	6314
2017	66 (57)	н/д	6753

Источник: на основе данных Минкультуры России и Росстата.

Отдельно стоит отметить, что цирки, не входящие в ФКП «Росгосцирк», также занимают важные позиции (см. табл. 40). Они, с одной стороны, лишаются мощной поддержки, но с другой, могут самостоятельно распоряжаться финансами и заключать договоры с творческими и хозяйственными партнерами без посредников, а также самостоятельно выбирать программы для проката.

Таблица 40. Цирки, не входящие в ФКП «Росгосцирк», 2016 г.

№	Организация	Ведение	Число представлений, ед.	Доля в общих представлениях, %
1	Большой Московский государственный цирк на проспекте Вернадского	Федеральное	505	8,0
2	Санкт-Петербургский государственный цирк	Федеральное	316	5,0
3	Государственный цирк Респ. Бурятия	Муниципальное	133	2,1

⁴⁰ Постановление от 26 июня 2001 г. № 570-ПП «О создании государственного учреждения культуры города Москвы «Международный театрально-культурный центр Славы Полунина».

№	Организация	Ведение	Число представлений, ед.	Доля в общих представлениях, %
4	Симферопольский государственный цирк им. Б. Тезикова	Муниципальное	131	2,1
5	Государственный цирк Респ. Саха (Якутия)	Муниципальное	86	1,4
6	Казанский государственный цирк	Муниципальное	122	1,9
7	Государственный цирк Респ. Удмуртии	Муниципальное	125	2,0
8	Хабаровское краевое киноконцертное объединение	Муниципальное	105	1,7
9	Краснодарский государственный цирк (предоставляет площадку другим коллективам) ⁴¹	Муниципальное	-	-

Источник: на основе данных Минкультуры России.

По данным Минкультуры России, в 2016 г. доля зрителей Большого Московского государственного цирка на проспекте Вернадского и Санкт-Петербургского государственного цирка составили около 24% от общего числа зрителей цирковых представлений, также на них пришлось свыше 40% от совокупной суммы сборов (см. табл. 41).

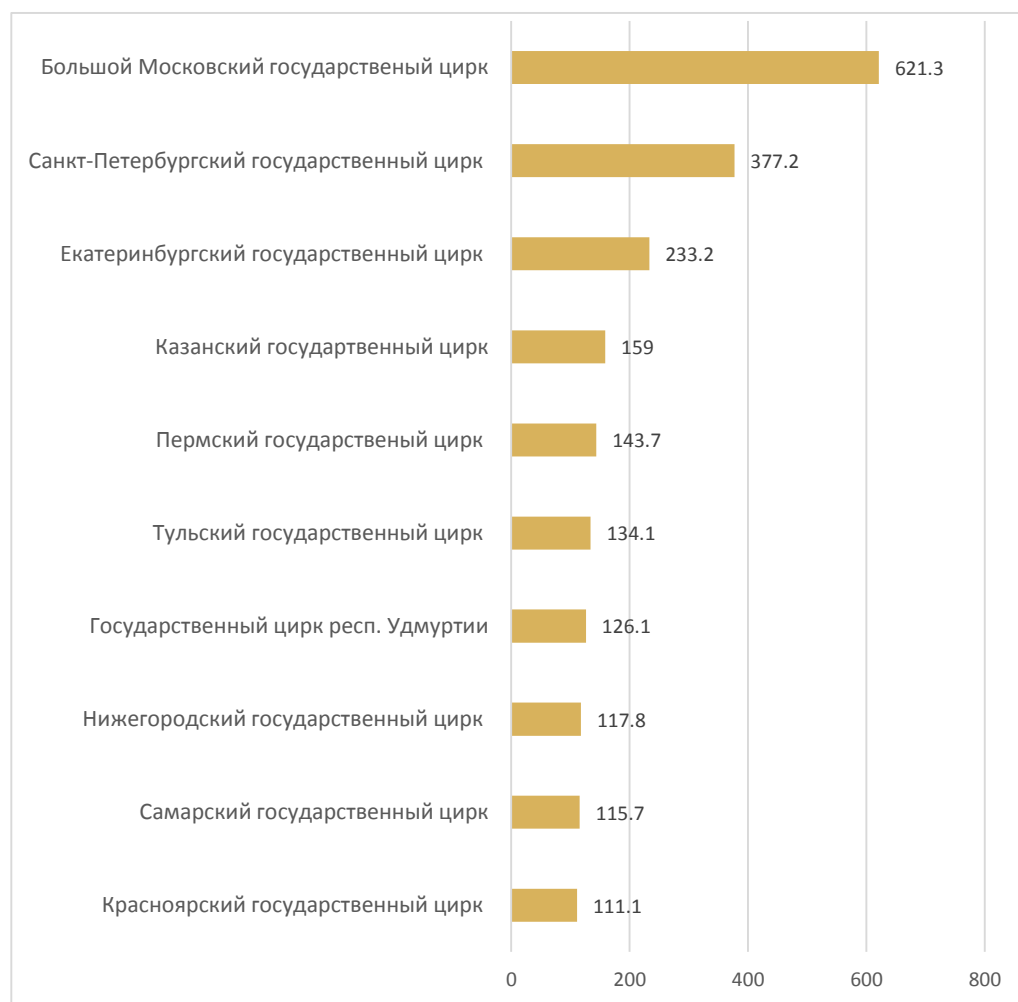
Таблица 41. Посещаемость цирков, не входящих в ФКП «Росгорцирк», 2016 г.

№	Организация	Число зрителей, тыс. чел.	Доля в общем числе зрителей, %	Совокупный объем сборов, тыс. руб.	Доля в совокупном объеме сборов, %
1	Большой Московский государственный цирк на проспекте Вернадского	621,	14,7	1 013 700	26,4
2	Санкт-Петербургский государственный цирк	377,2	8,9	575 421	15,0
3	Казанский государственный цирк	159,0	3,8	3 952	0,1
4	Государственный цирк Респ. Удмуртии	126,1	3,0	56 336	1,5
5	Симферопольский государственный цирк им. Б. Тезикова	101,0	2,4	31 114	0,8
6	Хабаровское краевое киноконцертное объединение	61,5	1,5	18 474	0,5
7	Государственный цирк Респ. Саха (Якутия)	22,9	0,5	8 742	0,2
8	Государственный цирк Респ. Бурятия	21,8	0,5	7 032	0,2
9	Краснодарский государственный цирк (предоставляет площадку другим коллективам)	-	-	-	-

Источник: на основе данных Минкультуры России.

⁴¹ Краснодарский государственный цирк включен в перечень, так как является госцирком, хотя не осуществляет самостоятельной цирковой деятельности на данный момент.

В 2016 г. лидером по посещаемости, согласно статданным Минкультуры России, стал Большой Московский государственный цирк, который вместе с Санкт-Петербургским государственным цирком посетило около 1 млн чел. (см. рис. 30).



Источник: на основе данных Минкультуры России.

Рис. 30. ТОП10 государственных цирков по посещаемости, 2016 г.

Что касается внебюджетных доходов государственных цирков, то в 2017 г. этот показатель вырос на 14% и составил около 70% от общего объема всех поступлений (см. табл. 42).

Таблица 42. Внебюджетные доходы государственных цирков, 2015–2016 гг.

Год	Внебюджетные доходы, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля внебюджетных доходов в общих поступлениях средств, %
2015	3 824	-	57,6%
2016	4 263	440	67,9%
2017	5 182	919	74,4%

Источник: на основе данных Минкультуры России.

По сравнению с 2016 г. доходы от основных видов уставной деятельности государственных цирков увеличились на 11% и в 2017 г. составили свыше 60% от общего объема поступлений (см. табл. 43).

Таблица 43. Доходы государственных цирков от основных видов уставной деятельности, 2015–2016 гг.

Год	Доходы от основных видов уставной деятельности, млн руб.	Годовой прирост, млн руб.	Доля доходов от основных видов уставной деятельности в общих поступлениях средств, %	Доходы на одного зрителя, руб.
2015	3 071	-	46,2%	731
2016	3 868	797	61,6%	909
2017	4 288	451	61,6%	1008

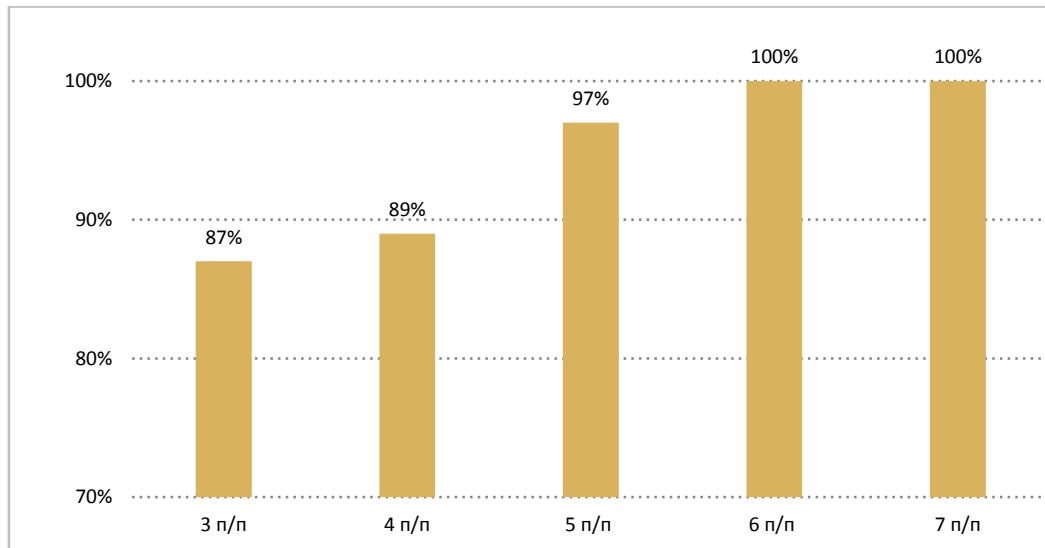
Источник: на основе данных Минкультуры России.

В заключении стоит сказать, что некоторые отраслевые эксперты полагают, что есть небольшая вероятность того, что Росгосцирк снова станет цирковой монополией, как это было в СССР, и включит в себя все существующие в РФ цирки. Хотя, согласно заявлениям официальных представителей Росгосцирка, такая цель перед госкомпанией не стоит.

2.4.3 Традиционные и дистанционные каналы продаж билетов на цирковые представления

В настоящий момент российские частные и госцирки активно осваивают онлайн-продажи. Билеты продаются как на сайтах самих цирков (официальных сайтах или минисайтах, созданных специально для продаж), так и через билетных онлайн операторов (например, Kassir.ru, Ticketland и др.). Однако продажи в физических кассах (включая предварительный предзаказ по телефону) как самих цирков, так и посреднических организаций остаются популярными в регионах.

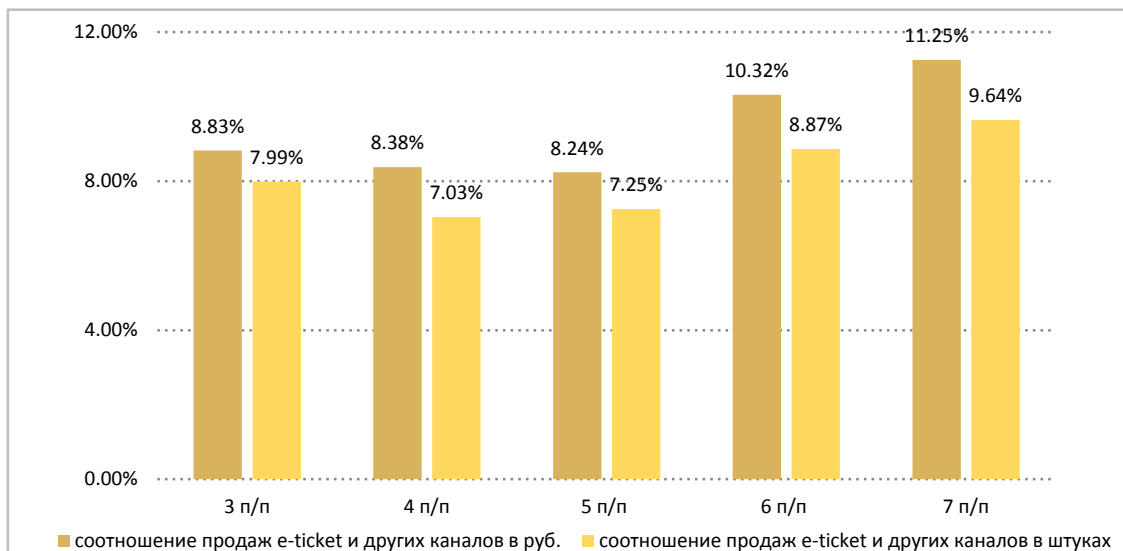
Что касается цирков, входящих в структуру ФКП «Росгосцирк», то там уже внедрена единая онлайн-система продажи билетов на официальных сайтах самих цирков (см. рис. 31).



Источник: на основе данных ФКП «Росгосцирк».

Рис. 31. Динамика внедрения собственных онлайн-продаж стационарными цирками, входящими в Росгосцирк, 2017 г.⁴²

Согласно данным государственной цирковой компании, в 2017 г. с 3-го прокатного периода по 7-ой продажи билетов с официальных сайтов цирков выросли на 2,5% в денежном выражении и на 1,7% – в количественном соотношении (см. рис. 32).



Источник: на основе данных ФКП «Росгосцирк».

Рис. 32. Соотношение продаж с официальных сайтов цирков структуры Росгосцирка с другими каналами, 2017 г.⁴³

⁴² Здесь и далее «п/п» – прокатный период. Цирковой сезон в структуре Росгосцирка (длящийся с сентября по май каждого года), как правило, включает в себя 7 прокатных периодов и около 20 представлений. То есть каждый цирк принимает в год от шести до восьми разных программ или каждая программа за год меняет от шести до восьми площадок.

Предполагается, что в ближайшем будущем такой подход к продажам позволит снизить организационные затраты госцирков.

В целом направление продаж билетов в российской цирковой индустрии развивается в контексте мировых тенденций, т.е. преобладания онлайн решений для продаж билетов на цирковые представления.

2.4.4 Продвижение и популяризация циркового искусства

По результатам проведенного анализа деятельности ряда российских и зарубежных цирков можно сказать, что главной особенностью продвижения в цирковой индустрии является то, что объектами популяризации одновременно являются:

- *Сам цирк/цирковая компания*, который при грамотном подходе становится узнаваемым брендом. Например, канадский Cirque du Soleil или российский «Цирк братьев Запашных».
- *«Топ-менеджмент» цирка* (владелец, директор, художественный руководитель и т.д.). Например, Джим Роуз – основатель экстремального американского «Цирка Джима Роуза» или братья Запашные, возглавляющие свою цирковую компанию «Цирк братьев Запашных» и «Большой Московский цирк на проспекте Вернадского» или Юрий Куклачев, директор «Театра кошек». Однако, в случае с цирками, режиссеры/постановщики (как, например, в киноиндустрии), как правило, не участвуют в продвижении.
- *Собственно, цирковые программы*. Для продвижения, как правило, реализуются оффлайн и онлайн рекламные кампании.
- *Цирковые номера и аттракционы*, как новые, так и уже получившие признание публики.
- *Сами цирковые артисты*, чьи имена стали или потенциально могут стать самостоятельным «цирковым брендом».

Также второй отличительной чертой деятельности по продвижению циркового искусства является работа с широким диапазоном целевых аудиторий. Согласно данным аналитических агентств, зрителями цирковых представлений являются люди всех возрастных (начиная от 0+) и социальных категорий (от социально незащищенного населения до элиты). Кроме того, среди аудитории присутствуют представители разных культур и конфессий, так как цирковые коллективы осуществляют гастрольную деятельность как в РФ, так и по всему миру.

Что касается уникальных решений, связанных с продвижением цирков, можно отметить создание специализированных музеев. Например, в Санкт-Петербурге есть большой музей истории циркового искусства, а в Тульском цирке открыт музей клоунов, в котором собрана большая коллекция статуэток с изображением клоунов.

Также, по мнению представителей циркового сообщества, эффективным в целях продвижения является проведение специальных мероприятий (различных фестивалей и конкурсов циркового искусства), привлекающих внимание поклонников циркового искусства, представителей СМИ и

⁴³ Доля онлайн-продаж с официальных сайтов цирков, входящих в ФКП Росгосцирк, в общем объеме продаж.

цирковой общественности страны и мира. Например, международный фестиваль ИДОЛ, проходящий в Большом Московском цирке на проспекте Вернадского, Международная цирковая премия «Мастер» в Сочи, «Молодежный цирковой фестиваль в цирке Никулина», «Фестиваль клоунов» в Екатеринбурге и международный фестиваль «Принцесса цирка» в Саратове.

В целях продвижения цирковые артисты также принимают участие в различных праздничных мероприятиях, например, таких как «Фестиваль уличных театров», «День города» и др. На закрытии Олимпийских Игр-2014 в Сочи зрителям в рамках развлекательной программы был представлен большой цирковой блок.

Также сегодня есть примеры PR-проектов, связанных с участием цирковых артистов в различных ТВ-проектах и развлекательных шоу. Например, «Король ринга», «Ледниковый период», «Большие гонки», КВН и др. Кроме того, реализуются полноформатные ТВ-проекты, связанные с цирком – шоу «Цирк со звездами», цикл передач «Легенды цирка». Также своеобразной поддержкой цирковой индустрии выступают отечественные кинофильмы и сериалы соответствующей тематики. Например, сериал «Маргарита Назарова» (2016 г.).

В заключение можно сказать, что в настоящий момент продвижение циркового искусства преследует не только цель усиления позиций на рынке зрелищных мероприятий, как российском, так и мировом, но и повышения его социальной и культурной значимости.

3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ В РОССИИ

Правительства различных стран мира (например, США, Великобритании, Японии и др.) уже осознали высокую значимость культуры и культурной политики в развитии и реализации духовного потенциала каждой личности и общества в целом. Кроме того, обеспечение максимальной доступности для граждан культурных благ – один из показателей повышения качества жизни населения.

В РФ также пришло осознание необходимости поддержки и развития культурного и креативного секторов, в том числе сферы исполнительских искусств. Уже реализован целый ряд ярких культурных и креативных проектов, более гибкой и разнообразной стала система государственной поддержки творческой сферы, несмотря на ухудшение общеэкономической ситуации в стране в 2014–2016 гг.

Однако роль государства как главного поддерживающего института в РФ в области исполнительских искусств (театры, концертная деятельность, цирки) уже была освещена в предыдущей главе. Здесь приведены основные моменты, на чем основывается и на что в целом направлена профильная политика в сфере культурного и креативного секторов.

3.1 Нормативно-правовая база сферы культуры. Принятие отраслевого закона

Правительство РФ, как уже говорилось, начинает менять подход к одной из важнейших общественных сфер – госрегулированию сферы культуры. Происходит отказ от многолетней государственной практики отношения к культуре как к дополнительной сфере деятельности, которая не играет особой роли в национальной экономике. Постепенно совершенствуется законодательство. С 2012 по 2017 гг. принято более 30 федеральных законов, касающихся разных направлений деятельности в этой сфере (туризм, кинематограф, культурное наследие и др.). Также около 20 различных нормативных актов, касающихся регулирования разных сегментов культурного сектора, сейчас находятся на различных стадиях согласования и доработки. Ведется активная законотворческая деятельность по направлению авторских прав и пиратства.

Однако на данный момент как такового (отраслевого) закона о культуре в РФ не существует. Среди действующих нормативных документов есть указ президента об Основах культурной государственной политики (далее – Основы)⁴⁴ и Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 г. (далее – Стратегия)⁴⁵, которые, по мнению политологов, не обеспечивают эффективного регулирования культурной сферы. Хотя предполагалось, что Основы станут базовым документом для разработки и совершенствования российского законодательства и стимулирования культурного развития в стране, а также создания и реализации государственных и муниципальных программ. Но все аспекты, необходимые для регулирования отрасли, не освещены. Кроме того, в действующем законодательстве РФ некоторые моменты не учтены вовсе (например, это касается шоу-бизнеса), есть ряд противоречий. Однако последнее, на данный

⁴⁴ Утверждены Указом Президента РФ от 24 декабря 2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики».

⁴⁵ Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 29 февраля 2016 г. № 326-р «О Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г.».

момент, призвана нивелировать и гармонизировать Стратегия. То есть можно сказать, что культурная политика постепенно начнет реализовываться на системной и межведомственной основе. Однако сложности межведомственного взаимодействия, по мнению экспертов, долго будут оставаться серьезной проблемой.

В связи с этим в конце 2017 г. Президент РФ поручил разработать закон о культуре, проект которого должен в обязательном порядке пройти через широкое общественное обсуждение (концепция проекта нового закона «О культуре» должна была быть подготовлена до 15 марта). Также глава государства предложил внести поправки в закон о контрактной системе с учетом интересов креативных организаций, участвующих в государственных закупках.

Здесь стоит отметить, что текст закона «О культуре» уже разрабатывался несколько раз. Так, в июле 2003 г. закон был внесен к принятию во втором чтении в Государственной Думе, исключен из повестки дня по организационным причинам и перенесен на осеннюю сессию. Но к рассмотрению законопроекта так и не вернулись. Но в 2011 г. было принято решение разработать новый закон «О культуре» с учетом произошедших в стране изменений. Текст законопроекта 2003 г. был использован в качестве методических рекомендаций. В итоге к 2011 г. был подготовлен новый текст, который гарантировал «единое культурное пространство страны». Однако законопроект рассмотрен в Государственной Думе не был. Правительство, по мнению российских политологов, дало отрицательное заключение на этот документ по причине дефицита бюджета. Далее новая редакция законопроекта «О культуре» появилась осенью 2014 г. Однако этот документ подвергся резкой критике со стороны депутатов Государственной Думы.

Весной 2018 г. Госдума РФ в первом чтении также отклонила законопроект «О культуре в Российской Федерации». Согласно официальной информации, профильный комитет рекомендовал продолжить работу над законодательством в сфере культуры. Комитет по культуре потребовал приведения законопроекта в соответствие с основами государственной культурной политики, а также указания о том, что культура является одной из важнейших сфер общественных отношений. Здесь стоит отметить, что текст разработанного в 2014 г. документа использовался в качестве основы для нового закона.

В заключение можно сказать, что отраслевой закон, включающий в себя все аспекты современного творческого и креативного секторов, потенциально смог бы решить проблемы не только регулирования, но и низкой инвестиционной активности.

3.2 Нормативно-правовая база сферы культуры. Стратегический аспект

В РФ в течение 2014–2016 гг. властями был принят ряд стратегических документов, в которых статус культуры определен как национальный приоритет. Так, Основы государственной культурной политики и Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года⁴⁶, которая разработана для исполнения Основ, определяют, что государственная профильная политика должна обеспечить приоритетное культурное развитие как один из факторов экономического роста, государственного суверенитета и самобытности РФ. Также в Стратегии

⁴⁶ Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 29 февраля 2016 г. № 326-р «О Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г.».

национальной безопасности РФ⁴⁷ культура рассматривается как один из стратегических национальных приоритетов в долгосрочной перспективе.

Что касается Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г., то она была разработана с учетом ряда уже существующих стратегических документов: Концепции долгосрочного развития театрального дела в РФ на период до 2020 г.⁴⁸, Концепции развития циркового дела РФ на период до 2020 г.⁴⁹, Концепции развития концертной деятельности в области академической музыки в РФ на период до 2025 г.⁵⁰ и прочих концептуальных документов и программ в разных сферах культурной деятельности.

В Стратегии обозначено семь ключевых проблем в сфере культуры, которые необходимо решить до 2030 г. В частности, это уменьшение влияния российской культуры в мире; разрыв единства культурного пространства на территории страны, неравномерное развитие культуры в регионах; ослабление семейных ценностей; низкие темпы модернизации профильной инфраструктуры, а также снижение роли культуры в процессе социализации личности и гармонизации общественных отношений.

Механизмами реализации государственной культурной политики являются ряд государственных и федеральных целевых программ. Например, «Информационное общество (2011–2020 гг.)»⁵¹, «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 гг.»⁵², федеральная целевая программа «Культура России (2012–2018 гг.)»⁵³ и др.

Также в рамках Стратегии предложено три сценария ее реализации: инерционный, инновационный и базовый. Ключевым фактором, влияющим на выбор сценария, является объем финансирования в сферу культуры. Инерционный сценарий предусматривает сохранение ключевых тенденций, проблем и уровня и механизмов финансирования (совокупные расходы на культуру за счет всех источников, включая внебюджетные, составят 0,57% ВВП к 2030 г.). Здесь не предполагается кардинального изменения ситуации.

Реализация инновационного сценария позволит, по мнению разработчиков, коренным образом изменить ситуацию с сохранением объектов культурного наследия и культурной инфраструктурой в стране и распространением российской культуры в мире. Объем расходов должен составить до 1,5% ВВП к 2020 г.⁵⁴. При этом доля внебюджетных поступлений будет расти, в том числе благодаря государственно-частному партнерству, меценатству и использованию альтернативных источников финансирования культуры.

⁴⁷ Утверждена Указом Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

⁴⁸ Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 10.06.2011 № 1019-р «О Концепции развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года».

⁴⁹ Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 2 апреля 2012 г. № 434-р «О Концепции развития циркового дела в Российской Федерации на период до 2020 года».

⁵⁰ Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 24 ноября 2015 г. № 2395-р «Концепции развития концертной деятельности в области академической музыки в РФ на период до 2025 г.».

⁵¹ Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р «О государственной программе Российской Федерации "Информационное общество (2011–2020 гг.)"».

⁵² Утверждена Постановлением Правительства РФ от 30.12.2015 № 1493 (ред. от 13.10.2017) «О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016–2020 гг.».

⁵³ Утверждена Приказом Минкультуры России от 29 декабря 2017 г. № 2305.

⁵⁴ Данных о размере расходов на культуру к 2030 г. в Стратегии государственной культурной политики не содержится.

Что касается последнего – базового – сценария реализации Стратегии, то он характеризуется постепенным развитием позитивных тенденций и решением существующих проблем, увеличением совокупного финансирования сферы культуры за счет всех источников (до 1,4% ВВП к 2030 г.), в которых доля внебюджетных поступлений будет постепенно возрастать. Этот сценарий рассматривается экспертами как наиболее вероятный.

Здесь стоит отметить, что конкретные количественные показатели, касающиеся направления исполнительских искусств, в Стратегии присутствуют только по цирковому делу. Причем только в рамках базового сценария ее реализации. Конкретных данных по таким направлениям, как концертная деятельность и театральное дело, не представлено, но есть отсылки к соответствующим Концепциям развития. В таблице 44 представлены комбинированные стратегические цели на период до 2020–2030 гг. в области исполнительских искусств.

Таблица 44. Стратегические целевые показатели в сфере исполнительских искусств к 2030 г.

Направление	Период реализации	
	Целевые показатели к 2020 г.	
Театральное дело	– увеличение не менее чем в 2 раза общего количества спектаклей на гастролях, по сравнению с 2009 г.; – увеличения постановок детского репертуара в объеме не менее 15 % общего числа новых постановок, подготовленных по заданию/заказу учредителей; – увеличения не менее чем в 2 раза количества произведений современной драматургии, предназначенных для постановки в театрах РФ, в том числе предназначенных для детской аудитории, – в 4 раза; – строительства/приобретения не менее чем для 50% государственных и муниципальных театров служебной жилой площади для временного проживания артистов и сопутствующего персонала.	
	Целевые показатели к 2025 г.	
Концертная деятельность (академическая музыка)	– увеличение общего количества концертов академической музыки в среднем по РФ – в 2 раза; – увеличение количества слушателей концертов в среднем по РФ в 2 раза; – увеличение до 25% доли концертных программ, исполняемых молодыми артистами в регионах РФ; – увеличение количества выступлений ведущих творческих коллективов в регионах РФ в 2 раза; – увеличение в 2 раза количества регионов, имеющих современные концертные залы для исполнения академической музыки; – повышение до 80% доли государственных концертных организаций, располагающих современной технической базой	
	Целевые показатели к 2020 г.	Целевые показатели к 2030 г.
Цирковое дело	– достижение полной самоокупаемости федеральных цирков; – увеличение до 40% доли качественных цирковых программ и номеров; – повышение до 50% доли федеральных государственных цирков, имеющих современную материально-техническую базу, в общем количестве госцирков	– увеличение до 90% доли качественно новых цирковых программ и спектаклей; – обеспечение всех федеральных государственных цирков современной материально-технической базой; – увеличение в 1,6 раз количества цирковых выступлений и в 1,7 раз количества посетивших их зрителей

Источник: Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 г., Концепция развития циркового дела в РФ на период до 2020 г., Концепция развития концертной деятельности в области академической музыки в РФ на период до 2025 г., Концепция долгосрочного развития театрального дела в РФ до 2020 г.

Несмотря на ожидаемое сокращение традиционного финансирования сферы культуры (выделение средств из федерального и региональных бюджетов), взят курс на развитие направления исполнительских искусств на территории всей страны (подробнее см. подраздел 3.3). Согласно утвержденным документам, в РФ в качестве инструментов формирования многоканальной системы финансирования предлагается создание эндаумент-фондов⁵⁵, проведение общенациональных культурных лотерей, предоставление права налогоплательщику отчислять 1–2% от НДФЛ (налоги на доходы физических лиц) на сферу культуры, предоставление налоговых преференций меценатам любого масштаба и прямое отчисление на культуру части сборов от акцизов и других косвенных налогов. Подобные инструменты очень популярны в развитых странах, но в РФ отсутствуют. Однако сколько планируется привлечь средств за счет альтернативных источников, пока не известно.

Резюмируя, можно сказать, что РФ нацелена на формирование новой модели культурной политики, ориентированной на активную поддержку творческого сектора, включая и финансовую составляющую.

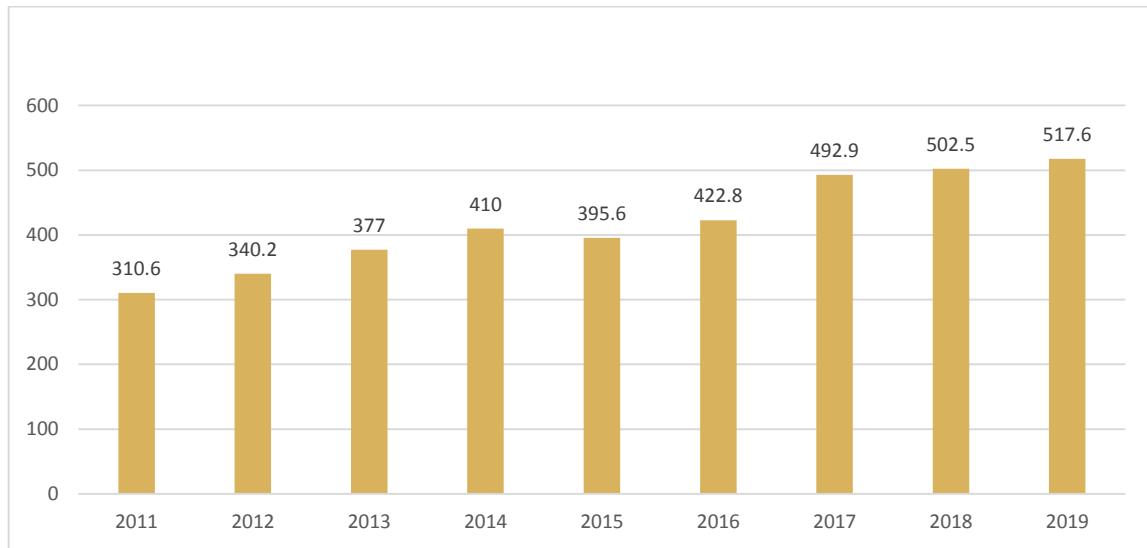
3.3 Государственное финансирование сферы культуры

На данный момент большинство направлений сферы культуры в РФ являются дотационными, в том числе, как уже говорилось, это касается и сегмента исполнительских искусств (объемы и механизмы финансирования сферы исполнительских искусств были рассмотрены в Главе 2). Но если ожидается, что государственные цирки выйдут на самоокупаемость, то театры и государственные концертные организации пока выжить без дотаций не смогут. Причем в мире это распространенная практика поддержки проектов исполнительских искусств государством и меценатами (например, США, Франция, Швейцария, Польша и др.). Однако здесь стоит отметить, что в развитых странах популярно стимулирование частных инвестиций в культуру посредством, как правило, инструмента налоговых льгот.

Что касается объемов финансирования сферы культуры, то согласно Бюджетному посланию Президента РФ о бюджетной политике⁵⁶, в 2012–2014 гг. впервые за многие годы в качестве одного из приоритетов бюджетных расходов определена поддержка сферы культуры. На рис. 33 отображена динамика консолидированных (фактических и запланированных) расходов на культуру в 2011–2019 гг.

⁵⁵ Эндаумент-фонд – это целевой фонд, созданный для некоммерческих целей, таких, как, например, финансирование организаций образования, культуры, медицины и т.д. Эндаумент наполняется преимущественно за счет благотворительных взносов. Фонд может инвестировать свои средства с целью извлечения дохода, однако обязан направлять весь полученный доход в пользу тех организаций, для поддержки которых он был создан.

⁵⁶ Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 29 июня 2011 г. «О бюджетной политике в 2012–2014 гг.»; Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 28 июня 2012 г. «О бюджетной политике в 2013–2015 гг.»



Источник: Министерство финансов России.

Рис. 33. Государственное финансирование сферы культуры и кинематографии в РФ, млрд руб., 2011–2017 гг. (данные консолидированного бюджета РФ)

Так, в 2014 г. расходы на культуру и кинематографию в консолидированном бюджете РФ составили 410 млрд руб., что на 33,1 млрд руб. выше уровня предыдущего года⁵⁷. Сокращение консолидированных расходов на культуру в 2015 г. было связано с ухудшением общеэкономической ситуации в стране. В 2017 г. также было урезано финансирование и транспортной системы, авиапрома, ЖКХ и др. Сокращение не затронуло только расходы на оборону, сельское хозяйство и социальные нужды.

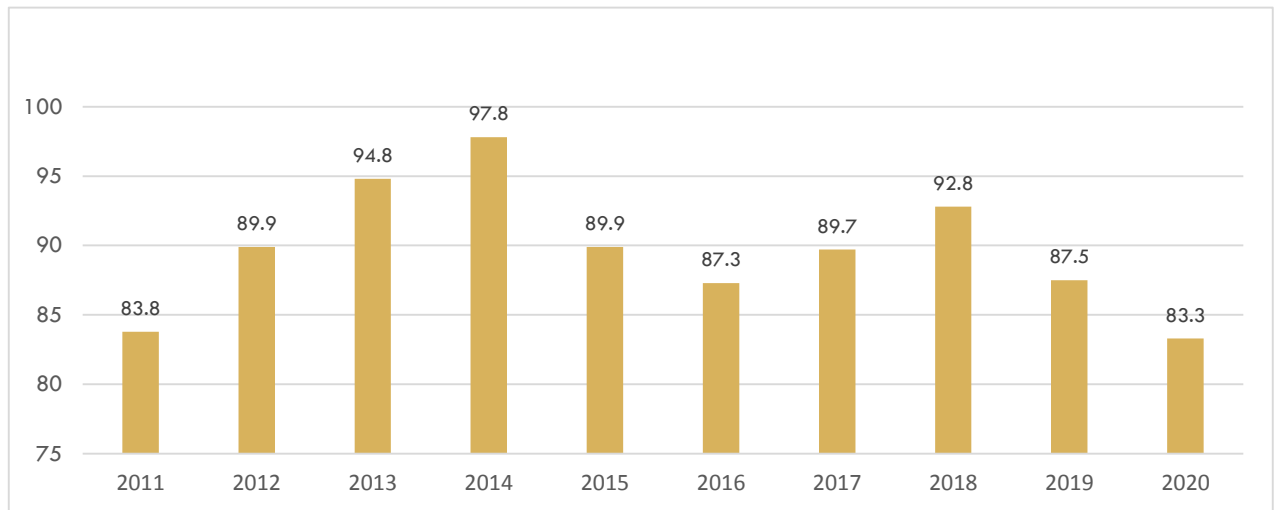
Чтобы все госучреждения культуры получили финансирование на уровне 2014 г., было принято решение об экономии средств за счет федеральных фестивалей (отказ от поддержки или частичное финансирование), программ (сокращение объемов финансирования), неэффективных направлениях (отказ от поддержки). В частности, Минкультуры России было вынуждено перенести начало строительства новых культурных объектов на более поздний срок или вообще заморозить проекты. Например, притормозилось федеральное финансирование строительства культурного центра в Калуге, Архангельского театра кукол, ВГИКа им. С. А. Герасимова, ряда региональных объектов культуры и др.

В 2017 г. совокупный объем финансирования культурной сферы составил 493 млрд руб. В 2018–2019 гг. ожидается увеличение совокупных расходов на культуру до 502,5 и 517,6 млрд руб. соответственно. Однако, если учесть девальвацию, то можно сказать, что совокупные объемы средств господдержки сократились.

Что касается объемов средств на поддержку сферы культуры, выделяемых из федерального бюджета, то ожидается, что постепенно объем финансирования из федерального бюджета будет сокращаться. Так, в РФ в 2018 г., согласно официальным данным, на поддержку сферы культуры и кинематографии будет выделено 92,8 млрд руб. На 2019 г. и 2020 г. планируется выделение

⁵⁷ Включено финансирование из федерального, региональных и местных бюджетов, а также других источников.

87,5 млрд и 83,3 млрд руб. соответственно. Динамика расходов на сферу культуры в 2011–2020 гг. представлена на рис. 34.



Источник: Министерство финансов России.

Рис. 34. Государственное финансирование сферы культуры и кинематографии в РФ, млрд руб., 2011–2017 гг. (данные федерального бюджета РФ)

Такая ситуация объясняется прежде всего дефицитом государственного бюджета. Также ожидается выход ряда учреждений культуры на самоокупаемость, увеличения финансирования за счет других источников, включая и частный сектор. Тем не менее проблема недофинансирования сферы культуры в целом и сегмента исполнительских искусств в частности остается нерешенной.

3.4 Повышение прозрачности независимого зрелищного сектора

В 2015 г. в первом чтении был принят федеральный закон № 942424-6 «Об основах деятельности по организации и проведению зрелищно-развлекательных мероприятий в РФ». По мнению разработчиков (в работе над текстом также участвовали и представители концертной индустрии), закон призван упорядочить организацию концертов и фестивалей⁵⁸, защитить посетителей концертов и повысить прозрачность музыкальной индустрии в целом. Согласно тексту документа, организацией зрелищных мероприятий будут заниматься преимущественно юридические лица и ИП, состоящие в соответствующей саморегулируемой организации (далее СРО⁵⁹). В частности, подразумеваются площадки более 400 кв. м. При этом ежегодные взносы для членов СРО организаторов мероприятий хотели установить в размере 150 тыс. руб. Причем участников рынка, не вступивших в СРО, в первый раз должны оштрафовать на 500 тыс. руб., а повторно – на 1 млн руб.

⁵⁸ Положения федерального закона № 942424-6 в случае его принятия не будут распространяться на организацию театральных и цирковых представлений, проводимых в занимаемых театрами и цирками помещениях; зрелищно-развлекательных мероприятий, если площадь места их проведения не превышает 400 кв. м; физическими лицами самостоятельных выступлений без реализации входных билетов или документов, их заменяющих.

⁵⁹ Устройство и деятельность СРО регулируется федеральным законом «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007 № 315-ФЗ.

В 2015 г., когда закон находился на рассмотрении, была создана первая подобная организация – Ассоциация организаторов зрелищно-развлекательных мероприятий «СоюзКонцерт»⁶⁰. Однако закон вызвал высокий резонанс среди представителей музыкальной индустрии в частности и индустрии развлечений в целом. По мнению участников музыкального рынка, такие меры ударят по мелким, новым и независимым участникам рынка. Именно поэтому против инициативы уже выступили не только многие мелкие компании-промоутеры, но и популярные российские артисты, такие как Алла Пугачева, Земфира, Андрей Макаревич и др. Кроме того, музыкальное сообщество опасается монополизации концертного рынка со стороны «СоюзКонцерта». На данный момент законопроект не принят, находится на рассмотрении.

3.5 Ограничение деятельности авторских обществ в РФ

С 2010 г., согласно положениям Гражданского кодекса и соответствующему постановлению Правительства РФ⁶¹, организации, осуществляющие коллективное управление авторскими и смежными правами (ОКУП) по аккредитации Минкультуры России, могут заниматься сбором денежных средств от имени авторов и исполнителей, после чего перечисляют им вознаграждения, оставляя часть поступлений себе для покрытия расходов и направления в специальные фонды, созданные в интересах правообладателей.

К таким негосударственным некоммерческим организациям относятся Российское авторское общество (РАО), Российский союз правообладателей (РСП) и Всероссийская организация интеллектуальной собственности (ВОИС)⁶². Так, РАО собирает отчисления с радиостанций, телеканалов, кинотеатров, компаний-промоутеров и ресторанов в пользу композиторов и поэтов-песенников (в размере 5% от выручки). ВОИС занимается сбором отчислений в пользу исполнителей, изготовителей фонограмм за публичное исполнение их произведений или их трансляции по радио, ТВ и т.д. (используется система ставок и коэффициентов). РСП взимает с производителей и импортеров бытовой электроники 1% от стоимости бытовой электроники за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений («налог на болванки»). То есть взимается сбор за возможное копирование контента с помощью таких устройств, как компьютеры, смартфоны, видеокамеры и др. Полный перечень устройств и сопутствующих товаров содержится в соответствующем постановлении Правительства РФ.

Что касается финансовых показателей, то по данным самих организаций в 2017 г. сборы РАО составили 5,1 млрд руб. (в 2016 г. – 4,4 млрд руб.). ВОИС в 2017 г. собрала 1,2 млрд руб. (в 2016 г. – 1,1 млрд руб.). Рост объемов поступлений самими учреждениями объясняется переходом на общую агентскую модель. РСП в 2016 г. собрал 2,7 млрд руб., данных о результатах по итогам 2017 г. пока не опубликовано.

⁶⁰ В создании СПО принимали участие представители: Надежда Соловьева и Владимир Зубицкий (SAV Entertainment/Русского шоу-центра), Андрей Матвеев, музыкальный продюсер Иосиф Пригожин, Евгений Финкельштейн (PMI), Михаил Шурыгин (NCA), Дмитрий Богачев (Stage Entertainment), Александр Достман и композитор Игорь Крутой.

⁶¹ Постановление Правительства РФ от 14 октября 2010 г. № 829 «О вознаграждении за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений в личных целях»

⁶² Госаккредитация РАО истекает в 2022 г., ВОИС – в 2023 г., РСП – в 2024 г.

До принятия в ноябре 2017 г. поправок⁶³ к положению о госаккредитации организаций по коллективному управлению правами, ОКУПы информировали об итогах своей работы на добровольной основе. Постановление вступило в силу в мае 2018 г. Теперь организации будут должны ежегодно публиковать финансовую отчетность. Также предлагается установить предельный размер сумм, которые ОКУПы могут удерживать на свои нужды и направлять в специальные фонды (50% от собранного вознаграждения). Этот порог, по заявлениям Минкультуры России, приведен в соответствие с документами, подписанными правительствами государств–членов ЕАЭС в ноябре 2017 г. Ранее размер доли собранных средств, которые ОКУПы удерживали для собственных нужд, не регулировался. Однако, согласно заявлению омбудсмена в сфере интеллектуальной собственности А. Семенова, комиссии ОКУПов вряд ли выходили за рамки договоренностей с ЕАЭС (см. табл. 45).

Таблица 45. Размер средств, удерживаемых ОКУПами для собственных нужд, % от общего объема сборов

ОКУП	Покрытие расходов, % от сборов	Отчисления в «специальные фонды», % от сборов	Совокупная доля удерживаемых средств, % от сборов
РАО	35%	3%	38%
ВОИС	40%	5% (на договорной основе) 20% (на бездоговорной основе)	45–60%
РСП	25%	20%	45%

Источник: бизнес-издание «Коммерсантъ», устав организаций.

Стоит отметить, что к прозрачности ОКУПов часто возникают претензии. Так, например, в 2016 г. Гильдия кинодраматургов России обратилась к РСП с просьбой разъяснить принципы выплаты вознаграждений (сокращение сумм авторских выплат в 2016 г., несоразмерные выплаты создателям творческих проектов) и сущность деятельности «специальных фондов», в которые было направлено до 20% сборов в 2014–2015 гг. Но в 2016 г. в РАО сменилось руководство после ареста занимавшего пост гендиректора общества С. Федотова, обвиняемого в мошенничестве.

В отношении РСП также поступали жалобы. В 2016 г. Президент Ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электроники, электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК)⁶⁴ А. Онищук попросил министра культуры В. Мединского разобраться, как РСП собирает с компаний – членов ассоциации – «налог на болванки». РСП требует от производителей и импортеров отчисления не только за бытовую технику и электронику, но и за профессиональное оборудование (рабочие станции, сервера и др.), но в постановлении Правительства РФ о введении авторского сбора говорится только о потребительских устройствах для домашнего использования. По этому поводу было инициировано несколько судебных процессов со стороны Sony, Dell и HP. Однако почти все споры между импортерами и РСП заканчиваются решениями в пользу ОКУПа. В результате в 2016–2017 гг. стал разрабатываться пакет поправок к постановлению Правительства РФ о введении авторского сбора с целью корректирования списка подлежащей сбору, ввозимой и

⁶³ Федеральный закон № 319-ФЗ.

⁶⁴ В РАТЭК входят крупнейшие мировые производители электроники и техники – Apple, Samsung, Sony, Dell, HP и др., а также розничные торговые сети.

производимой в РФ техники и электроники. В ближайшее время проект должен быть рассмотрен в Правительстве РФ.

Летом 2016 г. первый вице-премьер РФ И. Шувалов поручил Министерству экономики России проработать вопрос о создании новой модели управления авторскими правами в стране. Ведомство, в свою очередь, предложило передать полномочия по сборам новой госкомпании, а нераспределенные вознаграждения хранить в казначействе. Решение пока не принято.

3.6 Совершенствование антипиратского законодательства

В РФ с 1 мая 2015 г. вступила в силу расширенная версия антипиратского закона⁶⁵, предусматривающего досудебную блокировку веб-ресурсов с размещенным нелегальным контентом (видео и аудио). Теперь действие закона распространяется на все виды произведений авторских и смежных прав, но за исключением фотографий. Такие меры нацелены, прежде всего, на усиление противодействия нарушению авторских прав.

Более того, теперь у Мосгорсуда (первая инстанция по всем делам, касающимся споров об интеллектуальной собственности, отвечающего за рассмотрение дел по нарушению авторских прав) теперь также есть право «пожизненно» блокировать Интернет-ресурсы на территории страны, повторно уличенные в пиратстве по иску одного и того же правообладателя. Однако возможно досудебное урегулирование проблемы при условии, если владелец Интернет-ресурса в течение 24 часов отреагирует на заявление правообладателя и удалит пиратский контент с сайта. Но по-прежнему не предусматривается уголовное преследование владельцев веб-ресурсов с нелегальным контентом. Минкультуры России предложило штрафовать за загрузку нелегального контента.

Впервые в РФ процедура пожизненной блокировки была применена в октябре 2015 г. в отношении известного российского торрент-трекера⁶⁶ Rutor.org. Также под блокировку в 2015–2016 гг. попал, по данным Мосгорсуда, целый ряд подобных ресурсов, включая крупнейший торрент RuTracker.ru. Ожидалось, что блокировка популярного пиратского ресурса приведет к сокращению торрентов, откуда очень часто скачивались музыкальные композиции. Однако доступ к заблокированным сайтам до сих пор остается возможным при использовании прокси-серверов.

Сейчас рассматривается введение поправок к антипиратскому закону, касающихся блокировки «зеркал» пиратских сайтов – копий нелегальных веб-ресурсов, появляющихся после их блокировки судом («производные сайты в сети Интернет», согласно тексту законопроекта). Доступ к таким ресурсам предлагается закрывать в ускоренном режиме, однако технология блокировки пока не озвучена.

Здесь также важно отметить, что российские звукозаписывающие компании в течение нескольких лет имели претензии к ресурсам Интернет-корпорации Mail.ru (в частности, к соцсети VKontakte)

⁶⁵ Федеральный закон № 187-ФЗ от 2 июля 2013 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях».

⁶⁶ *Торрент-трекер* – ресурс, позволяющий бесплатно обмениваться любым контентом (фото, видео, аудио, софт) в Интернете.

по поводу пиратского музыкального контента и гарантийных платежей за загрузку пользователями музыкальных произведений артистов, находящихся в портфелях звукозаписывающих лейблов. По решению Мосгорсуда в 2016 г. сеть была временно заблокирована.

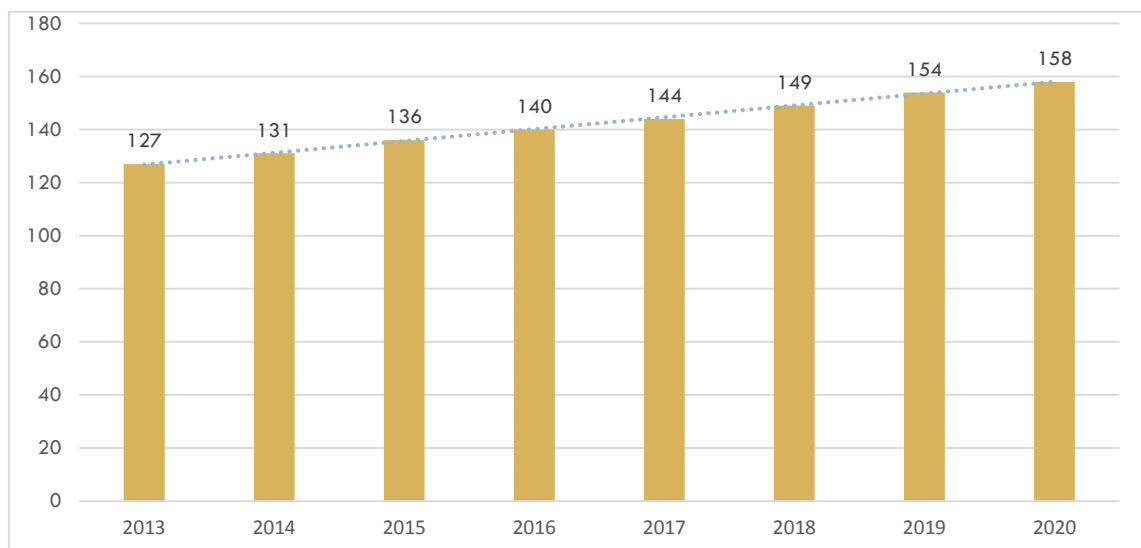
Тем не менее участники российской музыкальной индустрии потенциально получили новый инструмент для защиты своей интеллектуальной продукции. Введение пожизненных блокировок может помочь развитию легальных сервисов с платным контентом.

4 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ В МИРЕ И РФ

В современном мире все большее развитие, как уже говорилось, получает экономика впечатлений, одним из ключевых звеньев которой является индустрия исполнительских искусств (вокальное искусство, музыкально-инструментальное искусство, танцевальное искусство, театральное и цирковое искусства). Ожидается развитие этого направления во всем мире. Ключевую роль продолжают играть развитые страны, в которых этот креативный сектор активно развивается наряду с промышленностью. Здесь речь идет как о новых проектах, так и об эволюции уже состоявшихся игроков с многолетней историей в контексте современной реальности. Однако здесь стоит отметить, что «высокое» искусство продолжит оставаться дотационным, то есть существовать преимущественно за счет средств меценатов и государства. Проекты же, рассчитанные на более массовую аудиторию, могут быть коммерчески успешными.

4.1 Ключевые факторы развития индустрии исполнительских искусств в мире в ближайшей перспективе

Согласно отформатированным экспертным данным, глобальный рынок услуг организаций исполнительских искусств сумел вырасти со 140 млрд долл. в 2016 г. до 144 млрд долл. в 2017 г. (+3,5%). В 2020 г. ожидается рост до 158 млрд долл., то есть рынок продолжит расти в среднем на 3–4% в год (см. рис. 35).



Источник: на основе отформатированных данных Ernst&Young, Международной конфедерации авторов и композиторов CISAC и расчетов автора.

Рис. 35. Динамика глобального рынка услуг организаций исполнительских искусств и прогноз в 2013–2020 гг., млрд долл.

В страновом разрезе, по данным аналитической компании Ernst&Young и Международной конфедерации авторов и композиторов CISAC, в ближайшее время лидерами в сфере исполнительских искусств останутся развитые страны – страны Северной Америки (США и Канада)

и Западной Европы. При этом будет возрастать роль средних и мелких креативных проектов. При этом, по мнению независимых экспертов, у быстроразвивающихся стран Азии большой потенциал для роста в этом направлении. Здесь свою роль может сыграть демографический фактор.

Главным риском останется «творческий» риск или человеческий фактор. В исполнительских искусствах, как ни в каких других креативных направлениях, он крайне высок. От артиста напрямую зависит уникальность и качество конечного продукта. И техническими средствами в этом случае нельзя ничего нивелировать.

Основным драйвером роста станет интенсивное использование информационных технологий для максимального увеличения зрелищности мероприятий, продвижения и развития новых каналов продаж. Широкие креативные возможности открываются в таких областях как Интернет, интерактивные системы, виртуальная реальность и 3D-анимация. Например, электронные технологии позволили создавать голографические изображения, имитирующие скульптуру и архитектуру, спецэффекты для кинофильмов т.д.

В отношении новых каналов продаж билетов можно сказать, что ожидается выход на первый план дистанционных моделей продаж, как и в других потребительских сегментах реального и не реального секторов экономики (например, в розничной торговле, банкинге, медицинском обслуживании и т.д.). Основные причины – постепенная глобальная информатизация мира (рост проникновения Интернета и повышение доступности соответствующих электронных устройств) и смена поколений потребителей (пришли поколения миллениалов и центениалов, которые выросли в эпоху Интернета). В таблицах 46 и 47 представлен иллюстрационный материал, касающихся вышеназванных ключевых факторов развития индустрии.

Таблица 46. Количество Интернет-пользователей и уровень проникновения Интернета в мире на конец 31.12.2017 г.

Макрорегион	Численность населения планеты		Количество Интернет-пользователей, млн чел.	Количество Интернет-пользователей,	Уровень проникновения Интернета, %
	млн чел.	%, от всего населения		пользователей,	
Африка	1 288	16,8%	453	10,9%	35,2%
Азия	4 207	55,1%	2 023	48,7%	48,1%
Европа	828	10,8%	705	17,0%	85,2%
Латинская Америка/Карибский бассейн	652	8,5%	437	10,5%	67,0%
Ближний Восток	254	3,3%	164	3,9%	64,5%
Северная Америка	364	4,8%	346	8,3%	95,0%
Австралия/Океания	41	0,6%	28	0,7%	68,9%
ВСЕГО В МИРЕ	7 634	100%	4 156	100%	54,4%

Источник: Internet World Stats, Miniwatts Marketing Group.

Таблица 47. Потребление развлекательного и медийного контента разными поколениями в мире в месяц (часы/минуты)

Источник контента	Миллениалы (годы рождения: 1981–1998)		Поколение X (годы рождения 1961–1980)		Бейби-бумеры (годы рождения 1943–1960)	
	IV кв. 2014 г.	IV кв. 2015 г.	IV кв. 2014 г.	IV кв. 2015 г.	IV кв. 2014 г.	IV кв. 2015 г.
Прямая трансляция +цифровая видеозапись/сдвинутое по времени вещание ⁶⁷	103:53	95:39	136:32	132:49	182:14	184:01
Цифровая видеозапись/сдвинутое по времени вещание	20:29	18:02	25:37	25:01	28:38	28:20
АМ/FM Радио	52:32	51:01	63:22	61:55	69:08	68:51
Устройства для просмотра DVD/Blu-Ray	12:10	13:00	9:43	9:25	9:21	9:23
Игровые консоли	31:49	37:36	13:34	17:02	10:36	12:07
Мультимедийные устройства	26:19	30:33	19:14	22:13	17:54	20:50
Интернет на стационарном компьютере	33:57		38:33	41:59	32:16	39:32
Видео на стационарном компьютере	15:24	17:49	12:14	13:42	8:30	9:44
Мобильные приложения и мобильные версии сайтов	54:03	57:51	51:52	53:08	38:17	39:34
Видео на мобильных устройствах	2:30	3:09	1:36	1:54	1:01	1:22

Источник: на основе данных Nielsen.

Кроме того, постепенно появляются новые форматы продуктов индустрии исполнительских искусств, не характерные для классического воспроизведения творческих материалов. Например, телетрансляции, использование голограмм в качестве фронтмена⁶⁸, спектакли, «показываемые» только в социальных сетях и т.д. Интересным моментом является то, что до недавнего времени считалось, что качественная видеопередача спектаклей, шоу и т.д. невозможна, так как теряется часть художественных моментов. Однако современные технологии позволяют делать «объемным» как звук, так и изображение.

⁶⁷ *Сдвинутое во времени вещание* (Time Shifted TV) – функциональная возможность цифрового телевидения, при которой пользователь может просматривать телепрограммы, используя функционал «Пауза» и «Перемотка».

⁶⁸ *Фронтмен* – участник музыкальной или творческой группы, к поведению на сцене, образу жизни которого приковано больше всего внимания.

ГОЛОГРАФИЧЕСКОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ МАЙКЛА ДЖЕКСОНА В 2014 г.

Так, в 2014 г. на церемонии вручения музыкальных наград Billboard Music Awards в Лас-Вегасе при помощи голографических технологий было организовано выступление Майкла Джексона, который умер в 2009 г. Голографическая копия певца исполнила песню *Slave to the Rhythm* с посмертного альбома *Xscape*. Зрители, присутствующие на концерте, приветствовали голограмму стоя и бурными аплодисментами. Голографическое шоу готовилось в течение 6 месяцев. Что касается качества изображения и его гармоничного сочетания с живыми танцорами, то оно, по мнению экспертов, было на самом высоком уровне. По словам американского издания *US Weekly*, музыкальные продюсеры 18 мая 2014 г. творили историю в музыкальной индустрии будущего.

Однако выступление Майкла Джексона на премии Billboard Music Awards-2014 было не первым подобным выступлением. Так, еще в 2012 г. на фестивале Coachella уже выступал подобный двойник рэпера 2Pac, который умер в 1996 г. Но качество голографического исполнения было не на таком высоком уровне.

Что касается финансирования данной креативной индустрии, то в ближайшее время ситуация здесь кардинальным образом не изменится. Несмотря на озвученную перспективность данного направления для национальных экономик, проекты «высокого» искусства останутся дотационными, где поддерживающими институтами останутся меценаты и государство. Но ожидается снижение объемов прямой поддержки со стороны государства, будут развиваться косвенные способы поддержки. Роль государства постепенно сводится к созданию лучших условий для существования креативного сообщества в целом, нецеленаправленного развития конкретных направлений. Более массовые проекты, ориентированные в большей степени на развлечение, будут существовать за счет спонсоров или будут стараться выйти на самоокупаемость, предоставляя эксклюзивный контент. Однако также возможна популяризация в этой среде альтернативных финансовых инструментов, например, краудсорсинга⁶⁹, краудинвестинга⁷⁰ или краудфандинга⁷¹, или же инструментов киноиндустрии, например, продакт-плейсмента⁷² (это, преимущественно, касается исполнения современных произведений).

Здесь стоит отметить, что параллельно рынкам организаций исполнительских искусств, в мире будет активно расти направление авторских отчислений и платы за использование контента,

⁶⁹ *Краудсорсинг* – привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением информационных и коммуникационных технологий.

⁷⁰ *Краудинвестинг* или акционерный краудфандинг – новый финансовый инструмент для привлечения капитала в стартапы и предприятия малого бизнеса от широкого круга микроинвесторов.

⁷¹ Современная модель *краудфандинга* подразумевает взаимодействие автора-инициатора, который предлагает идею или проект для финансирования, электронной краудфандинговой платформы – специализированного веб-сайта для анонсирования проектов и сбора средств, а также доноров, которые поддерживают проект и получают материальное или нематериальное вознаграждение.

⁷² *Продакт-плейсмент* – прием скрытой рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются артисты в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах – имеет реальный коммерческий аналог. Обычно демонстрируется сам рекламируемый продукт, либо его логотип, или упоминается о его хорошем качестве.

имени и изображения культовых представителей, включая умерших знаменитостей. Причем эта тенденция прослеживается практически во всех креативных направлениях (см. табл. 48).

Таблица 48. Самые богатые умершие знаменитости по версии Forbes, 2017 г.⁷³

№	Знаменитость	Креативное направление	Доходы владельцев прав на контент, млн долл.	Ключевые источники генерации доходов в 2017 г.
1.	Майкл Джексон (США)	Музыка	75	Анимированный спектакль «Хэллоуин Майкла Джексона» от CBS Шоу Cirque du Soleil, посвященного Майклу Джексону Последний альбом суперхитов <i>Scream</i> Доля в звукозаписывающей компании EMI Music.
2	Арнольд Палмер (США)	Спорт	40	Фирменная одежда, носящая имя знаменитого гольфиста Линия напитков <i>AriZona Arnold Palmer</i>
3	Чарльз Шульц (США)	Изобразительное искусство/ Литература	38	Лицензия на щенка Снупи, являющегося символом страховой компании MetLife Книги, комиксы и различная продукция, на которой изображены созданные Ч. Шульцом герои
4.	Элвис Пресли (США)	Музыка	35	Отель <i>The Guest House</i> и развлекательный комплекс Элвиса Пресли
5.	Боб Марли (Ямайка)	Музыка	23	Продажи музыкальных записей Товары под брендом <i>House of Marley</i> Чай, кофейные напитки и газированные воды под брендом <i>Marley Beverage Co.</i>
6.	Том Петти (США)	Музыка	20	Продажи музыкальных записей Доходы от последнего концертного тура
7.	Принс (США)	Музыка	18	Продажи музыкальных записей
8.	Доктор Сьюз (США)	Литература	16	Продажи книг для детей
9.	Джон Ленон (Великобритания)	Музыка	12	Продажи музыки в iTunes Шоу Cirque du Soleil, посвященное Beatles Лицензионные сделки с компаниями Cisco и Montblanc
10.	Альберт Эйнштейн (Германия)	Физика	10	Различная продукция (от плакатов и мобильных игр, до говорящих роботов и модных сумок) с изображением известного физика.

Источник: на основе данных Forbes.

⁷³ Данные, представленные бизнес-изданием Forbes, основаны на доходах знаменитостей до вычета налогов, полученных в период с 15 октября 2016 г. до 15 октября 2017 г. Цветом отмечены представители индустрии исполнительских искусств и музыкальной индустрии.

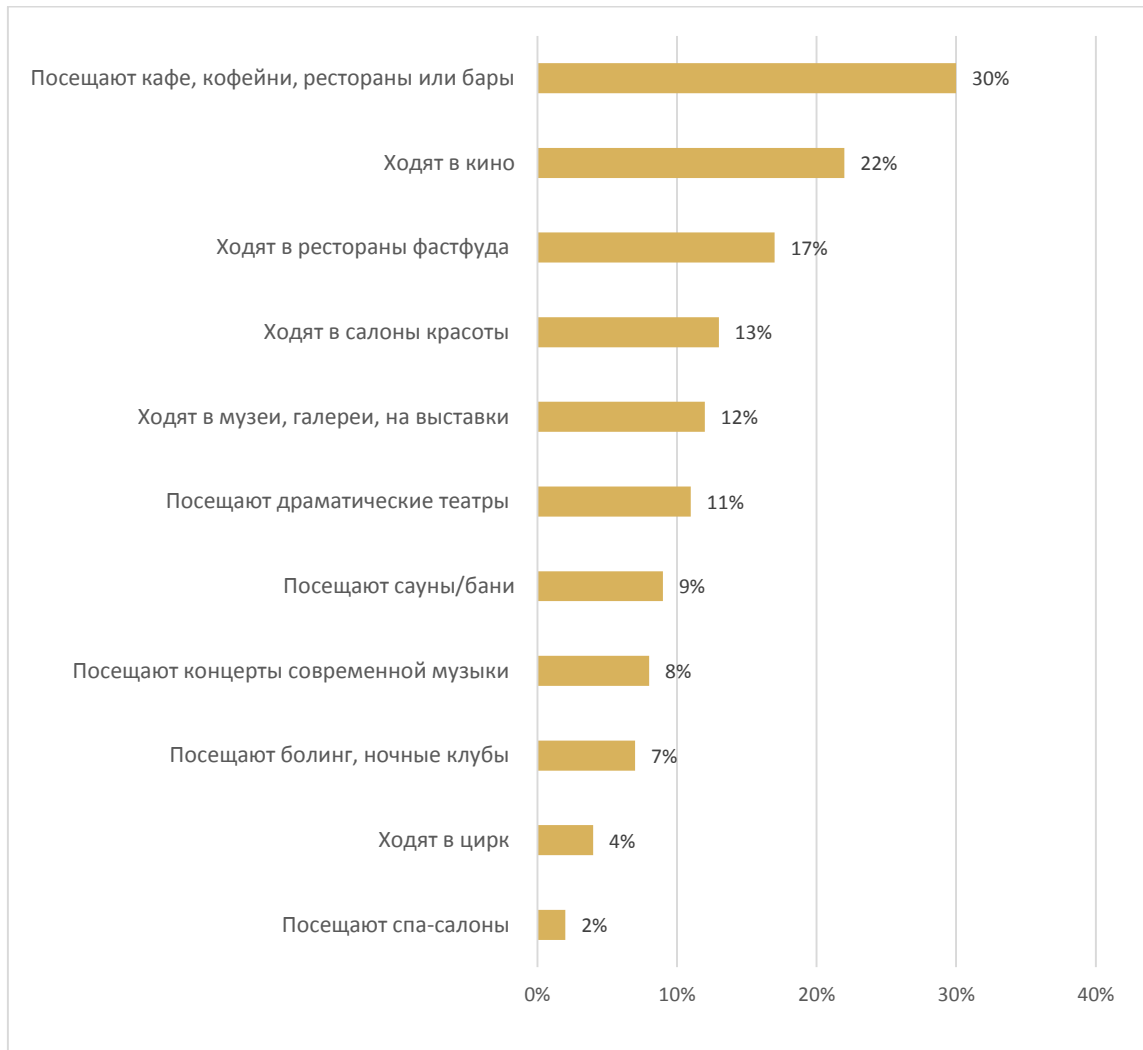
Также в развитие сектора исполнительских искусств внесут свою лепту креативные кластеры (или арт-пространства) – потенциальные площадки для проведения мероприятий с соответствующей «наработанной» публикой.

Здесь стоит отметить, что в РФ, несмотря на имеющиеся проблемы, связанные в том числе с финансированием, индустрия исполнительских искусств развивается в русле мировых тенденций.

Резюмируя, можно сказать, что глобальная сфера исполнительских искусств продолжит коммерциализироваться. Однако по причине своей специфики она продолжит оставаться дотационной. Будут развиваться как масштабные, так и более мелкие креативные проекты, нацеленные на разные зрительские категории. Однако, согласно экспертным оценкам, она может стать в ряде случаев одним из ключевых компонентов национальных экономик.

4.2 Факторы существования и эволюционирования индустрии исполнительских искусств в РФ в ближайшей перспективе

В нашей стране исполнительские искусства в течение долгого периода времени были визитной карточкой, посещение зрителями профильных организаций было более чем высоким. Кроме того, исполнительские искусства (в частности, цирк и балет), особенно во времена СССР, были, как уже говорилось, существенной статьёй экспорта. Относительно недавно проведенные исследования свидетельствуют о том, что, вопреки прогнозам, не произошло вытеснения театров другими видами развлечений, связанными и не связанными со сферой искусства, – это направление остается достаточно популярным (см. рис. 36 и Приложение 1). Здесь стоит отметить, что исследование было проведено в период нестабильной экономической ситуации, когда население экономит на развлечениях.



Источник: РОМИР.

Рис. 36. Основные направления досуговой деятельности россиян, 2016 г.

Сегодняшнюю популярность продукции/услуг индустрии исполнительских искусств можно в большинстве случаев объяснить качеством предлагаемого контента и доступностью. Кроме того, стоит отметить преобладающий интерес российской публики к отечественному контенту, что также играет свою роль в росте посещаемости соответствующих организаций исполнительских искусств.

Однако один из ключевых рынков профессионального искусства — рынок услуг организаций исполнительских искусств — в РФ только формируется. Ключевые сегменты являются государственными и зависят от объемов дотаций, являясь убыточными. Что касается частного сектора, то полноценного мониторинга не производится ни аналитическими агентствами, ни официальными статистическими институтами. При этом частный сектор не имеет большого веса (за исключением шоу-бизнеса) в индустрии.

4.2.1 Основные направления развития театрального дела в РФ

Сейчас основу театрального сектора в РФ составляют, как уже говорилось, бюджетные театры, которые существуют преимущественно за счет государственных субсидий. В ближайшей перспективе ситуация кардинальным образом не изменится. Однако может возрасти инвестиционный интерес со стороны частного сектора, при условии принятия соответствующих нормативных актов, стимулирующих вложение капитала в креативную сферу. Также могут возрасти доходы от сопутствующих услуг – кейтеринга, экскурсий, продаж профильной полиграфической продукции и т.д. Здесь скрыты широкие возможности для получения дополнительной прибыли, так как современная публика настроена на получение «максимальных впечатлений». Однако формирование такого источника доходов возможно только при грамотном менеджменте и соответствующем продвижении.

Частный театральный сектор продолжит развиваться, ведь, как показало исследование, независимые театральные проекты пользуются спросом у населения (они изначально ориентированы на «запросы» аудитории, в отличие от «высокого» искусства). Кроме того, продолжают появляться средние и мелкие театральные коллективы, у которых основной источник дохода – частные праздники и корпоративные мероприятия. Причем участники этих проектов одновременно могут являться сотрудниками государственных театральных организаций.

В РФ в ближайшем будущем вероятно появление как частных, так и находящихся в ведении государства ряда инклюзивных театральных проектов, связанных с обучением и организацией выступлений людей с ограниченными возможностями. Это направление сейчас очень популярно в мире, особенно в развитых странах. На данный момент в РФ уже действует подобный проект – «Театральная Перспектива» (организатор – РООИ «Перспектива»).

Также посещение театров (за исключением ведущих театральных организаций РФ, например, Мариинского или Большого театров) останется одним из наиболее доступных развлечений, особенно это касается регионов.

Гастрольная деятельность внутри страны и за рубежом, благодаря поддержке государства, станет более интенсивной. Некоторые частные театры также выезжают с гастрольями в страны ближнего и дальнего зарубежья (здесь ставка может делаться на многочисленную русскоязычную диаспору).

В отношении технологичности российской театральной индустрии можно сказать, что появляются постановки с использованием последних достижений техники, которые отличаются высоким уровнем зрелищности. Такие решения ориентированы прежде всего на молодую аудиторию, для которых цифровизация реальности является нормой. Ожидается, что эта тенденция только усилится.

Новые способы продаж (в частности дистанционные) и продвижения (программы лояльности, активизация в соцсетях и т.д.), заимствованные из других отраслей, также будут способствовать развитию.

Популяризации и продвижению театрального дела в ближайшей перспективе будет способствовать «Год театра», проведение которого намечено на 2019 год.⁷⁴ Ключевым событием станет международная театральная Олимпиада. В рамках проекта, согласно официальным сообщениям, состоятся показы экспериментальных работ молодых театральных режиссеров, показы театров из национальных республик РФ, обменная программа с Театральной Олимпиадой в Тоге (Япония). Кроме того, пройдут конференции, творческие встречи и мастер-классы. Площадками для Олимпиады станут театры Санкт-Петербурга.

Таким образом, постепенно продолжит укреплять свои позиции частный сегмент, тем не менее бюджетные театры также имеют шанс повысить свою эффективность и привлечь новую аудиторию.

4.2.2 Перспективы концертной деятельности

В РФ государство поддерживает только сферу академической музыки. В его ведении находятся и продолжают находиться концертные организации и самостоятельные коллективы, исполняющие классическую музыку и в меньшей степени джаз и фольклор. В большинстве своем эти организации убыточны и существуют и развиваются в данный момент только за счет поддержки государства. Тем не менее происходит развитие концертной инфраструктуры, ориентированной именно на исполнение академической музыки.

Отдельно здесь стоит упомянуть о российских классических музыкантах-виртуозах, которые делают успешную сольную карьеру. Такие проекты, согласно заявлениям самих артистов и участников отрасли, могут быть коммерчески успешными. Так же как и в театральной индустрии, постепенно растет число небольших частных оркестровых проектов, для которых основной источник дохода – выступления на корпоративных и частных мероприятиях. К сожалению, мониторинг таких коллективов в данный момент не осуществляется.

При этом стоит отметить, что согласно официальной статистике, посещаемость классических концертов растет. Можно предположить, что этот тренд останется актуальным. Основные причины «бума» – включение в репертуар оркестров музыки из известных кинофильмов, популярных народных произведений, рок-баллад и т.д. Кроме того, многие участники индустрии активно используют новые технологии для повышения зрелищности выступлений. Проникновение новых решений в концертную среду только усилится.

В отношении гастрольной деятельности можно сказать, что она активизируется как в пределах страны, так и за рубежом (ближнее и дальнее зарубежье), благодаря непосредственной государственной поддержке. При этом российские классические коллективы известны своим мастерством за пределами РФ, поэтому недостатка в публике быть не должно. Кроме того, в отличие от спектаклей, при исполнении музыки вербальный фактор не имеет значения.

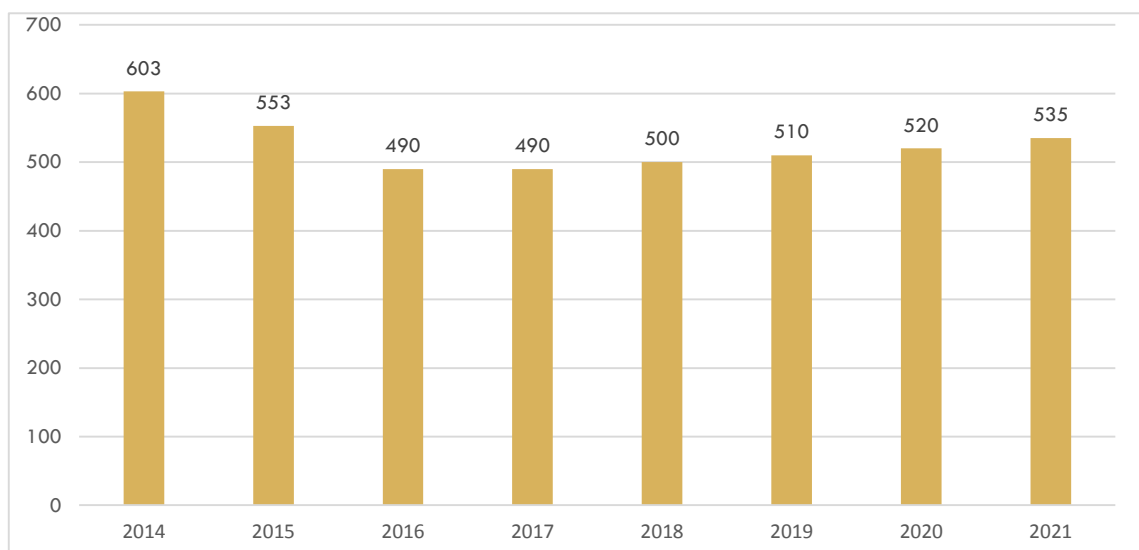
В целях популяризации классической музыки в стране реализуется ряд долгосрочных и краткосрочных федеральных и региональных проектов (например, «Виртуальный концертный зал», «Всероссийские филармонические сезоны» и др.). Проводятся различные мероприятия

⁷⁴ Утверждено Указом Президента РФ от 28.04.2017 «О проведении в Российской Федерации Года театра».

(конкурсы, фестивали и т.д.). Сворачивания этого направления в ближайшем будущем не ожидается в соответствии со взятым курсом культурной политики.

Что касается независимого концертного сектора, то он является единственным сегментом исполнительских искусств, не поддерживаемым государством в РФ. В настоящий момент концертная деятельность является ключевым источником доходов российских артистов, несмотря на активный рост продаж цифровой музыки (даже несмотря на высокий уровень пиратства в стране). В ближайшие несколько лет ожидается, что ситуация не изменится.

До кризиса 2014 г. российский концертный рынок рос, сократившись в 2015–2016 гг. по причине экономии российских потребителей на развлечениях. Согласно прогнозу PwC, к 2021 г. независимый концертный сегмент вырастет до 535 млн долл. (CAGR=2% в год). Динамика сегмента живой музыки в РФ отображена на рис. 37.

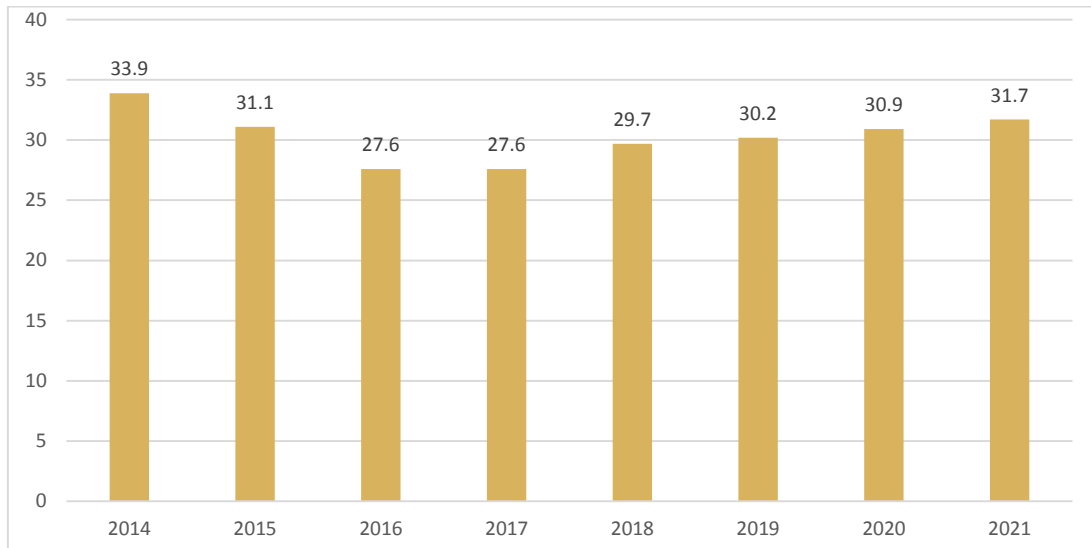


Источник: на основе отформатированных данных PwC.

Рис. 37. Динамика сегмента концертной деятельности, млн долл. в 2014–2017 гг. и прогноз до 2021 г.

Здесь стоит отметить, что российские зрители становятся более взыскательны и готовы платить за качественный «живой» контент в относительно стабилизировавшихся экономических условиях.

В рублевом эквиваленте, с учетом сглаживания колебаний реальных валютных курсов в 2014–2017 гг. и прогнозных курсов, рассчитанных Министерством финансов России, на период 2018–2019 гг. в секторе живой музыки будет наблюдаться практически аналогичная динамика на рынке (см. рис. 38).



Источник: на основе отформатированных данных РwC.

Рис. 38. Динамика сегмента концертной деятельности, млн руб. в 2014–2017 гг. и прогноз до 2021 г.

Пре пересчете данных по прогнозируемому Минфином курсу на 2021 г. (71,5 руб. за доллар США), без учета эффекта сглаживания, объем рынка составит 38,3 млрд руб.

После относительной стабилизации экономической ситуации наблюдается рост числа концертов отечественных и зарубежных артистов. Также возможно дальнейшее увеличение показателя. Однако изменится формат концертных площадок – будут востребованы форматы маленькой и средней вместимости. Усилится роль регионов в качестве принимающих площадок при организации выступлений иностранных музыкантов. По оценкам компаний-промоутеров, в ближайшем будущем будет наблюдаться дефицит таких площадок.

Однако в ближайшей перспективе организация выступлений отечественных артистов будет более выгодной по причине отсутствия «валютных» затрат на логистику. Размер запрашиваемых российскими исполнителями гонораров все еще будет ниже тех сумм, которые требуют их зарубежные коллеги. Кроме того, качество исполнительского контента, как уже говорилось, существенно выросло. Дистанция между российскими и зарубежными хитами, по мнению критиков и участников отрасли, сократилась, исполнители успешно адаптируют западные музыкальные решения к российской реальности.

Постепенно будет меняться жанровая структура проводимых концертов современной музыки. Активно растет интерес к экспериментальным проектам.

Отдельно стоит остановиться на роли билетных операторов на концертном рынке. В целях получения максимальной выгоды они будут увеличивать объемы рекламы и упрощать способы доставки билетов к покупателям, разрабатывая и внедряя электронные системы оплаты и прохода на мероприятия (например, оплата при помощи смартфона или бесконтактной банковской карты на турникетах, использование QR-кодов и т.д.).

Что касается зарубежных гастролей, то основными направлениями останутся страны постсоветского пространства (например, Беларусь), а также государства с многочисленной русскоязычной диаспорой (например, США, Израиль и др.).

В итоге можно сказать, что два сегмента российского концертного сектора – государственный и независимый – несмотря на финансовые проблемы, будут развиваться в русле мировых тенденций. При этом эффективность коммерческих проектов будет возрастать.

4.2.3 Основные направления развития циркового дела в РФ

Цирки, в полном понимании этого слова, в РФ являются полностью государственной зоной внимания. Однако, в отличие от театров и концертных организаций, в ближайшие годы ожидается их выход на самоокупаемость. Этому будет способствовать современная материально-техническая база индустрии, которая в настоящий момент модернизируется благодаря господдержке. Также источником дополнительных доходов будет выступать сопутствующие услуги – кейтеринг, фотосессии, экскурсии, мастер-классы и т.д. Также, после принятия нормативных актов, стимулирующих вложения в сферу культуры, возможен рост интереса к цирку.

На мировом рынке, по мнению экспертов, российский цирк также продолжит усиливать позиции. Цирки осуществляют гастрольную деятельность как в странах ближнего, так и дальнего зарубежья. В данной индустрии языковой барьер отсутствует, поэтому выбор стран не ограничен русскоговорящим сообществом. Кроме того, госцирками выпущены зрелищные «этичные» номера и программы без участия животных, которые могут быть представлены в странах, где разрешены только такие представления (в частности, это развитые страны, например, Австрия, Великобритания и др.). При этом ряд решений отличается сложностью исполнения и использованием спецэффектов.

Частные проекты, в названии которых присутствует слово «цирк», в большинстве своем представляют собой шоу с цирковыми элементами. Причем здесь мощным источником дохода может являться продажа еды и напитков, сувениров и т.д. Однако, по мнению экспертов, эти участники коммерчески успешны. Возможно незначительное увеличение таких шоу в городах-миллионниках, где есть потенциальная аудитория.

Негативным моментом может стать рост билетов на цирковые шоу. Однако это коснется скорее столичных регионов, на периферии стоимость билетов на представления местных цирков должна остаться более доступной.

Другим негативным моментом может стать кадровый вопрос. «Утечка талантов» за рубеж и отсутствие институтов наставничества останутся проблемами отрасли в ближайшей перспективе.

Как и другие участники индустрии исполнительских искусств, цирки активно развивают дистанционные каналы продаж, хотя от сети физических касс пока отказываться также не собираются.

В итоге можно сказать, что несмотря на существующие проблемы, российская цирковая индустрия постепенно развивается. Если госциркам удастся стать самоокупаемыми, то это будет мощным рывком в развитии отрасли, цирки могут стать сильным звеном отечественной индустрии развлечений наряду с шоу-бизнесом и кинематографом.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОПРОС ВЦИОМ: ВОВЛЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РФ В КУЛЬТУРНУЮ ЖИЗНЬ СТРАНЫ, 2016 г.

В 2016 г. по инициативе Минкультуры России Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) был проведен всероссийский опрос в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках и 8 федеральных округах РФ. Объем выборки – 1,6 тыс. человек старше 18 лет. Результаты проведенного исследования следующие:

- **Высокий уровень вовлеченности россиян в культурную жизнь страны.** 76% респондентов заявили о том, что принимали участие в культурных событиях и мероприятиях 2016 г. (в 2015 г. – 71%). Наиболее популярными среди россиян культурными мероприятиями остаются поход в кино (45% заявили, что посещали кинотеатры в 2016 г.) и участие в местных (как правило, бесплатных) праздниках (38%).
- **Определение потребительских предпочтений в сфере культуры.** Лидерами рейтинга интереса к культурным событиям являются театры и концерты. 41% опрошенных заявил о желании посетить подобные мероприятия. Наименьший интерес респонденты проявили к Интернет-ресурсам, посвященным деятельности культурных учреждений (5%).
- **Умеренно-положительная оценка населением текущей ситуации в сфере культуры.** Более половины участников исследования (52%) оценили текущее положение дел в культурной сфере как среднее. Почти треть (30%) дали положительную оценку. Только 11% высказались негативно. Доля положительных оценок культурной сферы уверенно растет с 2014 г. При оценке динамики положения дел в сфере культуры более трети опрошенных (37%) отметили улучшение, и только 9% заявили об ее ухудшении. Еще 44% респондентов сказали, что ситуация за 2015 г. не изменилась.

Однако стоит отметить, что в большинстве исследований, проведенных различными аналитическими агентствами и касающихся в целом досуга российских граждан, помимо «кинотеатров» преобладают такие сегменты, как «бары и рестораны» и «Интернет».