

**ПОТЕНЦИАЛ СООБЩЕСТВ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ
ИНДУСТРИЙ И СОЦИАЛЬНО-
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
ПРОЕКТОВ В КУЛЬТУРЕ:
статьи и материалы**



**(Республика Северная Осетия-Алания – Вологодская область –
Севастополь – Краснодарский край, август – октябрь 2021г.).**

**Вып.4
Методический сборник**

Министерство культуры Российской Федерации
Национальный проект «Культура»
ООО «Российский фонд культуры»
НКО Фонд поддержки и развития отечественной культуры, театрального искусства, русского языка «МТФ «Русская классика»
Научно-образовательное культурологическое общество (Московский филиал)
Научно-образовательный центр «Гражданское общество и социальные коммуникации»
Института государственной службы и управления РАНХиГС
Центр развития гражданского общества, некоммерческого сектора и СО НКО РГСУ

**ПОТЕНЦИАЛ СООБЩЕСТВ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ
ИНДУСТРИЙ И СОЦИАЛЬНО-
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ
В КУЛЬТУРЕ:
статьи и материалы**

**ШКОЛА КУЛЬТУРНОГО ФОРУМА
РЕГИОНОВ РОССИИ**

(РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ-АЛАНИЯ – ВОЛОГОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ – СЕВАСТОПОЛЬ – КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ,
АВГУСТ – ОКТЯБРЬ 2021Г.).

**ВЫПУСК 4
МЕТОДИЧЕСКИЙ СБОРНИК**

СОСТАВИТЕЛИ, ОБЩАЯ И НАУЧНАЯ РЕДАКЦИЯ:
О.Н. АСТАФЬЕВА, О.В. КОРОТЕЕВА, И.А. КУПЦОВА



**МОСКВА
2021**

УДК 316.7
ББК 77
П64

Проект реализован с использованием средств гранта, предоставленного ООО «Российский фонд культуры» в рамках федерального проекта «Творческие люди» национального проекта «Культура»

П64 Потенциал сообществ для развития творческих индустрий и социально-предпринимательских проектов в культуре: Статьи и материалы / Школа Культурного форума регионов России (Республика Северная Осетия-Алания – Вологодская область – Севастополь – Краснодарский край, август – октябрь 2021 г. / Составители, общая и научная редакция: О.Н. Астафьева, О.В. Коротеева, И.А. Купцова. Вып.4. Методический сборник. – М.: Изд-во ИП Ершов И.А., 2021. – 300 с.

ISBN 978-5-00189-846-7

Книга продолжает серию публикаций материалов участников Культурного форума регионов России, который в 2021 году проходил в формате Школы Культурного форума регионов России и межрегионального круглого стола, семинаров в период с августа по октябрь 2021 года с участием представителей 29 субъектов Российской Федерации. Центральной темой обсуждения являлись вопросы проектной деятельности и инициатив в сфере развития и поддержки социального предпринимательства и творческих индустрий, рассматриваемые в контексте возможностей эффективного привлечения ресурсов некоммерческого сектора к участию в социокультурном развитии регионов России.

В статьях многосторонне раскрываются проблемы реализации базовых документов государственной культурной политики, развития творческих индустрий. В методическую часть сборника включены материалы, обеспечивающие основу для межсекторного и межведомственного взаимодействия, стратегические ориентиры и вектора дальнейшего развития гражданского общества, полезные ссылки и выдержки из нормативно-правовых документов, определяющих развитие творческих индустрий социального предпринимательства в культуре.

В сборнике раскрываются примеры проектной деятельности социально ориентированных НКО, активно участвующих в создании культурных продуктов и событий, в трансляции ценностей и смыслов, в развитии творческих индустрий и использовании их потенциала в преобразовании культурной среды.

ISBN 978-5-00189-846-7

Редакция не несет ответственности за высказанные точки зрения и мнения.

© Коллектив авторов, 2021

© Астафьева О.Н., Коротеева О.В., Купцова И.А., сост., общ. и науч. ред., 2021

© НКО Фонд поддержки и развития отечественной культуры, театрального искусства, русского языка «МТФ «Русская классика», 2021

© НОЦ «Гражданское общество и социальные коммуникации» ИГСУ РАНХиГС, 2021

© Центр развития гражданского общества, некоммерческого сектора и СО НКО РГСУ, 2021

Содержание

Астафьева О.Н., Коротеева О.В., Купцова И.А. Развитие социально-предпринимательских проектов в области креативных индустрий: введение в проблематику (Москва)	7
--	---

РАЗДЕЛ I.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ: ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Горушкина С.Н. Виды поддержки негосударственного сектора сферы культуры (Москва)	20
Астафьева О.Н. Развитие территорий в условиях модернизации: ресурсы творческих индустрий и креативного предпринимательства в культуре (Москва)	26
Протасевич А.Р. Культурная политика и креативная экономика России: единство или борьба? (Москва)	44
Сазонова В.А. Творческие индустрии как механизм актуализации нематериального культурного наследия (Москва)	49
Купцова И. А. Культура волонтерства как средство развития некоммерческого сектора и социального предпринимательства (Москва)	56
Голубева Ю.В. Культура соучастия и волонтерство как средство развития досуговых социокультурных проектов (Москва)	63
Макарова Л.А. Проектные волонтерские сообщества на базе учреждений культуры – драйвер развития территорий, креативный потенциал, кадровый резерв, институт формирования лидеров изменений (Москва)	68
Убрятова А.В. Социальное предпринимательство: некоммерческие организации в творческих проектах ЮНЕСКО (Москва)	73
Левицкая А. Н. Формирование рынка государственно-частного партнерства с крупными компаниями культурно-развлекательного сегмента: особенности и факторы привлекательности (Москва)	79

РАЗДЕЛ II.

РЕСУРСЫ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ТЕРРИТОРИЙ

- Белоусова Д.С.** Влияние культурных индустрий на развитие современного перформативного искусства в регионах (Пермский край, Пермь) 88
- Куварзина Ю.Ю., Лисицкий А.В.**
Гений места – технологии и практика работы с ресурсом наследия. Проект «Детский Достоевский» (Москва) 95
- Булах Н.В.** Возрождение дачи первого русского импрессиониста Константина Коровина в деревне Охотино (Ярославская область, Ярославль) 103
- Степанова С.А.** Шелота – точка притяжения: становление творческих индустрий Вологодской области (Вологодская область, Шелота) 107
- Бучкина Е.А.** Культурные коды прошлого как ресурс для развития креативных индустрий: «советские» досуговые практики в Парке Горького (Москва) 110
- Сибатуллина Г.Ф.** Народные художественные промыслы как фактор развития территорий и креативных индустрий в Республике Татарстан и за рубежом (Республика Татарстан, Казань) 117
- Макарова Е.В.** Факторы развития народных художественных промыслов в современной России (Москва) 124
- Бороноева Т.А.** Национальный музей Республики Бурятия как участник креативных индустрий (Республика Бурятия, Улан-Удэ) 131
- Афоница К.С.** Культурно-образовательная программа «Художественные образы народных промыслов Подмосковья» (Московская область) 134
- Кузьмина Н.В.** Фестивальные проекты в формировании символично-семиотического пространства города (Москва) 145

РАЗДЕЛ III. ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ: ПРОЕКТЫ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

- Окольникова С.А.** Участие некоммерческих организаций в поддержке культурных инициатив и креативных индустрий на территории Республики Хакасия (Республика Хакасия, Абакан) 156
- Крузе Ю.Л.** Практика участия коллективного субъекта развития и сохранения историко-культурного наследия в государственно-общественном партнерстве в Нижегородской области (Нижегородская область, Нижний Новгород) 163
- Кузаева И.В.** Механизмы сохранения историко-культурного наследия и развития народных художественных промыслов: опыт Новосибирской области (Новосибирская область, Новосибирск) 169
- Жанкова Е.А.** Развитие социального предпринимательства и проектной деятельности АНО «Музей городской жизни» (Калининградская область, Калининград) 178
- Лонская О.В.** Музей «Горная аптека» vs туристический центр «Горная аптека»: от музеефикации наследия к креативному предпринимательству (Алтайский край, Барнаул) 183
- Цаллагов З.В.** Проект «Родовые башни» (Республика Северная Осетия-Алания, Владикавказ) 191
- Назарой О.В.** Из опыта работы с некоммерческими организациями в сфере культуры Псковской области (Псковская область, Псков) 194
- Варшавская Л.Е.** Народные традиции: от меховой мозаики до рыбьей кожи (Хабаровский край, п. Ванино) 196

РАЗДЕЛ IV. РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ И ПОДДЕРЖКА КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ

- Дядьков О.Н., Ломаев Р.Л.** Участие негосударственных организаций и креативных инициатив в развитии творческих индустрий и социального предпринимательства в культуре (Москва) 202

РАЗДЕЛ V. ПРИЛОЖЕНИЕ

«Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года	226
Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»	246
О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» в части закрепления института творческих (креативных) индустрий. Проект.	261
Закон «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре». Принят Думой Ханты-Мансийского автономного округа – Югры 27 июля 2020 года	268
Концепция развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительства Саха (Якутия) от 27 декабря 2019 г. №1736-р	275
Областной Закон «О региональных, муниципальных, территориальных брендах, народных художественных промыслах и ремесленной деятельности». Принят Новгородской областной Думой 19 декабря 2018 года	293
Полезные ссылки для НКО и социальных предпринимателей, реализующих проекты в социокультурной сфере	299
РАЗДЕЛ VI. АВТОРЫ	301

Астафьева Ольга Николаевна

доктор философских наук, профессор,
директор Научно-образовательного центра
«Гражданское общество и социальные коммуникации»,
профессор кафедры ЮНЕСКО Института государственной службы и управления
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»

Коротеева Оксана Васильевна

кандидат психологических наук,
доцент кафедры управления информационными процессами
Института государственной службы и управления
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»

Купцова Ирина Александровна

доктор культурологии, заведующая кафедрой медиаобразования
Московский педагогический государственный университет,
эксперт Научно-образовательного центра
«Гражданское общество и социальные коммуникации»
Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»

Развитие социально-предпринимательских проектов в области креативных индустрий: введение в проблематику

Факторы возрастания интереса к креативной экономике и креативным индустриям

Осмысление феномена креативных индустрий, анализ роли и возможностей сферы культуры в развитии инновационной экономики и гражданского общества наиболее заметно прослеживается в нашей стране с середины 2000 годов. Это связано, как с активизацией процесса социокультурной модернизации и глобализации, укрепления сектора креативной экономики, общими процессами обновления социальных и культурных практик развития территорий, расширением подходов к организации культурно-досуговой и туристской деятельности, так и с появлением новых направлений в научных разработках ученых России, выходом на русском языке знаковых публикаций зарубежных исследователей, содержащих прогностические соображения и предположения о новом типе культуры, роли «креативного класса» для развития общества и экономики^{*}, городах недалекого будущеме-

* См.: Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. / М.: Издательский дом «Классика XXI», 2005. 399 с.; Сибрук Дж. Nobrow: Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ad marginem. 2004. 304 с.; Пайн Дж. Б., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / пер. с англ. М.: Вильямс, 2005. 304 с.

го^{*}, принципах взаимодействия культуры и власти^{**}, новых ракурсах и возможностях культурной политики, а также о потенциале творческой личности, как части не только социокультурной среды, но и экономической системы. Развернулась дискуссия вокруг творческих индустрий^{***}, которые стали рассматриваться как драйверы развития регионов, местных сообществ, и во многом наделялись исключительно оптимистичными характеристиками и сопровождались радужными перспективами.

С одной стороны, это было обусловлено переосмыслением роли культуры и ее экономического потенциала в современном обществе, эффективным развитием сферы творческих индустрий за рубежом, где они становились всё более заметной частью экономического и социального ландшафта, «переоткрывая» многие промышленные регионы ряда европейских стран, формируя креативную экономику (так называемую «экономику впечатлений») и новый тип занятости населения, отвечая тем самым на мощный запрос экономической и социальной системы, претерпевавшей серьезные изменения, обусловленные стремительным развитием постиндустриального общества и валобразным ростом социокультурных вызовов нового типа, которые настоятельно требовали ответа и быстрых решений.

С другой стороны, Россия в это время вступала в новый этап социально-экономического и культурного развития, интенсивных поисков факторов повышения конкурентоспособности страны, укрепления человеческого капитала. Актуальные формы поддержки творческих инициатив, практик и проектов рассматривались как путь к решению проблем качества жизни и среды регионов, городов и отдельных населенных пунктов. Остро встала проблема деиндустриализации ряда территорий, моногородов, вывода промышленных производств из исторических центров, занятости населения (в том числе необходимость поиска новых «профессиональных ниш», где могли бы найти свое применение оставшиеся без работы представители разных специальностей), также происходило осознание значимости креативности в целом, как средства развития экономической, социальной и культурной сферы российского общества.

О понятии «креативные индустрии»

Важным представляется и научный поиск самого определения креативных индустрий на русском языке, где не всё так однозначно как, например, в британской версии, зафиксированной в ноябре 1998 года в документе Департамента культуры, медиа и спорта правитель-

* Лэндри Ч. Креативный город / пер. с англ. / М.: Издательский дом «Классика XXI», 2005. 399 с.

** См.: Гнедовский М.Б. Творческие индустрии: политический вызов для России // Отечественные записки. 2005. №4. С. 168-169

*** Культурные индустрии: теории и практики в контексте современных социальных трансформаций: материалы круглого стола / Астафьева О.Н., Жукова О.А., Костина А.В., Кузнецова Т.Ф., Флиер А.Я. // Вопросы культурологии. 2013. №2

ства Великобритании: «Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности»*. В публикациях российских авторов встречается как термин «креативные», так и «творческие» индустрии, которые в большинстве случаев используются как синонимы. Отметим, что и недавно утвержденная Правительством РФ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, содержит их определение как взаимозаменяемых прилагательных. При этом **«творческие (креативные) индустрии»** определяются как «сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества»**.

Энциклопедия «Прикладная культурология» содержит следующее определение: «креативные/творческие индустрии – отрасли современной экономики, ключевой базой которых является использование творческого начала, интеллектуальной собственности субъекта этой практики, его стремление к креативной самореализации»***. Таким образом, подчеркиваются ведущие характеристики креативных индустрий: их принадлежность инновационной экономической системе, исключительная роль креативной деятельности для ее развития посредством использования творческого начала человека. Обращает на себя внимание отсутствие в определении предполагаемых результатов и их характеристик. Однако в современных условиях развития российского общества на первый план выходят вопросы качества жизни населения, гармоничного развития личности, возможностей ее полноценной самореализации, творчества во всем многообразии его проявления, что свидетельствует об акценте на проблемах социокультурного спектра, безусловно влияющих и на экономическую систему.

2021 год был объявлен ООН Международным годом креативной экономики, что свидетельствует о стремлении на международном уровне перенести акцент с сырьевых рынков и способов построения

* Цит. по: Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Издательский дом «Классика XXI», 2010. С.9.

** Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года // Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjIAAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения 01.10.2021)

*** Прикладная культурология. Энциклопедия / сост. и научн. ред. И.М.Быховская. – М.: ООО «Издательство «Согласие», 2019. С. 615

экономик отдельных стран на творческий потенциал людей, способных менять общество и развивать территории.

Российская креативная неделя / Russian Creative Week

Традиционно Москва выступает центром инноваций в различных сферах деятельности, вовлекая в трансформационные процессы регионы и местные сообщества. Творческие индустрии не стали исключением. Одним из значимых московских мероприятий, определяющих векторы развития творческих индустрий, их инновационные формы и средства, является Российская креативная неделя / Russian Creative Week, организаторы которой позиционируют её как главное федеральное событие в сфере креативных индустрий, витрину достижений российских организаций в области креативной экономики, единое пространство для открытого диалога всех вовлечённых в развитие креативного сектора страны. Слоган недели в 2021 году – «Меняем креативный ландшафт страны».

В текущем году в ходе ее проведения отмечалось, что «творчество во всех отраслях экономики превращается в большой бизнес с крупными инвестициями. Ожидалось, что пандемия нанесет непоправимый ущерб предпринимательскому сообществу и потери превысят сумму в 150 миллионов рублей. Тем не менее, к лету 2021 года городские бизнесы не только выжили, но и добились желаемого – понятие «креативные индустрии» в скором времени будет закреплено в законодательстве (что и произошло при утверждении Концепции развития творческих индустрий – *прим. авторов*). Общая доходность креативных отраслей экономики в Москве составляет более 3 триллионов рублей в год и объединяет многие тысячи человек. Работая на стыке творчества, науки и технологий, обмениваясь опытом и знаниями, предприниматели получают уникальные и качественные продукты, востребованные как на локальном, так и международном рынке»^{*}.

Креативные индустрии в ходе работы недели были объединены в следующие блоки и направления:

- дизайн;
- искусство;
- IT;
- музыка и саунд-дизайн;
- телевидение;
- мода;
- образование;
- маркетинг;
- разработка игр;
- издательское дело и журналистика;
- новые медиа;

^{*} Официальный сайт Московской креативной недели // Режим доступа: <https://creativityweek.ru/event/1883> (дата обращения 01.10.2021)

- кино;
- компьютерная графика;
- архитектура и урбанистика.

Обратимся к такой ключевой сфере как образование, которое в контексте развития креативных индустрий трактуется феномен, объединяющий всю деятельность человека. Ведущими вопросами дискуссий выступают: будущее образования, требования к образованию, новые возможности современного образования и прочее. Наиболее значимыми в нынешней повестке видятся: проблемы цифрового образования (которое стремительно стало привычной частью жизни населения всей планеты во время пандемии COVID 19), вопросы обучения на протяжении всей жизни (концепция Life-long Learning), компетенции специалиста будущего, несоответствие спроса на образование и предложения.

Обращает на себя внимание либо отсутствие, либо незначительное место в повестке Российской креативной недели вопросов научного творчества, интеллектуальной собственности, а также проблематики менеджмента в сфере креативных индустрий (рассматриваются лишь конкретные практики современного маркетинга). Предположим, что эти вопросы остаются за рамками мероприятия вследствие его формата и направленности.

Культурный форум регионов России

Креативные индустрии, пройдя определенный путь развития, вызывают новые вопросы и формируют иную проблематику*. Осознается не только их ценность как ресурса инновационной экономики и занятости нового типа, но требуется анализ возможностей и ограничений творческих индустрий в контексте креативной экономики в целом, социальных эффектов (как позитивных, так и находящихся в зоне риска, потенциала социального предпринимательства в условиях современного этапа динамики индустрий).

Российский опыт развития креативных индустрий, как с позиции их научных исследований, так и практического воплощения идей в условиях центра и регионов, требует систематизации имеющегося опыта, развития профессионального сообщества, обобщения культурных практик и выработки стратегии развития и «дорожной карты» ее достижения.

Актуальными для российского сегмента креативных индустрий выступают, прежде всего, *вопросы связанные с участием государства* в поддержке их устойчивого развития, придания им легитимности и официального статуса, преодоления проблем межведомственной разобщенности в подчинении различных видов индустрий разным ведомствам (в настоящее время секторы креативных индустрий входят в зону ответственности Министерства культуры, Министерства

* Зеленцова Е., Gladких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: RUGRAM, 2021. 210 с.

промышленности и торговли РФ, Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ и соответствующих органов управления на уровне регионов и на местах). Ключевое значение для дальнейшего развития креативных индустрий имеет поддержка государством малого и среднего бизнеса, социального предпринимательства, играющего всё более заметную роль в социокультурных практиках, реализуемых на местах и формирующих творческие сообщества жителей.

Российский вариант креативных индустрий имеет ярко выраженную специфику форм реализации деятельности (в отличие от ряда стран, где креативные индустрии – преимущественно негосударственный коммерческий сектор). В нашей стране сектор креативных индустрий объединяет в себе, в сущности, три крупнейших сегмента. Это государственные муниципальные учреждения, поскольку здесь сосредоточены и исполнительские искусства, и сохранение культурного наследия, и досуговые практики. Это некоммерческие организации в сфере культуры, которые осуществляют все виды культурной деятельности, довольно широкий сегмент. И это коммерческие организации культуры, которые оказывают услуги в сфере досуга, кинематографии, дизайнерского искусства, осуществляют создание товаров и услуг, связанных с творческой деятельностью и основанных на интеллектуальной собственности.

Принятая Правительством РФ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее Концепция) основана на принципах, содержащихся в Основах государственной культурной политики (утверждены Указом Президента РФ от 24 декабря 2014 г. №808^{*}), положениях Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года^{**}, позициях Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года^{***}. Вопросы развития креативных кластеров были рассмотрены на круглом столе в Совете Федерации Федерального собрания РФ «Креативные кластеры. Современная модель развития предпринимательства»^{****}, где было отмечено, что креативные индустрии создают не только уникальную продукцию, но и способствуют повышению уровня самозанятости населения, создают условия для творческого участия человека в жизни своего района, го-

* Основы государственной культурной политики // Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/94274/> (дата обращения 01.10.2021)

** Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года // Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/UVAIqUtT08o60RktoOXI22JJAe7irNxc.pdf> (дата обращения 01.10.2021)

*** Стратегия государственной культурной политики до 2030 года // Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9Ixp7f2xm.pdf> (дата обращения 01.10.2021)

**** http://economy.council.gov.ru/activity/activities/round_tables/86481/

рода, региона, что способствует привлечению молодежи в инновационный сектор экономики.

Концепция предусматривает государственную поддержку креативных индустрий, в том числе участие в создании территориальной инфраструктуры творчески-креативных кластеров. В настоящее время можно отметить активное развитие практик создания креативных кластерах, как в столице и крупнейших городских агломерациях, так и на уровне муниципальных образований. Этому процессу во многом способствуют различные формы грантовой поддержки некоммерческого сектора, учреждений сферы культуры, творческих проектов и программ. Наиболее значимым среди них является Президентский фонд культурных инициатив*, проводящий конкурс президентских грантов на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий. В этом конкурсе могут принять участие некоммерческие организации, коммерческие организации, индивидуальные предприниматели, а также муниципальные учреждения и предприятия. Формирование заявки требует от претендентов высокого уровня подготовки и профессионализма.

Креативные кластеры требуют непосредственного участия бизнеса, способного включиться в развитие конкретной территории с опорой на творческий потенциал местного сообщества и готовностью развивать социально ориентированные культурные практики. Постепенно распространяется практика участия бизнеса в государственно-частном и муниципально-частном партнерстве, которое является взаимовыгодной формой взаимодействия бизнеса и власти. Всё больше неравнодушных предпринимателей, озабоченных сохранением историко-культурного наследия, включаются в сферу креативной деятельности, действуя в рамках НКО. Нередко они готовы поддерживать идеи местного сообщества и привлекают для их воплощения экспертов в соответствующей области. Бизнес начинает осознавать свою социальную ответственность и возможности влияния на динамику региона, его культурный ландшафт через сотрудничество с некоммерческим сектором. Как показывает практика, кластеры способны стать точкой притяжения для локальной территории, объединять творческих людей в условиях крупных городских агломераций и способствовать системной трансформации социокультурного пространства городов и регионов. Важным результатом является вовлечение в культурную жизнь региона новых целевых аудиторий (например, тех, кто по каким-то причинам недоверчиво относится к государственным учреждениям культуры и досуга и проводимым им мероприятиям).

Интересным вектором развития креативных индустрий выступает *сотрудничество реальных производств* (сельскохозяйственных,

* Официальный сайт Президентского фонда культурных инициатив // Режим доступа: <https://фондкультурныхинициатив.рф>

промышленных) с представителями творческого сообщества. Такие коллаборации способствуют переосмыслению традиционных производств/видов деятельности и появлению новых практик с опорой на креативность и нестандартный подход.

Отдельное внимание при анализе феномена креативных индустрий необходимо уделять народным художественным промыслам и ремёслам России, которые являются неотъемлемой частью культурного наследия и в настоящее время вовлекаются в сектор креативных индустрий. Здесь возникают проблемы правовой защиты подлинности, аутентичности, необходимость поддержки мастеров промыслов, а также подготовки молодых специалистов, которые будут развивать его в дальнейшем. Специфика народных художественных промыслов и ремесел позволяет создавать уникальные немассовые изделия, характеризующиеся вариативностью исполнения, хранящие стиль конкретного мастера, художника, что особо ценно в условиях унификации продукции, массовизации производства товаров и услуг. Появление креативных кластеров на базе центров народных художественных промыслов – один из путей актуализации культурного наследия нашей страны, решение проблем занятости в местах нахождения промысла.

Еще одним актуальным вопросом развития креативных индустрий является необходимость формирования *системы информационного обеспечения* их деятельности. Необходимы крупные информационные площадки и агрегаторы, аккумулирующие материалы о конкретных практиках и позволяющие привлекать венчурный финансовый капитал на развитие сектора, поддержку стартапов, реализацию конкретных проектов. Остро стоят проблемы, связанные с механизмами налогообложения, обеспечения правовой охраны для сделок с интеллектуальной собственностью. Креативность при этом определяется как ключевая компетенция XXI века^{*}. Особенно значимо это в части брендинга товаров и услуг креативного сектора, многие из которых базируются на нематериальном наследии или содержат в своей основе нематериальную базу, которая нуждается в правовой защите и юридической регламентации. Силой, способной решать многие заявленные вопросы и способствовать развитию креативных индустрий, является ресурсная база общественных организаций, которые оказывают поддержку, сопровождают проекты и программы. Сегодня важнейшим «игроком» на поле культурных индустрий становятся ассоциации, сообщества, объединения по отраслевому («цеховому») признаку, объединяющие наиболее активных и творческих представителей социокультурной сферы.

Информационное пространство, формируемое креативными индустриями и вокруг них, способно оказывать значительное влияние на

* Абанкина Т.В. Креативные компетенции и интеллектуальная собственность при переходе к инновационной экономике // трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях. – М., 2020. С. 171-176

процессы популяризации творческих практик, привлечения к деятельности заинтересованных лиц, повышения мотивации к занятию творчеством и развитию креативных площадок на местах. Отдельного внимания заслуживают так называемые «новые медиа» – современные каналы трансляции информации и коммуникации, основанные на интернет-технологиях и новых технических возможностях цифровых гаджетов. Примером такого информационного контента выступает получивший распространение и завоевавший большое число поклонников формат – подкасты. Подкастинг (от англ. podcasting — производное от слов iPod, популярного mp3-плеера от Apple и broadcasting, что означает широко вещание) представляет из себя новый формат распространения аудио и видеоконтента через интернет. По форме подкасты похожи на радио- или телепередачи, которые существуют в виде файлов или потокового вещания; их можно поигрывать в любое удобное для слушателя время, в любом месте, где есть Интернет. Подкасты популярны среди разных слоев населения, но особенно сильно востребованы молодежной аудиторией и подростками. С точки зрения развития креативных индустрий, подкасты (их создание, продюсирование и пр.) сами выступают частью новых медиа и креативной экономики. При этом они способны развивать социокультурные практики, сопровождая проекты и привлекая внимание к конкретным событиям или объектам. Они уже зарекомендовали себя как эффективное средство обучения и воспитания в рамках внеурочных мероприятий, дополнительного образования, культурно-просветительской деятельности. Фактором риска в данном случае выступает качество контента, возможное чрезмерное увлечение его развлекательной составляющей, а также необходимость производства новых материалов в режиме «здесь и сейчас», так как потребитель уже привык к быстрому появлению материалов, отвечающих на запросы или события сегодняшнего дня.

Для профессионалов в социокультурной сфере открываются новые возможности трансляции информации и привлечения потенциальных участников творческих проектов. Казавшиеся отдаленным будущим онлайн-форматы проведения культурно-массовых, образовательных, просветительских, досуговых мероприятий были резко востребованы обществом в период пандемии и, вероятно, уже прочно вошли в жизнь наших современников. Они требуют от участников креативной отрасли новых компетенций, знаний и умений, которые позволяли бы им находиться наравне с запросами потребителей и представлять востребованный культурный контент.

Еще одним ракурсом формирования информационного поля креативных индустрий и *подготовки профессионалов* нового уровня является необходимость трансляции опыта (как позитивного, так и не слишком успешного), которая позволит тем, кто приходит в эту сферу деятельности, увидеть определенные ориентиры, познакомиться с

лучшими практиками и их инициаторами, наладить профессиональные контакты. Одной из таких площадок, объединяющей многообразие творческих индустрий и культурных практик выступает Культурный форум регионов России и проводимая в его рамках Школа культурного форума, которая объединяет экспертов и практиков различных субъектов Российской Федерации. По итогам работы форума опубликован ряд сборников*. В качестве ключевого момента в тиражировании креативных индустрий, мероприятий креативной индустрии выступает проектный подход, который требует особых компетенций и готовности участников.

Эффективными площадками взаимодействия некоммерческих организаций являются региональные ресурсные центры, которые позволяют участникам взаимодействовать друг с другом, выстраивать коммуникации с органами власти, коммерческим сектором, социальными предпринимателями. Необходимо согласовывать интересы НКО, государственных организаций, учреждений культуры, коммерческих организаций, которые будут способствовать достижению единой цели – развитию сферы креативных индустрий. Развитие взаимодействия между и внутри коммерческого и некоммерческого секторов экономики позволит более эффективно развивать социокультурное пространство регионов и реализовывать творческий потенциал личности.

Структура сборника

В основных разделах четвертого выпуска трудов участников Культурного форума регионов России представлены статьи и материалы по итогам проведения Школы форума в Вологодской области, Республике Северная Осетия-Алания, Севастополе, Краснодарском крае. В них раскрывается общая картина современного этапа развития и потенциал социально-предпринимательских проектов в сфере культуры и творческих индустрий в России. Методическая часть сборника (Раз-

* См.: Поддержка некоммерческих организаций и общественных инициатив в культуре: практики и методики: Материалы V Культурного форума регионов России «Места памяти и коллективная идентичность: общественные и частные инициативы в социокультурном развитии России» (Республика Крым – Калужская область – Пензенская область – Новосибирская область – Краснодарский край – Москва), июнь – декабрь, 2020 г. Вып. 3 / Составители и общая редакция: О.Н. Астафьева, С.Н. Горюшкина, Т.С. Иларионова, О.В. Коротеева. – М.: Буки Веди, 2020. 300 с. // Режим доступа: <http://kultforum2017.ru/images/books/forum2020.pdf>;

Образование и культура: потенциал взаимодействия и ресурсы НКО в социокультурном развитии регионов России. Теория и практики социокультурного развития: Сборник материалов III Культурного форума регионов России. Москва – Волгоград – Новосибирск – Рязань – Сыктывкар, (февраль – сентябрь 2017 г.). Вып.2 Составители и общая редакция: О.Н. Астафьева и О.В. Коротеева. – М.: ИП Лядов К.В., 2017. – 576 с.

Теория и практики социокультурного развития: Сборник материалов III Культурного форума регионов России. Москва – Волгоград – Новосибирск – Рязань – Сыктывкар, (февраль – сентябрь 2017 г.). Вып.2 Составители и общая редакция: О.Н. Астафьева и О.В. Коротеева. – М.: ИП Лядов К.В., 2017. – 576 с. // Режим доступа: http://fondclassic.ru/images/books/info_2017.pdf;

Гражданская солидарность в реализации государственной культурной политики: взаимодействие власти, общества и бизнеса: сборник материалов Культурного форума регионов России (Якутск – Москва, 25 сентября 2015 года) / Сост., общ. ред. Астафьевой О.Н., Коротеевой О.В. – М.: ИП Лядов К.В., 2015. – 576 с. // Режим доступа: <http://fondclassic.ru/images/books/solidarity.pdf>.

дел V) включает комплекс законодательных и нормативно-правовых документов и материалов, обеспечивающих условия функционирования и поддержки данного сектора креативной экономики. Эти приложения представляются полезными для обеспечения эффективной работы некоммерческих организаций.

В первом разделе «Социальное предпринимательство и творческие индустрии: потенциал и перспективы развития» собраны статьи, раскрывающие сущность исследуемых явлений и процессов, особенности динамики развития креативных индустрий в российском социокультурном пространстве, виды поддержки негосударственного сектора сфера культуры, возможностей волонтерства в контексте социального предпринимательства, раскрытия значений некоммерческих проектов в развитии социального предпринимательства в контексте деятельности ЮНЕСКО, представлены практики творческих индустрий как механизма актуализации нематериального культурного наследия.

Второй раздел «Ресурсы творческих индустрий в развитии культурной среды территорий» объединяет материалы культурных практик, которые в ходе своей реализации трансформируют социокультурное пространство регионов и создают условия для творческой реализации личности, формирования местного креативного сообщества, позитивного изменения культурного ландшафта (Москва, Ярославская область, Вологодская область, Пермская область, Республика Татарстан, Московская область, Республика Бурятия). Особое внимание уделено проблеме сохранения и развития народных художественных промыслов и ремесел.

Третий раздел «Творческие индустрии: проекты социально ориентированных некоммерческих организаций» содержит проекты, реализуемые в ряде регионов страны (Калининградская область, Республика Хакасия, Алтайский край, Москва, Нижегородская область, Новосибирская область, Псковская область, Республика Осетия – Алания, Московская область). Представлены практики социокультурной деятельности некоммерческих организаций по поддержке культурных инициатив и креативных индустрий, проанализированы механизмы сохранения историко-культурного наследия посредством развития социального предпринимательства.

Четвертый раздел «Развитие творческих индустрий и поддержка культурных инициатив в субъектах Российской Федерации: диагностика состояния и региональный опыт» содержит информацию об Участии негосударственных организаций и креативных инициатив в развитии творческих индустрий и социального предпринимательства в культуре.

Список литературы

1. Абанкина Т.В. Креативные компетенции и интеллектуальная собственность при переходе к инновационной экономике // Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях. – М., 2020. С. 171-176.
2. Астафьева О.Н. Творческие индустрии и креативное предпринимательство для развития территорий: о конкурентной среде модернизирующегося общества // Государственное управление и развитие России: глобальные угрозы и структурные изменения. Том III. Сборник статей международной конференц-сессии. – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2020. – С.178 – 194.
3. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: RUGRAM. 2021. 210 с.
4. Культурные индустрии: теории и практики в контексте современных социальных трансформаций: материалы круглого стола / Астафьева О.Н., Жукова О.А., Костина А.В., Кузнецова Т.Ф., Флиер А.Я. // Вопросы культурологии. 2013. №2.
5. Международный журнал исследований культуры. №1 (26), Культурные индустрии, 2017 // Режим доступа: https://old.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2017/ijcr_1-26-2017_full.pdf (дата обращения 01.10.2021).



**Социальное
предпринимательство
и творческие индустрии:
потенциал и перспективы
развития**

Виды поддержки негосударственного сектора сферы культуры

Обсуждение вопросов, связанных с развитием новых форм деятельности негосударственного сектора сферы культуры, правомерно начинать с обзора нормативно-правовых документов, определяющих направления его развития, представленного креативными индустриями. Целью данной статьи является и попытка сформулировать основные направления государственной поддержки, определение субъектов и источников поддержки негосударственного сектора сферы культуры, относящихся к креативным индустриям.

На сегодня негосударственный сектор сферы культуры представлен некоммерческими и коммерческими организациями всех форм собственности.

По сути своей деятельности и конечному результату творческих продуктов и услуг – негосударственный сектор организаций культуры может быть отнесен к сегменту креативных индустрий, что следует из дефиниции, данной в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2021г № 2613-р., а именно:

Творческие (креативные) индустрии – компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельность по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке. К сфере творческих индустрий относятся: промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации.

Основой всех механизмов государственной поддержки развития творческих (креативных) индустрий является закрепление в законодательстве Российской Федерации понятий, необходимых для развития института творческих (креативных) индустрий.

Согласно «Основам государственной культурной политики», утвержденным Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 (далее – Указ 808) к сектору творческих индустрий отнесены: «промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная

индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации».

К творческим (креативным) индустриям относятся четыре крупные группы индустрий: 1) Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия; 2) Индустрии, основанные на искусстве; 3) Современные медиа и производство цифрового контента; 4) Прикладные творческие (креативные) индустрии.

Перспективы их развития вытекают из следующих задач:

– создание условий для развития творческих индустрий», связанных с производством «экономических ценностей в процессе творческой деятельности» и направленных на «капитализацию культурных продуктов и их представление на рынке;

– государственная поддержка отечественной кинематографии, в том числе создания анимационных, документальных, научно-популярных, учебных, адресованных детской аудитории фильмов, создание условий для развития творческих индустрий.

В контексте Российского законодательства поддержка креативных индустрий предусмотрена в ряде нормативных актов.

В Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года утв. распоряжением Правительства РФ от 29.02.2016 №326-р, в разделе III указано, что в целях формирования новой модели культурной политики предполагается в том числе содействие развитию культурной индустрии;

– осуществление всех видов культурной деятельности и развитие связанных с ними индустрий – одна из задач реализации ОГКП;

– в целях активизации культурного потенциала территорий и сглаживания региональных диспропорций предусматривается в том числе обеспечение местного населения рабочими местами в сфере культуры, а также развитие народных промыслов и креативных индустрий;

– в целях повышения роли институтов гражданского общества как субъектов культурной политики предполагается, в том числе, использование инновационных информационных и коммуникационных технологий в целях повышения доступности культурных благ, объектов культурного наследия, продукции творческих индустрий;

– в целях формирования новой модели культурной политики предполагается в том числе содействие развитию культурной индустрии.

Из раздела IV данной стратегии следует, что: для обеспечения расширения географии и ускорения экономического роста, научно-технологического и инновационного развития Российской Федерации за счет социально-экономического развития перспективных крупных центров экономического роста Российской Федерации – крупных городских агломераций и крупнейших городских агломераций предлагается обеспечить ускорение экономического, научно-технологического и инновационного развития указанных территорий в том числе

за счёт приоритетной поддержки высокотехнологических и наукоемких отраслей производства товаров, услуг, творческих (креативных) индустрий.

По разделу VI «Целевые показатели реализации Стратегии» данного Распоряжения раскрыты показатели:

- принимаются программные меры по сглаживанию региональных инфраструктурных диспропорций, развитию сельской культурной инфраструктуры;

- создаются ресурсные и нормативно-правовые условия для развития креативной (творческой) индустрии.

Определяя цели и задачи «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 13.02.2019 №207-р отмечено, что одним из основных направлений пространственного развития Российской Федерации являются:

- обеспечения ускорения экономического, научно-технологического и инновационного развития указанных территорий, в том числе за счет приоритетной поддержки высокотехнологических и наукоемких отраслей производства товаров, услуг, творческих (креативных) индустрий.

Необходимо фокусироваться и выбирать в качестве приоритетов поддержки виды предпринимательства, базирующиеся на использовании результатов творческой, интеллектуальной деятельности вне зависимости от конкретных видов экономической деятельности, отраслей экономики и (или) доли материальной (производственной) составляющей в итоговом товаре и услуге. «В творческих индустриях – креативная производственная активность направлена на результат, которого без способности производить уникальный продукт достичь вообще невозможно. В свою очередь этот результат на рынке третьего сектора монетизируется, и к его созданию привлекаются дополнительные трудовые ресурсы, что делает его равным участником рыночной конкуренции», – заключает О.Н. Астафьева*.

Государственная поддержка развития творческих (креативных) индустрий осуществляется по следующим направлениям:

- создание территориальной инфраструктуры творческого (креативного) предпринимательства;

- развитие системы знаний и компетенций как творческого, так и предпринимательского характера, включая приглашение специалистов;

* Астафьева О.Н. Творческие индустрии и креативное предпринимательство для развития территорий: о конкурентной среде модернизирующегося общества // Государственное управление и развитие России: глобальные угрозы и структурные изменения. Том III. Сборник статей международной конференции-сессии. – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2020. – С. 178 – 194.

- формирование системы информационного обеспечения, включающую возможность использования элементов историко-культурного, нематериального наследия;
- формирование финансовой инфраструктуры, ориентированной на различные стадии зрелости творческого (креативного) предпринимательства, включая «посевную стадию» (малые гранты), стадию обеспечения устойчивости (венчурную) и стадию масштабирования (выхода на новые рынки);
- уточнение механизмов налогообложения и налогового администрирования так и распространения продуктов с высокой долей творческого труда;
- развитие системы сервисного обеспечения правовой охраны, сделок с правами и защиты интеллектуальных прав;
- создание экосистем, привлекательных для концентрации талантов – реализации амбициозных общественно-государственных проектов, требующих активной коммуникации и взаимодействия различных людей, территорий, институтов;
- развитие экспортной инфраструктуры – сервисное сопровождение экспансии товаров и услуг, содействие экспорту интеллектуальных прав на глобальные рынки*.

Система информационного обеспечения, включающая возможность коммерческого и некоммерческого использования элементов историко-культурного, нематериального наследия, формируется за счет создания цифровых копий широкого круга архивных, музейных коллекций, объектов нематериального наследия и закрепления прав на такие цифровые копии за хранителями соответствующих ценностей, а также их использования для создания современных товаров и услуг.

Кроме того, необходимо обеспечить информационный обмен между творческим (креативным) предпринимательством и инвесторами (например, создание питчинг-площадок креативных стартапов и развивающегося бизнеса).

Субъекты поддержки негосударственного сектора сферы культуры, относящихся к креативным индустриям включают: Минкультуры России (Исполнительские искусства Культурное наследие Кинематограф Цифровой контент); Минпромторг России (Культурное наследие (художественные промыслы) Дизайн Индустрия моды Гастрономия); Минцифры России (Обработка данных и разработка программного обеспечения, AR VIAR, компьютерные и видеоигры, печатная индустрия, СМИ, реклама); Минэкономразвития России (Все виды КИ, осуществляемые НКО, субъектами малого и среднего предпринимательства); Ростуризм (Все виды КИ, кроме исполнительских искусств);

* Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года».

Региональные органы и Муниципалитеты (Все виды КИ в рамках своих полномочий по созданию условий для развития культуры, сохранения наследия, развития НКО и малого бизнеса, развития туризма, развития цифровизации).

Источниками поддержки творческих индустрий выступают: *государственное задание; государственные программы/муниципальные программы; национальные проекты; гранты и конкурсы.*

Финансовая инфраструктура образуется региональными и федеральными фондами и институтами развития. «Бесшовная» поддержка творческого (креативного) предпринимательства и безбарьерный переход между различными источниками поддержки обеспечивается за счет общей системы критериев отнесения к творческому (креативному) предпринимательству (вне зависимости от той или иной индустрии) и коллективного договора о взаимном признании экспертизы и оценки эффективности проекта на предыдущей стадии.

Особенностью финансовой инфраструктуры, ориентированной на креативные секторы, должна стать интеграция финансовых организаций, частных инвесторов и региональных органов власти для разработки новых моделей инвестирования и инвестиционных продуктов (специальные инвестиционные фонды, краудфандинг и краудинвестинг, опционные модели и т.д.).

Система развития знаний и компетенций как творческих, так и предпринимательских, включает:

- развитие креативности, творческого мышления как навыка, а также знакомство с практиками творческих (креативных) индустрий в рамках основных общеобразовательных программ и (или) дополнительных общеобразовательных программ;

- увеличение объемов повышения квалификации и профессиональной переподготовки преподавателей в сфере творческих (креативных) индустрий, а также инклюзивного трека и доступной образовательной инфраструктуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья;

- субсидирование приглашения специалистов-практиков как из Российской Федерации, так и из-за рубежа для участия в творческих (креативных) предпринимательских проектах, в том числе для непосредственной передачи актуальных навыков и знаний, необходимых для работы на глобальном рынке;

- субсидирование «креативных стажировок» – программ, по которым молодые специалисты проходят стажировку и (или) практику в успешных российских и зарубежных организациях, инфраструктурных площадках сектора креативной экономики, а также в специализированных образовательных организациях и у конкретных мастеров-наставников;

- создание творческих (креативных) инкубаторов на базе как творческих, так и иных профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования.

Таким образом, перспективы социально-экономического развития России связаны с развернутой системой креативного сектора, набирающего темпы и требующего государственной поддержки, в том числе не только финансовой.

Список литературы

1. Абанкина Т.В., Гнедовский В.М. Управленческие практики капитализации культурного наследия в креативной экономике // Вопросы государственного и муниципального управления. 2016. №4. – С.45 – 76.
2. Астафьева О.Н. Творческие индустрии и креативное предпринимательство для развития территорий: о конкурентной среде модернизирующегося общества // Государственное управление и развитие России: глобальные угрозы и структурные изменения. Том III. Сборник статей международной конференц-сессии. – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2020. – С.178 – 194
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»

Астафьева Ольга Николаевна

доктор философских наук, профессор,
директор Научно-образовательного центра «Гражданское общество и социальные коммуникации»,
профессор кафедры ЮНЕСКО Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская
академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Развитие территорий в условиях модернизации: ресурсы творческих индустрий и креативного предпринимательства

Социокультурная модернизация и ее ресурсы

Преобразование конфигураций социокультурного ландшафта современной России связано с множеством внешних и внутренних факторов, влияющих на процессы развития. Два из них, которые ранее назывались нами в одной из публикаций^{*}, с разной периодичностью и интенсивностью выходят на первый план, определяя векторы и корректируя стратегии культурной политики. Речь идет о взаимосвязанных и зачастую пересекающихся, но при этом разномасштабных явлениях, – глобализации и модернизации, которыми задаются новые условия и параметры жизни и деятельности людей. И сегодня ими во многом определяется содержание и направленность программ и проектов в социокультурной сфере. Их влияние на принятие эффективных управленческих решений, отвечающих за *стратегию территориального развития*, сменившую *охранительные приоритеты* предыдущего века на *инновационные* в текущем, – очевидно.

В современных концепциях социокультурной динамики подчеркивается, что изменения касаются разных сфер и модернизация затрагивает все области человеческой деятельности и отношений. Это было уже очевидно М.Пахтеру и Ч.Лендри, точно уловивших этот «поворот к культуре», поскольку, по их утверждению, в начале XXI века культура «выходит на передний план и даже экономика и политика испытывают ее многообразные влияния», ведь «для увеличения стоимости необходимо знание эстетических и культурных ценностей и качеств вещей»^{**}. Модернизация как социокультурный процесс с интенсивным внедрением инновационных технологий существенным образом повлияла, в том числе, и на качество человеческого капитала, а ценностные основания гуманистического содержания стратегических задач социально-экономического и научно-технологического развития заложили

* См.: Астафьева О.Н., Флиер А.Я. Социокультурная модернизация: формирование новой культурной среды / Астафьева О.Н., Флиер А.Я. // «Культурологический журнал / Journal of Cultural Research». «Культурологический журнал / Journal of Cultural Research». – 2013. – №1 (11). <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnaya-modernizatsiya-formirovanie-novoy-kulturnoy-sredy>

** Пахтер М., Лендри Ч. Культура на перепутье. Культура и культурные институты в XXI века. Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2003. – 96 с.

основы нового вектора социокультурного развития; изменений, ориентированных на повышение качества жизни людей.

Нынешний этап модернизации несет не только блага и достижения, но и определенные потери, порождает подчас ненамеренные вызовы и угрозы для социума*. Перечисляя уязвимости в обществе (дизинтеграция, аномия, уязвимость культуры мышления, здоровья, легитимности властных структур и многие другие), исследователи выделяют уязвимости в системе потребностей: недоступные стандарты потребления и несбыточные желания, вызывающие массовые фрустрации и девиантное поведение, особенно в среде молодежи, а также отток культурного капитала и др.** Подобный «ценностный сбой» приводит к тому, что в современном обществе разные типы взаимодействия людей порой принимают форму жесткой конкуренции и это порождает новые риски. Разорвать эту цепочку может лишь *система доверия* как форма отношений в сетях социального обмена, которая «позволяет акторам достаточно эффективно взаимодействовать, управляя рисками, минимизируя их. Согласимся, здесь необходимо не просто доверие между отдельными акторами, а именно *система доверия*, имеющая *ценностно-нормативную легитимацию****».

Не потому ли так возрастает интерес к неэкономическим ресурсам регулирования взаимодействия людей? В каких областях деятельности востребованы сегодня ценности доверия?

Как показала практика, это область бизнеса, причем креативного предпринимательства, основанного на интеллектуальном ресурсе (знаниях, компетенциях) и свободе творчества (одаренности, способностях), где работают талантливые люди, но именно там и возникает множество рисков в организации деятельности и взаимодействия. Это связано не только с настороженным отношением общества к новым формам и форматам культурных практик, к смелым экспериментам, но и с состоянием организационной культуры и внутренней среды. Риски проявляются в предпочтениях и стиле управления – опоре на устаревшие модели, сдерживающие инновационный потенциал современных предприятий малого бизнеса в сфере культуры и не поддерживающих проектную деятельность ни в коммерческих, ни в социально ориентированных некоммерческих организациях. Исходя из этого, мы предлагаем при оценке модели управления к выделяемым в организации в сфере предпринимательства социологом Дж. Коулманом трех формам координации, – рыночной, индустриальной и домашней координации (логики)**** – добавить наличие или отсутствие социокультурного компонента. На наш

* См.: Кравченко С.А Социологическая диагностика рисков, уязвимости, доверия / С.А. Кравченко. – М.: МГИМО: Университет, 2016. – С.254

** См.: Кара-Мурза С.Г. Вызовы и угрозы России. – М.: Научный эксперт, 2015. – С.14 – 21.

*** См.: Кравченко С.А Социологическая диагностика рисков, уязвимости, доверия / С.А. Кравченко. – М.: МГИМО: Университет, 2016. – С.395.

**** См.: Кравченко С.А Социологическая диагностика рисков, уязвимости, доверия / С.А. Кравченко. – М.: МГИМО: Университет, 2016. – С.397.

взгляд (в учреждениях культуры и в социально ориентированных некоммерческих организациях, в первую очередь), им обеспечивается включенность у участников деятельности правосознания (через преодоление правового нигилизма), проявление ответственности и гражданской зрелости (соответствие принципам государственной культурной политики) и др. Кроме того, накапливаемый культурный капитал предпринимательского класса обеспечивает развитие творческих активов территории и способен повлиять на все формы социальной координации, определяя качество и уровень культуры взаимодействия людей, эффективность коммуникаций, эстетический вкус и эмоциональный интеллект молодого поколения. Тем самым происходит укрепление креативного класса, как ядра гражданского общества.

Будем открытены, развитие гражданского общества в России – процесс, идущий не одно десятилетие, показывающий необходимость согласования темпов преобразований с социокультурными традициями, в целом – направленный на стимулирование творческой инициативы и активизацию деятельности разных субъектов культурной политики, расширение диалоговой стратегии и партнерства субъектов гражданского общества и государства*.

Что дает следование такому аттрактору? Прежде всего, это обеспечивает переход к парадигме социокультурной динамики как вектору *устойчивого развития, который*, однако, постоянно корректируется под давлением внешних и внутренних факторов. Силой, способной обеспечить его положительное действие на модернизацию, выступает *человеческий капитал*, согласование инновационного управления и творческой самоорганизации в процессах его созидания**.

Говоря об обновлении процессов социокультурной модернизации, сегодня все чаще поднимается вопрос о перспективах развития малого и среднего бизнеса. Это связывается, в том числе, с обращением к *творческим индустриям и креативному предпринимательству*, как ресурсам социально-экономического развития территорий***. Оба понятия – объемные и широкие, как и сами явления, потому и трактуются иначе, чем «культурная индустрия», то есть не в том смысле, как это понималось классиками исследования этого феномена Теодором Адорно и Максом Хоркхаймером****. Несмотря на то, что об эво-

* См.: Гражданская солидарность в реализации государственной культурной политики: взаимодействие власти, общества и бизнеса: сборник материалов Культурного форума регионов России (Якутск – Москва, 25 сентября 2015 года) / Сост., общ.ред. Астафьевой О.Н., Коротеевой О.В. – М.: ИП «Лядов К.В.», 2015. – 576 с.

** См.: Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания» : [коллективная монография] / [Астафьева О. Н., Делокаров К. Х., Егоров В. К. и др.]; общая редакция и составление О. Н. Астафьевой и О. В. Шлыковой; Международная ассоциация университетских профессоров и доцентов, LAUPL неправительственная организация – официальный партнер ЮНЕСКО [и др.]. – М.: Согласие, 2019. – С. 112-131.

*** См.: Новосельская В.В. Культура как ресурс инновационного развития территорий: Монография / В.В. Новосельская. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – С.31-50.

**** Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. – М.: Медиум; СПб: Ювента, 1997. – 312 с.

люции самого явления и о переосмыслении понятия (особенно после опубликованных материалов Международной конференции ЮНЕСКО в Монреале 1982 года) написано довольно много, тем не менее в использовании этого термина в России, получившего распространение в мире как «культурные индустрии», уже наметилась собственная трактовка и использование. Некоторое прояснение относительно терминологической гетерогенности дала известная работа «Культурные индустрии» Д.Хезмондалша, по мнению которого формы культурного производства становятся столь разнообразными, что уже *не подчиняются единой логике, а являются комплексными, сложными и амбивалентными* в условиях усиливающейся коммодификации^{*}. Более того, культурные индустрии становятся институтами, участвующими не только в создании социокультурного пространства, но прежде всего – социального смысла, так как Хезмондалш уверен, что этим институтам легко адаптироваться под экономическую систему и общественную жизнь государства^{**}.

Теоретическая сторона вопроса, безусловно, интересна, хотя и не является предметом обсуждения в данной статье^{***}, но мы подчеркнем иное – общей чертой, которая выделяется при оценке вклада творческих индустрий и креативного предпринимательства в территориальное развитие и ведется в дискуссиях «инноватики, согласованной с культурными традициями».

Творческое предпринимательство для развития территорий

Нами неоднократно обращалось внимание на то, что в течение последних десятилетий *идеями культуры как самоценности, как основы общественного развития* пронизаны политико-экономические дискуссии и риторика публичной власти в разных странах. И обсуждение культурной политики, ориентированной на устойчивое развитие территорий ресурсами культуры в рамках международных конференций ЮНЕСКО, в полной мере отвечает общему тренду. Напомним об этих концептуально обозначенных идеях в Декларации Ханчжоу «Обеспечить центральное место культуры в политике устойчивого развития», которая стала новым этапом не только в осмыслении роли культуры в политике устойчивого развития, но и программой действий, позволила изменить отношение к культуре и сделать ее *центром политики устойчивого развития*.

* См.: Хезмондалш Д. Культурные индустрии [Текст] / пер. с англ. И.Кушнаревой; под науч.ред. А.Михалевой; Нац.исслед.ун-т «Высшая школа экономики», 2014. (всего 456 с). – С.34-35.

** См.: Хезмондалш Д. Культурные индустрии [Текст] / пер. с англ. И.Кушнаревой; под науч.ред. А.Михалевой; Нац.исслед.ун-т «Высшая школа экономики», 2014. – С. 27.

*** Назрела потребность разобраться в специфике тезауруса творческих индустрий, которого до настоящего нет в отечественной культурологии, а существующая разногласия или повторение материалов, утративших свою актуальность, и в основном базирующиеся на анализе зарубежных концепций и практик, не позволяет раскрыть специфику распространения всех этих феноменов постиндустриальной экономики в России. В последнее время появились работы, обобщающие опыт развития культурных индустрий в разных субъектах Российской Федерации.

Опираясь на опыт разных стран, в Декларации ЮНЕСКО предложены следующие рекомендации:

- 1) включать культуру во все планы и курсы развития;
- 2) содействовать развитию культуры и взаимопонимания, т.е. миру и диалогу;
- 3) гарантировать выполнение культурных прав всем людям, продвигаться в направлении инклюзивного общества;
- 4) стимулировать развитие культуры в решении социальных проблем, в целях преодоления бедности;
- 5) развивать культуру как один из механизмов содействия сохранению устойчивости окружающей среды;
- 6) использовать адаптационные возможности культуры в периоды стихийных бедствий;
- 7) воспитывать бережное отношение к культуре для сохранения ее для потомков;
- 8) использовать ресурсы культуры для реализации устойчивого развития городов;
- 9) использовать культуру для появления новых устойчивых моделей сотрудничества*.

Соответственно, что следование этим рекомендациям означает включение в стратегии культурной политики новых принципов, суть которых связывается с актуализацией и внедрением ресурсов культуры в разные области жизнедеятельности людей, с особым акцентом на возможностях культуры в обеспечении качества жизни и социокультурной модернизации в целом.

Выделим три проблемных зоны для постановки вопросов и их обсуждения.

Как же вписываются идеи развития творческих индустрий в общую стратегию культурной политики территорий (регионального, городского, локального уровня)?

Заметим, пока идеи территориального развития посредством проектной деятельности коммерческого и некоммерческого сектора в социокультурной сфере представлены в стратегиях отдельных субъектов РФ, хотя среди них есть и такие, где творческие индустрии занимают ведущие позиции (к примеру, Ульяновская область, Московская область, Мурманская область и др.). Как стимулировать эти процессы?

Прежде всего, через развитие конкурентной среды. Так, Комиссия Государственной Думы Федерального собрания РФ по вопросам поддержки малого и среднего предпринимательства рассмотрела гражданскую инициативу по проведению *национальной программы-конкурса «Культурная столица России»*, ориентированной на создание дружественной конкурентной среды среди субъектов Российской Фе-

* См. текст Декларации Ханчжоу «Обеспечить центральное место культуры в политике устойчивого развития» на русском языке // Режим доступа: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/final_hangzhou_declaration_russian.pdf

дерации. По мнению экспертов, такой шаг позволит включить инвестиционные механизмы по привлечению дополнительных ресурсов в сферу малого и среднего предпринимательства в социокультурной сфере, укрепить ценностные основы гражданской солидарности – *доверие* между властью, обществом и бизнесом, *открытость* для межрегиональных и межсекторных проектов, *коммуникативное взаимодействие* для повышения межрегиональных связей, повышению туристической привлекательности российских территорий, развитию в них креативных индустрий*.

Требуется ли какая-либо поддержка предпринимательскому сектору в сфере культуры или разработка новых правовых механизмов для развития малого бизнеса в социокультурной сфере?

По-существу, особых правовых преференций у творческих индустрий на сегодня нет и административные барьеры по развитию такие же, как у малого бизнеса в любой другой сфере. Этот сегмент в целом нуждается в стимулировании и разносторонней государственной поддержке (не только маркетинговой и информационной, но и финансовой – прежде всего, налоговой). Какие же здесь кроются препятствия на сегодня?

На наш взгляд, если малому бизнесу дана свобода в усилении коммерческой ориентации, то это естественно приводит к привлечению в производство инновационных технологий, и, соответственно, креативных специалистов. В творческих индустриях – креативная производственная активность направлена на результат, которого без способности производить уникальный продукт достичь вообще невозможно. В свою очередь этот результат на рынке третьего сектора монетизируется, и к его созданию привлекаются дополнительные трудовые ресурсы, что делает его равным участником рыночной конкуренции.

Возникает следующий блок вопросов для обсуждения: почему же этот вид творческой деятельности остается на периферии внимания власти?

Какие области креативности можно защитить от коммерческих императивов?

Какие из них могут развиваться и в какие из них можно инвестировать финансовые ресурсы?

Что для перспектив развития социокультурной сферы приоритетнее для власти: поддерживать развитие сети или кластеров? Бизнес-инкубаторов или отдельных инициатив?

Обозначенный круг вопросов – основа для дальнейших дискуссий, без которых не найти решения относительно проблемы государствен-

* В Госдуме прошел круглый стол по развитию малого и среднего предпринимательства в условиях новых вызовов // URL: Государственная Дума Федерального Собрания РФ. Режим доступа: WWW/URL: <http://er-gosduma.ru/news/v-gosdume-proshel-kruglyy-stol-po-razvitiyu-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-usloviyakh-novykh/>

ного стимулирования креативного предпринимательства в социокультурной сфере.

Способствует ли нынешний социально-экономический контекст развитию творческих индустрий? Ответ однозначно положительный. Очевидная ориентация на активизацию структурных изменений в российской экономике, которая четко проявилась в последнее пятилетие^{*}, в перспективе связывается с повышением влияния малого бизнеса и предпринимательства на социокультурные процессы, с одной стороны; и развитием социально ориентированного некоммерческого сектора – с другой. Это позволяет актуализировать вопрос о стимулировании и содействии формированию *конкурентной среды в российских территориях, прежде всего инструментами креативной экономики* и считать развитие творческих индустрий своевременным шагом.

Следует учитывать, что у творческих индустрий, как и в целом в малом бизнесе, высокие риски – недостаточность средств и издержки начального этапа, налоговые диспропорции. На нынешнем этапе можно оценивать не только их стабилизирующий социально-экономический эффект, но и их креативный потенциал – как способность людей, включенных в этот сегмент деятельности, проявлять гибкость, мобильность, приспосабливаться к экстрординарным условиям. Кроме того, креативное предпринимательство – это шаг к использованию перераспределительной функции нагрузки на государство: вместо выплат пособий по безработице – включение людей в творческую деятельность на создаваемых рабочих местах (особенно в ситуации текущего экономического спада, пандемии), снижение уровня дифференциации доходов населения и др.

Предлагаем, возникающие в процессе расширения креативного предпринимательства проблемы, попытаться решить в рамках уже принятых национальных проектов «Культура» и «Образование».

В частности, в подпроекте «Творческие люди» национального проекта «Культура» очевидны для рассмотрения два варианта:

а) введение изучения и освоение основ предпринимательской деятельности в программах дополнительного профессионального образования. В этом направлении в стране уже накоплен опыт работы в разных вузах. Напомню о сложившихся практиках обучения по магистерской программе «Управление в сфере культуры, образования и науки» в ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ и в образовательных проектах фонда «Ульяновск – культурная столица» в Ульяновском государственном университете. Студенты получают навыки креативного мышления и творческой предпринимательской деятельности, осваивают механизмы включения коммерческого компонента в проектную работу;

* Распоряжение Правительства РФ от 27 января 2015 г. № 98 – р «О плане первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г.// <http://base.garant.ru/70852914/#ixzz6dTfmCuYx>

б) дополнить и конкретизировать в условиях конкурса на получение 100 грантов для НКО номинацию, связанную с проектами по развитию территорий средствами творческих индустрий.

Чтобы преодолеть барьер непонимания связи творческих индустрий с потребностями социально-экономического развития регионов, муниципальных образований и разных секторов бизнеса, предлагается в дальнейшем обсудить конкретные планы стимулирования и создания условий для выявления и поддержки творческих активов, способствующих внедрению различных моделей модернизации социокультурного пространства, как благоприятной зоны для внедрения инноваций в области развития. И это могло бы стать частью подготовительного этапа для участия в конкурсной программе «Культурная столица».

Этот блок проблемно и широко постановленных вопросов, представленный нами с краткими ответами, на самом деле предлагается **в качестве исследовательской программы** на ближайшее время. В данной статье мы продолжим акцентировать внимание и на других аспектах, без учета которых сложно понять возможности развития творческого сектора экономики в условиях социокультурной модернизации.

Эволюция концептуальных подходов к городскому развитию

Следует напомнить, что дискурсом социокультурного обновления ресурсами креативного предпринимательства пронизано множество публикаций, и, показывая переход к новой системе взаимоотношений между потребителями и производителями культурной продукции, М.Пахтер и Ч.Лендри подчеркивали, что накапливаемый и теми, и другими культурный капитал приводит к ситуации возрастания требования профессионализма, как у создающих, так и у потребляющих культурную продукцию людей. Рост «капитала профессиональной компетенции» изменяет и саму среду*, что тесно взаимосвязано не только с рынком культурной продукции и услуг, но и с городским развитием, на которое влияет малый и средний бизнес, представленный в разных формах креативного предпринимательства и творческих индустрий. Особенностью такого рода деятельности является участие в нем людей, которых принято относить к *среднему классу*, поскольку творческое предпринимательство, как уже подчеркивалось, базируется на интеллектуальном капитале – знаниях и компетенциях, таланте и способностях.

Наиболее показательны изменения в современном состоянии творческого предпринимательства при сравнении с ситуацией, произошедшей за три десятилетия: с начала 90-х гг. XX века примерно до 2004 гг.

* См: Вознесенская. Поле архитектуры: «свободные профессионалы» и «служащие» // Socio-Logos' 96. Альманах Российско-французского центра социологических исследований. Института социологии Российской академии наук. – М.: Socio-Logos, 1996. – С.150 (всего – 304 с.).

(период принятия 4-х национальных проектов) и с 2005 г. до настоящего времени. Почему нами выделяются эти два периода, каждый из которых охватывает примерно по пятнадцать лет?

Первый период – это переход к рынку, с явным противостоянием двух процессов – коммерциализации культуры и попытке удержать духовно-культурную доминанту трансформирующегося общества. Второй период маркирует обозначившийся поворот к ориентации на обновление культуры, поддержку самоорганизационных процессов и творческих инициатив.

В целом, при всех различиях, оба периода – две стороны одной медали, соответствующей времени постмодернистского смешения традиций и прошлого опыта с новыми тенденциями информатизации и цифровизации, усиления модернизационного вектора, внедрения институциональных «игр» и закрепления новых форматов через выход к механизмам массовой культуры с подчеркнутым отстранением от достижений прошлого. При этом мощной линией, пронизывающей второй период социокультурной динамики, выступает *стратегия на укрепление государственной культурной политики*. Этот второй этап второго периода с 2010 года характеризуется отчетливым трендом на социокультурную модернизацию, выведением проектной деятельности на вектор главного аттрактора.

О достижениях начавшегося пятилетнего периода пишут не иначе, чем о найденном пути выхода из культурно-духовного кризиса. Во многом это связано с включением интеллектуальной элиты в разработку «Основ государственной культурной политики» и работой над «Стратегией государственной культурной политики РФ до 2030 г.», где пока очень робко, но все-таки был зафиксирован интерес к понятию «творческие индустрии» и обозначены возможные пути развития. Несмотря на более чем скромное внимание к такому крупному явлению, как творческие индустрии, серьезно был поставлен вопрос о создании ситуации изменения социокультурной среды, готовности к поддержке креативного вектора экономики не только в крупных городах, но и в тех, которые в большей степени можно отнести к малым городам и даже сельским поселениям, обозначающимся одним глубоким по смыслу словом «провинция».

Дело в том, что к началу второго десятилетия кардинально поменялись городские и пригородные ландшафты, в целом – началась концептуальная разработка стратегических планов пространственного развития – от центральных до периферийных территорий. С одной стороны, поначалу это привело к трансформации архитектуры в средних и малых городах страны, где активно стали вытесняться старые постройки – сносились кварталы застроек частного сектора, всегда определявшие лицо провинции. Конечно, это изменило образ и стиль жизни населения. А главное – отношение людей к провинции, жителям которой постепенно открывались многослойность среды малых исторических городов, диа-

логичность культурных текстов. Отсюда – желание сохранить культурное наследие и одновременно развивать новые формы креативного предпринимательства. В настоящее время это привело к созданию предприятий малого бизнеса, способствующих интенсивному внедрению новых социокультурных практик.

Примеры успешного ведения бизнеса разбивают представления об иерархичности и оппозиционности «центра и периферии», свидетельствуют о преодолении географических пространств средним классом. Сегодня для сельских территорий – это развитие не только народных промыслов и ремесел, но и поддержка традиций национальной кухни, малых пищевых производств, где творческий подход определяет успех и перспективу. Достаточно напомнить о реальных преобразованиях локальных территорий – и далеко не только не ради брендинга. К примеру, реализация стратегии качественных изменений небольшой деревни «Малый Турыш» Свердловской области привела к созданию там конкурентной среды с современным центром, включая свои производств, образовательные и туристские программы, и главное – формированием особого отношения к творческому саморазвитию территории*.

Существуют разные подходы к подобным модернизационным изменениям территорий малых городов России, когда за счет активной лидерства и предпринимательской деятельности осуществляется перераспределение ресурсов в творческие сферы. Например, направление полученных финансовых средств – на развитие профессиональных видов искусства, как это происходит в городе Буинске в Республике Татарстан. В результате такой взаимоподдержке в небольшом провинциальном городе несколько лет проходит замечательная международная театральная лаборатория и фестиваль-конкурс, которые стали известными за пределами республики брендами. В тоже время город Тютюши той же республики развивается по иной стратегии: его преобразование в большей степени связывается с развитием творческих индустрий. Посредством соединения культурно-познавательного туризма и бизнеса, культурных и социальных интересов населения, глубоко почитающих свою историю и многочисленных гостей города, прибывающих по Волге, чтобы окупнуться в историю края, попробовать блюда национальной кухни Поволжья в музее Рыбы, погулять по аллеям старинных усадеб, бережно встраиваемых в туристические маршруты, город не только приобрел популярность, но и стал комфортнее для своих жителей.

С одной стороны, эта тенденция в развитии малых городов поддерживается всеми участниками единого процесса, в том числе исполнительными и законодательными органами власти субъекта РФ,

* Основатель компании Cocco Bello Honey Гузель Санджапова: https://www.youtube.com/watch?v=k8itcnxk_Pw; https://www.youtube.com/watch?v=Is80mWkg_CE; <https://www.youtube.com/watch?v=PHTCMouqGio>

некоммерческим сектором, предпринимателями малого, среднего и крупного бизнеса, участниками общественных организаций, гражданскими активистами, СМИ. Их совместная активность и неравнодушные к судьбе своих городов позволяет продуцировать массу идей и конкретных дел по выстраиванию траектории будущего малых городов, при сохранении привлекательности среды именно своей провинциальностью, которая приобретает характер «стильной провинциальности». К примеру, это произошло в Коломна Московской области, где удалось «взрастить» широкомасштабный проект, истоком которого была частная инициатива по воссозданию старинных рецептов пастилы. Затем на этой основе создать музей и культурно-исторический кластер путем привлечения творческих индустрий. Тем самым была реализована концепция Коломенского посада, охватившая всю территорию города. В настоящее время начато развитие Подмосковного социокультурного кластера, куда помимо Коломны включились и соседние города – Озерск, Зарайск, Луховицы.

С другой стороны, в крупных мегаполисах методом «точечной застройки» современным элитным жильем резко уплотняется исторический центр. Еще с большей силой репрезентируются культурные и политические тексты в столице и в региональных центрах, которые расширяются за счет включения «интересного» в привычные ландшафты, по-разному предлагая считывать привычные культурные тексты территорий*. В погоне за яркими городскими брендами происходит усиление акцентов и зачастую это разрушает целостность, придает эклектизм всей среде. Несмотря на это, историко-культурное ядро мегаполисов удерживает складывающуюся веками картину городского ландшафта за счет практики охраны и использования наследия**. Но следует сказать, что культурные тексты продолжают насыщаться новыми смыслами: миграционные потоки актуализируют тему межкультурных коммуникаций в городах и изменяют среду***, усиливая внимание к межэтническому взаимодействию в разных региональных территориях****.

Таким образом, перемены в территориальной архитектонике повлекли за собой радикальные «культурные взрывы» и обозначили вектор на новые риски и проявления кризисного состояния, не устранив проявления социальной анонимии.

* См.: Астафьева О.Н., Кузьмина Н.В. «Интересное» в эстетическом ландшафте города / Астафьева О.Н., Кузьмина Н.В. // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 6. – С. 693-706.

** См.: Астафьева О.Н. Диалогичность культурной среды города: культурное наследие как основа ее целостности // Материалы XVIII Международной научной конференции Лихачевские чтения-2018 [Электронный ресурс], 2018.

*** См.: Белякова И.Г. Эволюция моделей межкультурной коммуникации в многоязычном пространстве глобального информационного общества. Монография. М: Аналитика Родис, 2016, – 156с.; Белякова И. Г. Современная межкультурная коммуникация: динамика глобальных преобразований. Монография М: Спутник +, 2017. – 215с.

**** См.: Остапенко С.М. Потенциал негосударственного сектора в сфере культуры и образования для снижения межэтнических и межконфессиональных противоречий в Республике Крым / С.М. Остапенко // Государственное управление и развитие России: выбор приоритетов. Сборник статей международной конференц-сессии. Том 1. – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2017. – С. 765 – 776.

Так, эклектичная социокультурная среда порождает *коммерциализацию сознания*, приводит почти к полному уничтожению не только общественных досуговых мест, но и дворовых территорий. Лидеры творческих индустрий по благоустройству общественных мест и территорий, к примеру, такие как Свят Мурунов, пытаются вернуть в социально-культурную среду понятие комфортного и творческого времяпровождения взамен «приподъездных» посиделок и сомнительных по смыслу или просто скучных дворовых и уличных развлечений^{*}. Это приносит большой позитивный эффект. Если еще в концепцию проектной деятельности включаются элементы конкуренции, понимаемой как взаимодействие и взаимовлияние людей, то происходит формирование партнерской среды и укрепление гражданского общества.

Напомним, с чем связан интерес к развитию творческих индустрий в больших городах. Ситуация начала 2000-х годов в центральных городах и мегаполисах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург и др. описывается, как картинка скопления клубов и казино, в то время как в спальных районах – пивных ларьков и игровых автоматов^{**}. Это было время, когда был нанесен удар по местам «общего бытования», почти полностью устранив из повседневности общие формы общения соседей, дворовую социализацию. Для мегаполисов и региональных центров стала характерной картина *основания столичного хронотопла в символической модальности* настоящего на идеологии консьюмеризма и она воплотилась в процветании торгово-развлекательных центров. Одновременно, как символические маркеры будущего возводились небоскребы и другие высокотехнологические объекты городской среды. Они возникали быстро и хаотично^{***}. Жители городов вписались в парадигму «семиотического насилия»^{****} и «ограниченной мобильности», соответственно, это привело к снижению культурных потребностей населения всех возрастных групп.

Особый интерес в этой ситуации вызывали тенденции появления новой, в определенной степени, альтернативной инфраструктуры. В Москве – это арт-кластеры и культурные центры («Проект О.Г.И.», «АРТстрелка», «Арма», «Гараж» и др.), предоставлявшие такие формы культурного потребления для аудитории, которые изначально были обращены организаторами к формирующемуся среднему классу.

* См.: Институт исследования стрит-арта: http://streetartinstitute.com/svyat_murunov/

** Есаков В.А. Мегаполис и его культура (на примере Москвы). М., 2009; Иванов В.Н., Сергеев В.К., Худяков С.И. Москва и москвичи: Актуальные проблемы социально-культурной сферы. М., 2003; Есаков В.А. Мегаполис и его культура (на примере Москвы). М., 2009. Флиер А.Я. О новой культурной политике России. 1994 [Электронный ресурс]: URL: http://ecsocman.hse.ru/data/769/894/1217/002_Flier.pdf (Дата обращения: 10.10..2020);

*** Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. – СПб-г.: Страта, 2014. – С.58.

**** Информационно-семиотическая теория культуры. Введение: монография / Тхарансов, Х.Г., Астафьева О.Н. и др. – Санкт-Петербург : Астерион, 2020. – 208 с. / Раздел 1.4. Астафьева О.Н. Синергетический подход в культурологии: возможные горизонты познания культуры. С.36 – 52. ISBN 978-5-00045-882-2

С одной стороны, они стали очагами инновационного «взрыва» и моды на практики проектной деятельности, которая распространилась и регионы. С другой стороны, власть и общество оценивало инициативы неоднозначно, относя воплощение идеи арт-кластеров к продвижению интересов «рыночно ориентированных маргиналов». На самом деле, вскоре то, что рождалось как экспериментальное, становилось престижным и превращалось в моду, что значительно расширяло аудиторию и свидетельствовало о рождении актуальной культуры, в частности, ее уровня популярной «средней» культуры, которая перемещала культурные тексты по ценностно-смысловой шкале снизу вверх^{*}.

В то же самое время импульс к инновациям был активно поддержан в субъектах Российской Федерации, в том числе во время реализации культурно-политической программы «Культурная столица Поволжья» в 2001 – 2006 гг., когда были решены инфраструктурные задачи, произошло освоение новых публичных городских пространств, модернизация туристической среды, продвижение брендов, привлечение инвестиций в творческое производство, возросла интенсивность и многообразие культурных событий^{**}. В итоге были заложены основания не только для развития креативной экономики, но и для появления сообществ творческого класса.

За последнее десятилетие накопился позитивный опыт по формированию кластера творческих индустрий в Ульяновской области, особенностью которого стало развитие творческого потенциала населения территории^{***}. Следуя разработанной стратегии^{****}, творческой командой профессионалов предложено создание некой модели работы с предпринимателями, когда вокруг креативного пространства «Квартал» была предложена задача формирования среды межотраслевого партнерства. Сегодня – это сообщество представителей творческого класса, которые «заинтересованы в развитии региона и обладают не только активной гражданской позицией, но и способностью к предпринимательской деятельности, а также, что немаловажно, умением использовать творческий подход к своей работе»^{*****}.

* Кондаков И.В. Русский масскульт: от барокко к постмодерну. – М.; СПб: Центр гуманитарных инициатив, 2018. – С. 10-11. (всего – 544 с.)

** См.: Гнедовский М.Б. Странствующая столица как лаборатория культурной политики // Странствующая столица: роль культуры в развитии территории. – М.: Институт культурной политики, 2007. – С. 4 – 13. (196 с.)

*** См.: Ившина Т.А., Пушкарева А.А. Взаимодействие культуры и бизнеса: успешные механизмы и существующие практики реализации культурной политики Ульяновской области // Гражданская солидарность в реализации государственной культурной политики: взаимодействие власти, общества и бизнеса: сборник материалов Культурного форума регионов России (Якутск – Москва, 25 сентября 2015 года) / Сост., общ. ред. Астафьевой О.Н., Коротеевой О.В. – М.: ИП «Лядов К.В.», 2015. – С. 259.

**** Стратегия культурной политики Ульяновской области до 2030 года. г.Ульяновск, 2015.

***** См.: Ившина Т.А., Пушкарева А.А. Взаимодействие культуры и бизнеса: успешные механизмы и существующие практики реализации культурной политики Ульяновской области // Гражданская солидарность в реализации государственной культурной политики: взаимодействие власти, общества и бизнеса: сборник материалов Культурного форума регионов России (Якутск – Москва, 25 сентября 2015 года) / Сост., общ. ред. Астафьевой О.Н., Коротеевой О.В. – М.: ИП «Лядов К.В.», 2015. – С. 260.

Наблюдая за социокультурным развитием Ульяновской области, за обновлением культурной среды малых моно-городов, можно сделать вывод о том, что культура, действительно, становится драйвером развития территории. Причем, как городской, так и сельской территории, поскольку при всех различиях образа жизни населяющих ее людей, в настоящее время они развернуты как *пространства возможностей*, в том числе для малого и среднего бизнеса. Сложная социокультурная целостность многих сел в первые десятилетия XXI века, стала подобно городской – с целым спектром потенциальных сценариев социокультурной деятельности, включая разные виды деятельности, в том числе и креативного предпринимательства.

Выделим несколько взаимосвязанных факторов, определяющих нынешний этап социокультурной модернизации и культурно-цивилизационных преобразований.

Во-первых, на селе расширилось понятие свободного времени и актуализировалась проблема организации досуга (всех возрастных групп населения), а значит – вопрос об обновлении инфраструктуры стал ключевым на повестке дня.

Во-вторых, обозначилась потребность в разных типах коммуникации, особенно в повседневной культуре, обеспечивающихся такими средствами, как мобильная связь, Интернет, современные форматы событийных коммуникаций.

В-третьих, проявился интерес к индивидуальной творческой активности; получают поддержку культурные индустрии (особенно в области народных промыслов и ремесел, декоративно-прикладного искусства и пр.), креативное предпринимательство (организация предприятий малого и среднего бизнеса, создающих особый тип продукции и оказывающих культурные и туристские услуги).

Таким образом, с одной стороны, сохраняется ядро провинциальной культуры с ее ценностной доминантой, поскольку базовые элементы социализации воспроизводятся достаточно стабильно, что сказывается в бережном отношении новых поколений к своей локальной культуре. С другой стороны, научно-технологические (прежде всего – информационно-коммуникативные) и инфраструктурные обновления формирует у молодых людей умения получать культурный опыт из различных источников, открывать и принимать модели культурной картины мира других народов. Наконец, отметим еще и дополнительную характеристику – формирующуюся конкурентность среды, ориентацию на повышение качества жизни и укрепление креативного класса в российских регионах.

* См. Купцова И.А. Культурные индустрии в Российской провинции: модели развития туристического продукта // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2014; Купцова И.А. Культурные практики и креативные индустрии как современный фактор динамики провинциального мира / И.А. Купцова // Роль вуза искусств и культуры в формировании и развитии культурного пространства. – Орел: Орловский гос. ин-т искусств и культуры, 2011.

В итоге подчеркнем, что жители разных российских территорий готовы стать движущей силой их развития. Даже при наличии уязвимостей и рисков, состояние общей культуры и способность к адаптации отвечают условиям социокультурной модернизации России, хотя темпы перехода пока не могут быть столь динамичными, как хотелось бы.

Список литературы

1. Абанкина Т.В. Креативная экономика: переход к капитализации культурного наследия в креативной экономике // Вопросы экономики. 2017. №4. – С.100 – 116.
2. Астафьева О.Н. Диалогичность культурной среды города: культурное наследие как основа ее целостности //Материалы XVIII Международной научной конференции Лихачевские чтения-2018 [Электронный ресурс], 2018. <https://www.lihachev.ru/chten/2018/sec3/astafeva/>
3. Астафьева О.Н. Культурная столица России – инструмент модернизации городов / О.Н. Астафьева, А.Р. Протасевич // Государственное управление и развитие России: национальные цели и институты. Сборник статей международной конференц-сессии. Том 1.: – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2019. – С. 264-273.
4. Астафьева О.Н., Кузьмина Н.В. «Интересное» в эстетическом ландшафте города / Астафьева О.Н., Кузьмина Н.В. // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 6. – С. 693-706.
5. Астафьева О.Н., Флиер А.Я. Социокультурная модернизация: формирование новой культурной среды / Астафьева О.Н., Флиер А.Я. // «Культурологический журнал / Journal of Cultural Research». «Культурологический журнал / Journal of Cultural Research». – 2013. – №1 (11). <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnaya-modernizatsiya-formirovanie-novoy-kulturnoy-sredy>
6. Белякова И.Г. Эволюция моделей межкультурной коммуникации в многоязычном пространстве глобального информационного общества. Монография. М: Аналитика Родис, 2016, – 156с.
7. Белякова И. Г. Современная межкультурная коммуникация: динамика глобальных преобразований. Монография М: Спутник +, 2017. – 215с.
8. В Госдуме прошел круглый стол по развитию малого и среднего предпринимательства в условиях новых вызовов // URL: Государственная Дума Федерального Собрания РФ. Режим доступа: WWW/URL: <http://er-gosduma.ru/news/v-gosdume-proshel-kruglyy-stol-po-razvitiyu-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-usloviyakh-novykh/>

Вознесенская Е.Д. Поле архитектуры: «свободные профессионалы» и «служащие» // Socio-Logos' 96. Альманах Российско-французского центра социологических исследований. Института социологии Российской академии наук. – М.: Socio-Logos, 1996. – С.144-160.

Гнедовский М.Б. Странствующая столица как лаборатория культурной политики // Странствующая столица: роль культуры в развитии территории. – М.: Институт культурной политики, 2007. – С.4 – 13.

9. Гражданская солидарность в реализации государственной культурной политики: взаимодействие власти, общества и бизнеса: сборник материалов Культурного форума регионов России (Якутск – Москва, 25 сентября 2015 года) / Сост., общ.ред. Астафьевой О.Н., Коротеевой О.В. – М.: ИП «Лядов К.В.», 2015. – 576 с.

Декларация Ханчжоу «Обеспечить центральное место культуры в политике устойчивого развития» на русском языке. Режим доступа: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/final_hangzhou_declaration_russian.pdf

10. Есаков В.А. Мегалополис и его культура (на примере Москвы). – М., 2009.
11. Зеленцова Е. В., Мельвиль Е. Х. Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы // Культурологический журнал [Электронный ресурс]. 2011. № 4 (6). URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/92.html&j_id=8 (дата обращения 24.03.2013).

Иванов В.Н., Сергеев В.К., Худяков С.И. Москва и москвичи: Актуальные проблемы социально-культурной сферы. – М., 2003.

12. Ившина Т.А., Пушкарева А.А. Взаимодействие культуры и бизнеса: успешные механизмы и существующие практики реализации культурной политики Ульяновской области // Гражданская солидарность в реализации государственной культурной политики: взаимодействие власти, общества и бизнеса: сборник материалов Культурного форума регионов России (Якутск – Москва, 25 сентября 2015 года) / Сост., общ.ред. Астафьевой О.Н., Коротеевой О.В. – М.: ИП «Лядов К.В.», 2015. – С.258-266.
13. Институт исследования стрит-арта: http://streetartinstitute.com/svyat_murunov/
14. Информационно-семиотическая теория культуры. Введение: монография / Тхагапсоев, Х.Г., Астафьева О.Н. и др. – Санкт-Петербург : Астерион, 2020. – 208 с. / Раздел 1.4. Астафьева О.Н. Синергетический подход в культурологии: возможные горизонты познания культуры. С.36 – 52.
15. Кара-Мурза С.Г. Вызовы и угрозы России. – М.: Научный эксперт, 2015. – С.14 – 21.

16. Кондаков И.В. Русский масскульт: от барокко к постмодерну. – М.; СПб: Центр гуманитарных инициатив, 2018. – 544 с.
17. Кравченко С.А Социологическая диагностика рисков, уязвимости, доверия / С.А. Кравченко. – М.: МГИМО: Университет, 2016. – 431с.
18. Культурные индустрии: теории и практики в контексте современных социальных трансформаций : материалы круглого стола / О. Н. Астафьева, О. А. Жукова, А. В. Костина, Т. Ф. Кузнецова, А. Я. Флиер и др. // Вопросы культурологии. 2013. № 2-4.
19. Купцова И.А. Культурные индустрии в российской провинции: модели развития туристического продукта // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2014. № 36. – С. 6-12.
20. Купцова И.А. Культурные практики и креативные индустрии как современный фактор динамики провинциального мира / И.А. Купцова // Роль вуза искусств и культуры в формировании и развитии культурного пространства. – Орел: Орловский гос. ин-т искусств и культуры, 2011.
21. Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания»: [коллективная монография] / [Астафьева О. Н., Делокаров К. Х., Егоров В. К. и др.] ; общая редакция и составление О. Н. Астафьевой и О. В. Шлыковой ; Международная ассоциация университетских профессоров и доцентов, LAUPL неправительственная организация – официальный партнер ЮНЕСКО [и др.]. – М.: Согласие, 2019. – С. 112-131.
22. Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. – СПб-г.: Страта, 2014. – 264 с.
23. Новосельская В.В. Культура как ресурс инновационного развития территорий: Монография / В.В. Новосельская. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – 152 с.
24. Остапенко С.М. Потенциал негосударственного сектора в сфере культуры и образования для снижения межэтнических и межконфессиональных противоречий в Республике Крым / С.М. Остапенко // Государственное управление и развитие России: выбор приоритетов. Сборник статей международной конференц-сессии. Том 1. – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2017. – С. 765 – 776.
25. Парк, Р. Город как социальная лаборатория [Электронный ресурс] / Р. Парк // Социологическое обозрение. – Том 2. № 3. – 2002. с. 3-12. – Режим доступа:https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/04/1211598040/soc_oboz_2_3.pdf
26. Пахтер М., Лэндри Ч. Культура на перепутье. Культура и культурные институты в XXI века. Пер. с англ.– М.: Классика-XXI, 2003. – 96с.

Распоряжение Правительства РФ от 27 января 2015 г. № 98 – р «О плане первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г.// Режим доступа: <http://base.garant.ru/70852914/#ixzz6dTfmCuYx>

27. Стратегия культурной политики Ульяновской области до 2030 года. г. Ульяновск, 2015.
28. Хезмондалш Д. Культурные индустрии [Текст] / пер. с англ. И.Кушнаревой; под науч.ред. А.Михалевой; Нац.исслед.ун-т «Высшая школа экономики», 2014. – 456 с.
29. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. – М.: Финансовая корпорация Открытие: Классика-XXI, 2011. – 253 с.
30. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. – М.: Медиум; СПб: Ювента, 1997. – 312 с.
31. Щукин Д.А. Аналитические материалы 2016. В поисках новых ресурсов: креативная среда российских городов. СПб, 2016.
32. Throsby D. The Concentric Circles Model of the Cultural Industries // Cultural Trends. 2008. No. 17 (3). Pp. 147-164. doi: 10.1080/09548960802361951 https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856691/2_3_1.pdf

Протасевич Александр Рудольфович

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного управления в сфере культуры и спорта Высшей школы культурной
политики и управления в гуманитарной сфере МГУ им.М.В.Ломоносова

Культурная политика и креативная экономика России: единство или борьба?

Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее – Концепция), утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р, стала долгожданным и важным этапом на пути становления в России сегмента креативной экономики. Данным Распоряжением Министерству культуры России совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти и организациями предписано разработать проект плана мероприятий по реализации Концепции. Органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации рекомендовано разработать комплекс мер, направленных на развитие творческих (креативных) индустрий, а также учитывать положения Концепции при разработке региональных стратегий социально-экономического развития.

Актуальность и масштабы предстоящей работы в Концепции сформулированы весьма убедительно. Так, в разделе «Основные тенденции развития творческих (креативных) индустрий» отмечается, что сектор творческих (креативных) индустрий обеспечивает значимый вклад в мировую экономику: средняя доля сектора творческих (креативных) индустрий в мировом ВВП составляет 6,6 процента, в развитых странах эта доля достигает 8 – 12 процентов при среднегодовом росте в 15 процентов, что существенно превышает средние темпы роста мировой экономики (прогнозируется сохранение этой тенденции в среднесрочном периоде). Однако в Российской Федерации, несмотря на высокий уровень образованности, развития науки и богатое историческое, культурное наследие, потенциал сектора креативной экономики недостаточно реализован – доля творческих (креативных) индустрий в экономике Российской Федерации составляет лишь 2,23 процента.

Очевидно, что столь существенный новый приоритет в социально-экономическом развитии Российской Федерации требует и новых подходов во многих направлениях жизнедеятельности страны. Одним из ключевых вопросов современной повестки становится способность культурной политики соответствовать условиям формирования сектора креативной экономики. Отвечает ли сегодня государственная культурная политика России патерналистского типа, еще с советских времен реализуемая в рамках отраслевого подхода и ориентированная преимущественно на предоставление услуг в сфере культуры и искусства

государственными (муниципальными) учреждениями, запросам, изложенным в Концепции? Возможна ли адаптация действующих управленческих механизмов (целевые программы, национальные проекты и др.) в социально-культурной сфере под нестандартные новые задачи?

Необходимо отметить, что во многих наиболее развитых странах взгляд на культуру не столько как на отрасль, сколько как на мощный ресурс социально-экономического развития, формировался еще со второй половины XX века. На этом непростом пути были этапы критики «индустриального» подхода к культуре со стороны представителей Франкфуртской школы, фундаментальные труды Питера Дукера, Даниэля Белла, Мануэля Кастельса и других видных апологетов концепций экономики знаний и информационного общества. На рубеже веков, благодаря вкладу таких исследователей и практиков, как Харли Перлофф, Роберт МакНатли, Элвин Тоффлер, Джейн Джекобс и др. взгляд на культуру как на важнейший фактор жизнеспособности сообществ, который должен включаться в комплексные планы развития территорий, не только сформировался, но и получил зримое подтверждение во многих впечатляющих проектах, реализованных в разных странах мира.

Последние десятилетия ознаменовались становлением самого понятия креативных индустрий, убедительным обоснованием ключевой роли творчества, культуры и человеческого потенциала в целом в процессах территориального развития. Наука и все мировое сообщество обогатились важнейшими знаниями и выводами, изложенными в фундаментальных трудах Р.Флориды, Д.Хокса, Ч.Лэндри, Д.Хоккинса, Д.Пэрриша, Л.Гиларди, Г.Бекера, Й.Бойса, Л.Варбановой, Й.Паскуалья и других известных ученых, исследователей и профильных специалистов. По прошествии времени появилась возможность сделать объективные выводы о практических результатах таких масштабных проектов, как «Культурная столица Европы», применение в Канаде и ряде других стран технологий территориального культурного картирования и планирования, запуск и функционирование по всему миру креативных кластеров, развитие таких вдохновляющих городов, как Эдинбург, Авиньон, Бильбао и др.

Анализ зарубежного опыта, а также трудов В.Л.Глазычева, О.Н.Астафьевой, А.А.Аузана, Е.В.Зеленцовой, Е.В.Черкес-Заде и ряда других отечественных исследователей и практиков последних лет позволяет сформулировать как минимум десять направлений культурной политики, осмысление и реализация которых в практической деятельности способно придать существенный импульс социально-экономическому развитию Российской Федерации в контексте Концепции развития творческих (креативных) индустрий. В целях диверсификации и стимулирования активностей в экономике Российской Федерации на основе повышения человеческого капитала страны, а также модернизации системы управления и бюджетного финансирования направлений креативной экономики, опираясь на базовые положения Конституции Российской Федерации и Указы Президента Российской

Федерации, представляется важным рассмотреть среди таких ключевых направлений культурной политики следующие аспекты:

Баланс федеральных и региональных приоритетов посредством перераспределения средств Национального проекта «Культура» непосредственно на субъекты РФ в соответствии с нормативно закрепленными квотами в зависимости от численности населения, географических особенностей и т.п., что позволит стимулировать созидательную активность в территориях, повысить возможности регионов и оптимизировать операционные расходы федеральных органов власти, с сохранением за ними методологических, координирующих и согласующих функций.

- 1. Рост влияния культурных и креативных индустрий на качество городской среды** через координацию между культурным и стратегическим планированием городов, постоянную профессиональную и общественную экспертизу по вопросам культурной политики, учет баланса культурных ресурсов территорий – историко-культурного наследия, классических элементов и новых творческих индустрий.
- 2. Лидерство деятельных представителей креативной экономики в органах власти**, включая стимулирование их участия в избирательных компаниях на местном, региональном и федеральном уровнях, обучение культурной политике исходя из центральной роли культуры.
- 3. Создание в стране качественной информационно-коммуникационной среды** посредством исключения из государственных интернет-ресурсов, телевизионного и радио-эфира бессмысленного и наносящего гражданам России психологические травмы контента, замена его на позитивную, созидательную и просветительскую повестку при участии авторитетного экспертного сообщества.
- 4. Формирование современной системы индикаторов культурного развития** на основе показателей не столько количества, сколько качества реализации культурной политики в территориях Российской Федерации, включая жанровое многообразие, учет национальных особенностей, степень информированности и удовлетворенности жителей городских и сельских поселений, участие сообществ в многосторонних российских и международных сетях партнерства.
- 5. Стимулирование развития брендинга территорий** с привлечением специалистов гуманитарного профиля и представителей сфер бизнеса и некоммерческого сектора, вовлечением граждан в формирование идентичности и реализацию местной культурной политики, применением культурного планирования и картирования, других передовых социокультурных технологий.

- 6. Формирование дружественной конкурентной среды между территориями** посредством организации конкурсных проектов по типу программы «Культурная столица», модернизации системы образования в части подготовки управленцев и специалистов нового поколения.
- 7. Создание оптимальной системы межведомственного взаимодействия** через организацию на федеральном, региональном и местном уровнях межотраслевых проектных офисов в сфере креативной экономики, ориентированных на принципы кросс-дисциплинарности, переход от ведомственности к экосистемности.
- 8. Повышение эффективности НКО и индивидуальных инициатив** посредством увеличения финансирования их деятельности, расширения перечня иных преференций, облегчения налоговой нагрузки и упрощения отчетности (принцип одного окна).
- 9. Стимулирование разработки в территориях инновационных программ и проектов развития** на основе современных информационно-коммуникационных технологий с участием как молодых талантов, так и состоявшихся профессионалов в различных сферах жизнедеятельности.

Безусловно, это лишь некоторые предложения, перечень которых может и должен расширяться по мере публичных обсуждений среди профессиональных и общественных аудиторий. Действия заинтересованных федеральных органов власти уже в ближайшее время покажут, станет ли культурная политика в Российской Федерации драйвером развития креативной экономики страны, или решение заложенных в Концепцию развития творческих (креативных) индустрий амбициозных задач будет нивелироваться традиционными, консервативными механизмами государственного управления в этой важнейшей сфере.

Список литературы

1. Астафьева О.Н., Никонорова Е.В., Шлыкова О.В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // Обсерватория культуры. №5. 2018г. С. 516–531.

Доклад Первого заместителя министра культуры Российской Федерации В.В.Аристархова на парламентских слушаниях 13.02.2018 г. «Цифровизация в сфере культуры. Законодательство и правоприменительная практика» // Режим доступа: URL: http://komitet2-3.km.duma.gov.ru/upload/site16/AristarhovGD_doklad.pdf (дата обращения: 20.10.2021).

Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография // Астафьева О.Н., Зубанова Л.Б., Кириллова Н.Б., Никоно-

рова Е.В., Шлыкова О.В. и др.; отв. ред. Кириллова Н.Б. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 292 с.

2. Концепция развития творческих индустрий // Режим доступа: URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjiAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 30.10.2021)

Креативный город. Ч.Лэндри. Перевод с англ. В. Гнедовский, М. Хрусталева. – М.: Классика – XXI, 2006. 399 с.

3. Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания (общ. ред. и сост. О.Н.Астафьевой и О.В.Шлыковой) // М.: Изд. «Согласие», 2019 – 296 с.

4. Паспорт национального проекта «Культура» // Режим доступа: URL: <http://government.ru/info/35562/> (дата обращения: 18.09.2021).

Попов А.В. Культурное картирование как форма создания инфраструктур пространственных данных в сферах культуры и туризма: сущность, организация, перспективы применения ГИС и WEB 2.0 технологий // Актуальные проблемы современных социально-гуманитарных наук: материалы первой международной очно-заочной научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых, педагогов и преподавателей (1–4 июня 2011 г.): в 2 ч. / Пермский государственный университет. – Пермь, 2011. – ч. 1. – 190 с.

5. Скородумова О.Б. Отечественные подходы к интерпретации информационного общества: постиндустриалистская, синергетическая и постмодернистская парадигмы // Знание. Понимание. Умение : информационный гуманитарный портал // Режим доступа: URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Skorodumova/> (дата обращения: 25.09.2021).

6. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года // Режим доступа: URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 28.09.2021).

7. Устюжанина Л.В. Культурное картирование: шаг за шагом // Московский государственный институт культуры и искусств / Московский форум культуры 2011. С 31-40.

8. Цифровое измерение городского развития // Материалы VI ежегодной конференции Глазьевские чтения 2018. Под редакцией Ю. Шисаловой. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019 – 74с.

Baeker, G. The Foundation: Cultural Mapping / G. Baeker // Rediscovering the Wealth Places. A Municipal Cultural Planning Handbook for Canadian Communities / G. Baeker (ed.). – Ontario: Municipal World Inc. – P. 45–51.

9. Ghilardi, L. The Value of Culture and the Creative Industries in Local Development // Summer Academy on Cultural and Creative Industries and Local Development / OECD Trento Centre for local Development. November 2018. – 45 p.

Сазонова Вероника Александровна

Аспирант кафедры культурологии
ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Творческие индустрии как механизм актуализации нематериального культурного наследия

Трансформация подходов в отечественной теории и практике к актуализации, трансляции и воспроизводству нематериального культурного наследия (далее – НКН) происходила в контексте социокультурных перемен 1990-х годов, изменения способов производства, снижения роли идеологии и системного кризиса в сфере культуры. Творческие индустрии активно включаются в эти процессы в начале 2000-х годов. В зависимости от формата контента или продукта, локализации, мобильности производства и его масштабов они занимают сразу несколько пересекающихся сегментов культурного рынка, рынка свободного времени, медиарынка, рынка крафтовых товаров, а в некоторых случаях и товаров класса люкс (например, когда речь идет о предметах декоративно-прикладного искусства с большим объемом ручной работы). Благодаря широкому спектру направлений работы с аудиторией и гибкости бизнес-моделей такие проекты не только менее остро сталкиваются с проблемой выбора между альтернативными типами времяпровождения, но и тесно взаимодействуют с конкурентными сферами в тех аспектах, где для партнерской стороны имеются какие-либо нормативно-правовые ограничения – например, с учреждениями культуры, органами исполнительной власти и т.д.

В отличие от других видов культурной деятельности творческие индустрии менее подвержены критическому влиянию инфраструктурного фактора на их работу. И в случае его неразвитости, и в случае его чрезмерного развития креативные проекты могут концентрироваться на сохранении, воссоздании и использовании культурных пространств, связанных с НКН, традиционных знаний, технологий, навыков и других видов нематериального наследия. Независимо от вектора негативного влияния на НКН, целями таких проектов будет его защита от исчезновения или размывания, актуализация и внедрение в современный социокультурный контекст. Также в зависимости от конкретной практики и формата работы с аудиторией влияние инфраструктурного фактора может быть сведено к минимуму в комплексе с такими факторами как:

1) Отношение обывателя к творческим индустриям в сфере НКН как к частным начинаниям или стартапам (даже если носитель наследия занимается его трансляцией и воспроизводством не в первом поколении или работает профессиональная команда с большим опытом таких проектов), которые действуют вопреки, по собственной инициативе ради достижения некоей благородной цели, а, соответствен-

но, потребитель соглашается сделать допущения по качеству инфраструктуры при условии высокого уровня продукта;

2) Влияние яркого авторского начала и контекста бытования НКН, а также образа уникального, штучного продукта и самобытной атмосферы в точке контакта с аудиторией, за счет которых потребитель уделяет меньше внимания инфраструктуре;

3) Исключение точек контакта с аудиторией в offline-сегменте и использование цифровых каналов коммуникации (например, создание мастерами просветительского контента, прием заказов, демонстрация и продажа готовых предметов декоративно-прикладного искусства через web-ресурсы).

В случаях, когда речь идет об очных форматах работы с аудиторией, важное значение приобретают факторы влияния антропогенной нагрузки как на НКН^{**}, так и на территорию его бытования (или территорию базирования проекта, когда его реализация осуществляется в отрыве от аутентичного контекста и пространства или в условиях их воссоздания в другом месте). И переполненность точки контакта, и чрезмерная физическая закрытость практики (в случае, когда это не объясняется сакральным значением, тайнами профессионального мастерства или угрозой сохранению НКН)^{***}, негативно влияют на проект. В вопросе охраны наследия закрытость практики, при условии использования других каналов популяризации, повышения роли НКН и способов его трансляции, не несет негативного влияния. В связи с этим, не менее значимым фактором в региональных творческих проектах становится возможность реализации их туристического потенциала, а на локальном уровне – формирование сообществ и связей (с местными жителями, медиа, другими представителями творческих индустрий) для сотрудничества, верификации транслируемых контекстов, предотвращения конфликтных ситуаций, совершенствования логистики и маршрутизации посетителей, кадрового обеспечения либо создания рабочих мест.

Еще одним важным фактором при работе представителей творческих индустрий с нематериальным наследием выступает динамика и насыщенность проекта, поскольку конечным продуктом для потребителя будут выступать «переживания, идеи, удовлетворение, которые больше нигде нельзя найти»^{****}, связанные с аутентичными практиками, уникальными знаниями и новым для аудитории опытом. В зависимости от типа наследия и форм работы с ним, а также возможностей создания вариативных стратегий посещения / контакта и сегменти-

* Манн И., Турусин Д. Точки контакта. – М: МИФ, 2012. – 156 с.

** Карпова Г. А., Хорева Л. В. Коммодификация нематериального культурного наследия в системе услуг культурного туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2016, №9 (70). – с. 10-11.

*** Newlands R., Wressnig F., Lewis V. Training handbook for Silk Road heritage guides. Paris, UNESCO publ., 2020. – p.21-23.

**** Kotler N., Kotler Ph. Museum Strategy and Marketing. San-Francisco, Jossey-Bass publishers, 1998. – p. 4.

рования контента, вектор влияния этого фактора будет отличаться от проекта к проекту.

Острейшим вопросом является фактор соответствия творческой инициативы критериям аутентичности нематериального наследия. Если проект направлен на актуализацию НКН, то его переосмысление в процессе креативного производства и последующей репрезентации не должно угрожать жизнеспособности наследия, исказить его смысл^{*} и роль, приводить к разрыву связи с оригинальным контекстом бытования, а также какой-либо дискриминации носителей и чрезмерной коммерциализации^{**}. Идентификация, документирование, исследование, сохранение, популяризация и возрождение отдельных аспектов НКН должны быть интегрированы в производственные процессы. В случае, если критерий аутентичности по какой-либо причине невозможно соблюсти, то такой проект может признаваться практикой популяризации НКН в результате его художественного осмысления и служить целям повышения информированности о наследии, но не целям его актуализации и трансляции.

Существенное значение для развития творческого производства в качестве практики актуализации НКН имеет влияние маркетинговых коммуникаций на объект наследия, а также их пересечение с бренд-стратегией региона (особенно, если ее ядро составляет культурное наследие).

Векторы влияния политических, социальных, технологических, экономических, правовых и криминогенных факторов могут значительно отличаться в отношении каждой конкретной творческой практики в зависимости от ситуативных причин.

В структуре практик актуализации нематериального культурного наследия наиболее значимыми направлениями творческих индустрий являются:

1) Производство собственного контента или продукта на основе НКН, в том числе для поддержания преемственности поколений его носителей и сохранения локальной либо национальной культурной памяти;

2) Организация мероприятий / проектов в качестве основного вида деятельности либо в качестве сопроводительной программы по отношению к производству продукта / контента;

3) Частное и государственно-частное партнерство по широкому спектру локальных проектов, включая формат «выхода в город» для НКН (от производства продукта / контента под конкретные задачи, уча-

* Основные тексты Международной конвенции об охране нематериального культурного наследия 2003 г. [Электронный ресурс] // Цифровая библиотека UNESDOC, 2018. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265942_rus/PDF/265942rus.pdf.multi (дата обращения 24.09.2021). – с. 65.

** Основные тексты Международной конвенции об охране нематериального культурного наследия 2003 г. [Электронный ресурс] // Цифровая библиотека UNESDOC, 2018. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265942_rus/PDF/265942rus.pdf.multi (дата обращения 24.09.2021). – с. 59.

ствия в проведении специализированных фестивалей, мастер-классов до перформансов, уличных креативных практик и т.д.);

4) Сотрудничество с учреждениями культуры и оказание услуг в этом секторе (например, в проведении сопроводительных программ к выставкам, изготовлении специальных сувенирных коллекций и т.д.);

5) Сотрудничество с НКО и участие в социально-значимых проектах, направленных на решение конкретных проблем региона и его устойчивое развитие (в рамках данного направления возможны самые разные форматы творческого участия – от производства продукта / специализированного контента и участия в проведении мероприятий до программ трудоустройства, обучения, новых контекстов трансляции наследия и т.д.);

6) Создание туристических продуктов (от экскурсий, мастер-классов и сувениров до экспедиций, создания креативных тематических пространств, развлекательных программ и т.д.);

7) Участие в процессах коммуникации территориального бренда (включая изготовление специализированных материалов и использование медиаканалов бренда для продвижения собственного творческого производства, популяризации НКН и повышения информированности о нем);

8) Участие в медиапроектах и взаимодействие с крупными брендами (от создания просветительского контента, специализированной линейки продуктов и нативной рекламы до участия в социальных программах и маркетинговых проектах крупного бизнеса);

9) Создание предметов роскоши (в основном, это направления поддерживают мастера народных художественных промыслов и ремесел).

В связи с этим в потенциальную аудиторию таких проектов входят несколько разнородных сегментов:

1) Посетители с размытыми границами восприятия, которые при выборе стратегии посещения или выборе контента руководствуются не диверсификацией культурных практик, а иными социально-психологическими мотивами и моделями поведения (например, гедонистическими мотивами – удовольствие, отвлечение, развлечение, успокоение, познающими мотивами – саморазвитие, поиск новых мест, нового опыта и совершение открытий, творческими мотивами, а также с целью самореализации или для снятия повседневного стресса);

2) Посетители, которые руководствуются механизмами групповой идентификации и посещают те мероприятия или просматривают тот контент, который считается модным или важным для их социальной группы;

3) «Эксперты», которые являются постоянными посетителями учреждений культуры конкретного типа, клиентами индустрии развлечений или аудиторией медиарынка и идут в аналогичный сектор творческих индустрий для расширения потребительского опыта (например,

зрители академического театра посещают иммерсивный спектакль, который ставит независимая студия, посетитель музея приходит в мастерскую по изготовлению каких-либо предметов декоративно-прикладного искусства, посетитель библиотеки становится потребителем цифрового контента по интересной ему теме, а кинозритель посещает фестиваль независимого авторского кино);

4) Посетители, являющиеся носителями той культурной практики или наследия, которой посвящен конкретный проект из сектора творческих индустрий;

5) Местные сообщества и сопричастные зрители / потребители – в случае, когда проект «выходит в город», нацелен на решение конкретной остросоциальной или культурной проблемы, то помимо его целевой аудитории, он оказывает влияние и на тех людей, которые соприкоснулись с ним из-за близости к теме или по географическому признаку.

Наиболее распространенными форматами репрезентации нематериального культурного наследия в творческих индустриях являются мастер-классы, экскурсии на производство, дегустации, а также специальные мероприятия (включая концерты, небольшие выставки, реконструкции традиционных празднований и т.д.). Благодаря вовлечению в интерактивное взаимодействие с носителем, транслирующей ценности, у посетителя формируется чувство сопричастности, но степень и полнота погружения посетителя в контекст иллюстрируемого НКН будет отличаться в зависимости от бюджета проекта, степени воссоздания аутентичного контекста бытования или возможности использования для проведения мероприятия пространства, отражающего самобытность этого наследия. В качестве примеров можно привести мастер-классы по изготовлению унцукульских изделий (орнаментальная насечка по дереву) в Шамилькале, которые проводятся в частных мастерских, экскурсии по производству покровского пряника, которые проводятся по стилизованному верхнему ярусу над современным действующим цехом в Покрове, дегустация калача или театрализованная экскурсия-дегустация коломенской пастилы, которые также проводятся в воссозданных стилизованных пространствах в Коломне, погружение в традиционный быт и концерты горлового пения в алтайских аилах, которые могут быть как старинными, так и новыми, но построенными в соответствии с традиционными технологиями, и многое другое.

Не менее значимым для актуализации НКН форматом репрезентации является участие носителей в тематических фестивалях, выставках, ярмарках, праздниках, конкурсах и т.д. Такие мероприятия с одной стороны позволяют охватить новые сегменты аудитории и повысить их информированность о нематериальном культурном наследии, о его роли и важности охраны, а также реализовать продукцию, но с другой стороны собирают в одном пространстве и исполнителей,

и мастеров, и хранителей традиционных знаний / практик, что осложняет воссоздание контекста бытования конкретного НКН и стимулирует участников уделить большее внимание привлечению посетителей за счет инструментов маркетинга.

Еще одним значимым направлением является производство цифрового контента – от просветительских материалов (включая аудио-визуальные материалы – например, записи исполнения того или иного вида НКН), каталогов, исследовательских проектов до публикаций в социальных сетях и на сторонних медиаресурсах.

Использование отдельных элементов и образов нематериального культурного наследия в рекламе, материалах для СМИ и онлайн-платформ в рамках маркетинговых коммуникаций творческих индустрий позволяет повысить уровень информированности аудитории об этом НКН, создать связанный с ним эмоционально окрашенный ассоциативный ряд, сформировать чувство сопричастности и заинтересованность в проекте (а, соответственно, и в наследии) у аудитории.

Интереснейшим форматом работы с аудиторией является продакт-плейсмент – внедрение образа НКН или его материальных элементов (ремесленных изделий и предметов ДПИ) в произведения медиакультуры. И если первый вариант достаточно сложен для осуществления, так как обуславливается художественными интересами, замыслом и сценарием произведения, то второй вариант может применяться значительно чаще – например, в костюмах, в предметах обстановки, обихода и т.д. Для самобытных креативных пространств может быть реализован формат обратного продакт-плейсмента – предоставления данной локации в наем другим участникам творческих индустрий для производства их контента.

Гибкость практик, возможность трансформировать и персонализировать потребительский опыт позволяет творческим индустриям в области НКН выполнять функции по возрождению различных аспектов такого наследия, обеспечивать его жизнеспособность, популяризацию, трансляцию, повышение его роли в современном культурном контексте, а также осуществлять его идентификацию, документирование, исследование, сохранение и защиту, то есть обеспечивать охрану нематериального наследия* в понимании ЮНЕСКО.

Таким образом, творческие индустрии становятся одним из ведущих механизмов актуализации нематериального культурного наследия как в отечественной, так и в мировой практике. В качестве перспективных векторов его совершенствования можно выделить интенсификацию усилий по сохранению аутентичности наследия в процессе креативного производства, не допущению размывания контек-

* Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия [Электронный ресурс] // Цифровая библиотека UNESDOC, 2003. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_rus/PDF/132540rus.pdf.multi (дата обращения 28.09.2021). – с. 3.

ста его бытования, а также регулированию влияния антропогенной нагрузки и нивелированию последствий коммерциализации.

Список литературы

1. Зеленцова Е. В., Гладких Н. В. Творческие индустрии: теории и практики. – М: Т8 RUGRAM, 2021. – 209 с.
2. Карпова Г. А., Хорева Л. В. Коммодификация нематериального культурного наследия в системе услуг культурного туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2016, №9 (70). – с. 6-14.
3. Манн И., Турусин Д. Точки контакта. – М: МИФ, 2012. – 156 с.
4. Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия [Электронный ресурс] // Цифровая библиотека UNESDOC, 2003. URL:https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_rus/PDF/132540rus.pdf.multi (дата обращения 28.09.2021).
5. Основные тексты Международной конвенции об охране нематериального культурного наследия 2003 г. [Электронный ресурс] // Цифровая библиотека UNESDOC, 2018. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265942_rus/PDF/265942rus.pdf.multi (дата обращения 24.09.2021).
6. Kotler N., Kotler Ph. Museum Strategy and Marketing. San-Francisco, Jossey-Bass publishers, 1998. – 395 p
7. Newlands R., Wressnig F., Lewis V. Training handbook for Silk Road heritage guides. Paris, UNESCO publ., 2020. – 100 p.

Купцова Ирина Александровна

доктор культурологии, зав. кафедрой медиаобразования
 Московский педагогический государственный университет,
 эксперт Научно-образовательного центра
 «Гражданское общество и социальные коммуникации»
 ИГСУ РАНХиГС

Культура волонтерства (добровольчества) как средство развития некоммерческого сектора и социального предпринимательства*

Культура волонтерства (добровольчества) – ценностно-смысловой комплекс, основанный на идее благотворительности, добровольного служения обществу и проявляющийся в социально значимой безвозмездной деятельности отдельного человека, группы лиц или организации. Волонтерство, как практика безвозмездного выполнения общественно значимых работ, широко распространено в мире, продолжает развиваться, и привлекает новых участников-добровольцев. Для российского социокультурного пространства волонтерская деятельность – довольно новое явление, стремительно набирающее популярность среди разных слоев населения и постепенно обретающее высокую общественную значимость.

Термин «волонтер» произошел от фр. *volontaire*, которое восходит к латинскому *voluntaries*, и изначально означал солдата-добровольца. Затем коннотация слова изменилась и волонтером стали называть добровольцев в широком смысле, тех, кто по доброй воле принимает участие в каком-либо деле. Военный контекст употребления этого понятия сохраняется и в наше время, он закреплён в нормах международного права. Всё большую значимость и распространение обретает иная смысловая интерпретация, подчеркивающая, что добровольцы – это граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя, в том числе, в интересах благотворительной организации.

«Всеобщая декларация добровольчества», провозглашенная на XVI Всемирной Конференции Добровольцев Международной Ассоциации Добровольческих Усилий (IAVE) в январе 2001 года, определяет добровольчество как индивидуальное или коллективное действие, посредством которого, в том числе, люди реализуют свои права и ответственность членов общества, одновременно познавая новое, совершенствуясь, раскрывая свой полный человеческий потенциал. Таким образом, добровольчество трактуется как фундамент гражданского общества.

* В тексте использованы опубликованные ранее материалы автора: Купцова И.А. Волонтерства культура // Прикладная культурология. Энциклопедия. Под ред. И.М.Быховской. М.: ООО «Издательство «Согласие», 2019. С. 591-597

Традиционно к научному осмыслению вопросов волонтерства обращаются представители социологии, педагогики и психологии. Актуализация практик волонтерства в условиях современного социокультурного пространства России, позволяет утверждать необходимость комплексного интегративного подхода к изучению данного феномена культуры, который возможен при культурологическом анализе. Международная практика волонтерства существенно отличается от российской, как в части правового обеспечения и государственного участия, так и в укорененности самой традиции добровольческой деятельности в структуре повседневности людей. Наблюдается явное противоречие между традицией взаимопомощи и помощи нуждающимся, закреплённой в культурных кодах россиян (в том числе, основанных на религиозной культуре), и отсутствием стремления проявлять инициативу (имеющим историко-культурное основание в виде «наказуемости» за проявление активности).

Массовая готовность людей оказать помощь ярко появляется в чрезвычайных, кризисных ситуациях, когда в обществе стремительно разворачиваются процессы самоорганизации (например, спонтанная помощь беженцам во время локальных военных конфликтов, поддержка пострадавших во время стихийных бедствий, терактов и т.д.). Ярким примером таких форм волонтерства являются добровольческие инициативы, ставшие в России массовыми во время пандемии COVID 19. Сработал механизм самоорганизации социокультурного пространства и люди сами, без дополнительной мотивации и информационной поддержки этой деятельности, начали помогать друг другу всем, чем могли в сложной, малопонятной и новой для их опыта повседневных практик ситуации. От волонтерства в ковидных госпиталях, помощи медикам во время вакцинации до покупки и доставки продуктов, простого общения с теми, кто оказался в вынужденной изоляции и страдал от одиночества, так возникли многочисленные формы взаимопомощи и поддержки. Отметим, что государство затем приняло активное участие в популяризации этого опыта, трансляции наиболее значимых примеров для подражания. О добровольцах по центральным каналам телевидения было показано много сюжетов, интервью, проведен ряд телепередач. Безусловно, полученный опыт не прошел бесследно, он во многом стал нормой жизни в новых условиях, сложившихся вследствие распространения коронавирусной инфекции.

Факторами, несколько замедляющими развитие культуры волонтерства в отечественной социокультурной практике, выступают: недостаточная разработанность законодательной базы, утрата исторических традиций волонтерства, единичность эффективных методик подготовки добровольцев и сопровождения их деятельности.

Культура волонтерства формируется на основе ценностно-смыслового комплекса, семантики деятельности человека и отражает как

историческую, так и актуальную составляющую жизни общества. Она находится в непосредственной зависимости от духовно-нравственных характеристик и установок личности, проявляя ее альтруистические начала. В этой связи рассматривается мотивация волонтерской деятельности, которая базируется на личностных смыслах жизни человека. Волонтерская деятельность детерминирована целым комплексом мотивов, доминанта которых может изменяться с возрастом и социальным положением человека. Для молодёжи наиболее мотивирующими факторами волонтерской деятельности выступает возможность обретения профессиональных компетенций, интеграции в профессиональное сообщество через новые контакты и знакомства, а также реальная возможность получения необходимых знаний и навыков на практике. Для лиц среднего возраста волонтерство, прежде всего, это – возможность осознанной самореализации. Добровольческая деятельность может осуществляться в сфере далекой от профессиональной деятельности волонтера, открывая для него новую специальность и, нередко, несколько компенсируя неудовлетворенность выбором профессии. Другой, более важной стороной мотивации людей среднего возраста, выступает желание вести общественно значимую жизнь, быть полезными для социума, что отражает гражданскую позицию человека и его готовность не только думать о благе общества, но и прилагать реальные усилия для достижения его позитивной динамики. Для «серебряных волонтеров» добровольчество – это, прежде всего, площадка интенсивных коммуникаций, реализации потребности в участии, дающая ощущение востребованности обществом и чувство полноты жизни. В деятельности этой категории волонтеров прослеживается двухсторонний процесс обучения и обмена новыми знаниями и опытом. С одной стороны, пожилые добровольцы передают более молодым коллегам свои знания и умения, основанные на прежней профессиональной деятельности и жизненном опыте. С другой стороны – общаясь с молодежью, пенсионеры обретают новые компетенции, связанные с использованием цифровых технологий, новых способов связи и удаленного взаимодействия посредством сети Интернет. По данным ВЦИОМ (опрос «Что вдохновляет волонтеров?») главными факторами участия в волонтерской деятельности являются нематериальные мотиваторы, среди которых лидируют интересное проведение досуга, желание быть полезным и самореализоваться.

Культуру волонтерства можно классифицировать по ряду различных признаков. По источнику инициативы добровольческой деятельности выделяется: индивидуальное (добровольческую деятельность инициирует отдельная личность, которая ее затем осуществляет в одиночку или с привлечением единомышленников-добровольцев); групповое (соответственно, источником волонтерской активности становится группа лиц, объединенная общими альтруистическими и социально значимыми инте-

ресами); корпоративное (волонтерская деятельность организуется компанией и может быть направлена как внутрь организации, так и вовне) и государственное волонтерство (инициатором выступает государство в целях, как правило, поддержки масштабных проектов). По содержанию культура волонтерства проявляется в таких направлениях деятельности как: профессиональное или pro-bono (безвозмездная профессиональная работа специалистов, необходимая для осуществления добровольческой деятельности определенного направления в виде консультационного сопровождения или непосредственного практического участия); социальное (помощь социально незащищенным слоям населения, лицам, испытывающим проблемы социальной адаптации и реабилитации, поддержка тяжелобольных людей и членов их семей и т.д.); экологическое (участие в решении экологических проблем, в том числе и локального характера); медико-просветительское (популяризация здорового образа жизни, информирование населения о способах профилактики и лечения наиболее опасных и социально значимых заболеваний и пр.); поисково-спасательное (поиск людей, пропавших без вести, оказание помощи при проведении спасательных операций и др.); спортивное (участие в подготовке и проведении спортивных мероприятий разного уровня от местных до международных); культурное/волонтерство в сфере культуры (помощь организаторам культурных практик, событий в их подготовке и поведении, непосредственная работа с посетителями учреждений культуры и пр.). По степени регулярности волонтерская деятельность может быть, как разовой, так и осуществляться на постоянной основе (как по эпизодическому или постоянному участию отдельного конкретного добровольца, так и по характеру самой деятельности, которая может быть разовой или иметь регулярный характер).

Идеи добровольной и бескорыстной помощи находят отражение в историко-культурном прошлом разных стран и народов мира. Сострадание и милосердие лежало в основе добровольного служения обществу и поддерживалось церковью, поскольку являлось воплощением священных заповедей и составляло органичную часть религиозной культуры (через деятельность храмов, монастырей и т.д.). В России культура волонтерства/добровольчества базируется на культурных кодах и глубинных ценностно-смысловых структурах личности, воплощенных в таких феноменах как национальный характер и менталитет. Задолго до институционализации добровольчества и участия в этой деятельности государства, возникла традиция взаимовыручки, взаимопомощи, которая, прежде всего, была направлена на наименее защищенных членов общества – стариков и детей. Последующее укрепление православных традиций сформировало культуру добровольчества, заключающуюся во внутренней потребности человека в помощи бедным, обездоленным, нуждающимся. В имперской России была развита система государственной благотворительности, проводившая социальную политику государства (народные школы, сирот-

ские дома, госпитали, больницы и т.д.) как на казенные средства, так и на пожертвования благотворителей.

В советский период культура добровольчества активно развивалась и поддерживалась государством, которое «включало» человека в общественно полезную и социально значимую деятельность уже в младшем школьном возрасте через официальные массовые детские организации (прежде всего, через пионерскую организацию), унаследовавшие традиции дореволюционных организаций скаутов. Образ комсомольца-добровольца, стремящегося отдать свои силы на благо общества. Родины, является хрестоматийным и отражает не только направленность государственной идеологии, но и самые лучшие душевные качества, самые высокие нравственные идеалы человека. Яркие образы героических военных и трудовых подвигов добровольцев были созданы советским кинематографом, начиная от таких довоенных фильмов, как «Семеро смелых» (реж. С.Герасимов, 1936 год), «Трактористы» (реж. И.Пырьев, 1939 г.), «Девушка с характером» (реж.К.Юдин, 1939 г.), «Тимур и его команда» (реж. А.Разумный, 1940 год), до кинокартин, вышедших на экраны в период «оттепели» и позднее. Наибольшей популярностью среди них пользовались «Высота» (реж. А.Зархи, 1957 г.), «Поднятая целина» (реж. В.Басов, 1959), «Неподдающиеся» (реж. Ю.Чулюкин, 1959 г.), «Девчата» (реж. Ю.Чулюкин, 1961 г.), «Неуловимые мстители» (реж. Э.Кеосаян, 1966 г.) и др. Эти и многие другие художественные произведения, созданные в советский период, популяризировали и пропагандировали идею добровольчества, формировали особую культуру взаимопомощи в трудных, социально и общественно значимых ситуациях, демонстрируя огромный потенциал этой деятельности и значительные (нередко несколько нереальные результаты). В итоге, несмотря на идеологический контекст и имевшиеся недостатки, связанные с принуждением к деятельности, добровольчество было широко распространено в советском обществе; безвозмездная помощь, особенно в трудной или чрезвычайной ситуации, считалась моральной нормой, которой следовало большинство. Культура волонтерства формировалась целенаправленно и была представлена как неотъемлемая часть жизни советского человека.

В настоящее время культура волонтерства развивается как форма социальной помощи. С середины 90-х г.г. XX века в России стали появляться, традиционные для стран Запада, благотворительные организации, которые объединяют добровольцев и специализируются на разных сферах деятельности: научной, культурной, образовательной, медицинской и др. Например, благотворительные фонды: «Искусство, наука, спорт» (А.Усманова), Владимира Потанина, Елены и Геннадия Тимченко, Михаила Прохорова, Русфонд, «Подари жизнь», «Линия жизни» и мн. др. осуществляют активную добровольческую деятельность, развивая традиции благотворительности и культуру волонтерства.

За последние три года произошло существенное увеличение числа волонтеров в сфере культуры. Если на конец 2018 года их насчитывалось по всей стране всего 6308 человек, то на 01.11.2021 года – уже 158914 человек. Произошло существенное кратное увеличение числа участников проекта «Волонтеры культуры» (данные официального портала волонтерыкультуры.рф).

Официальная история общественного движения «Волонтеры культуры» началась в 2018 году, когда на всероссийском образовательном форуме «Таврида» была поддержана концепция общественного движения. В 2019 году появляется федеральная программа «Волонтеры культуры», которая развивается в рамках Федерального проекта «Творческие люди» Национального проекта «Культура».

В марте 2019 года на базе Ассоциации волонтерских центров была создана Дирекция общественного движения «Волонтеры культуры». Цель организации – формирование сообщества активных граждан, участвующих в волонтерской деятельности в сфере культуры, реализующих творческие и социокультурные инициативы.

Ведущие направления деятельности движения:

- Работа в учреждениях культуры;
- Сохранение культурного наследия, восстановление памятников истории и культуры;
- Реализация творческих и социокультурных проектов;
- Организация волонтерских программ крупных культурных событий;
- Организация туристических маршрутов и культурных пространств в городах.

Волонтеры культуры активно сотрудничают с традиционными государственными учреждениями культуры (например, такими как Государственный Эрмитаж, Центральный парк культуры и отдыха им. М. Горького), а также с частными учреждениями культуры (например, ЧУК «Еврейский музей и центр толерантности»), некоммерческими организациями и социальными предпринимателями.

Движение предлагает обучающие онлайн-курсы: базовые – «Основы волонтерства для начинающих», «Волонтерство в сфере культуры. Базовый курс»; продвинутые – «Социальное проектирование», «Волонтерство в сфере культуры. Продвинутый курс». Пройти курсы на портале общественного движения может любой желающий, при успешном прохождении курса участнику выдается сертификат.

Таблица 1.

Топ-10 регионов по числу лиц, вовлеченных в движение «Волонтеры культуры»

(по данным портала волонтерыкультуры.рф)

№	Регион	Число волонтеров культуры
---	--------	---------------------------

1	Москва	7149
2	Ростовская область	5775
3	Волгоградская область	4894
4	Краснодарский край	4786
5	Санкт-Петербург	4741
6	Челябинская область	4719
7	Республика Башкортостан	4718
8	Московская область	3847
9	Свердловская область	3705
10	Нижегородская область	3682

Ведущая роль в формировании культуры волонтерства принадлежит семье, образовательным учреждениям и культурным институциям, которые совместно влияют на ценностно-смысловой комплекс личности, способствуя ее становлению с самого раннего детства. Во многих странах мира сегодня волонтерская деятельность – это повседневная социальная практика. Добровольцы объединяются для посадки деревьев, сбора помощи нуждающимся, поиска пропавших без вести, профилактики правонарушений, борьбы с опасными болезнями, участия в культурно-просветительских проектах, поддержки талантов и т.д. Основными принципами, лежащими в основе культуры волонтерства, выступают: альтруизм, участие, взаимопомощь, социальная ответственность, социальная и личная значимость. Ценностно-нормативная система личности обуславливает идеалы для деятельности, но не только индивидуально-психологические характеристики добровольцев выступают их основой. Она определяется состоянием общества, его готовностью воспринимать и поддерживать безвозмездный труд и, безусловно, позицией государства по данному вопросу. При этом государственная поддержка и регулирование должны полностью исключать институты и функции принуждения к добровольчеству, способные вызвать отторжение волонтерской деятельности. В руках государства находятся правовые и идеологические инструменты, способные оказать существенную помощь в развитии социальных инициатив добровольцев, стремящихся выйти за рамки своей профессиональной деятельности и обыденной жизненной практики и бескорыстно служить обществу и конкретным людям.

Список литературы

1. Астафьева О.Н. Волонтерство в России как социокультурная деятельность // Волонтерство в России: отечественный опыт и современность. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. С. 145-165
2. Харченко А.А., Купцова И.А. История и перспективы развития молодежного движения в Российской Федерации, Орел: РАГС, 2006.

Голубева Юлия Владимировна

магистрант кафедры культурологии
ФГБОУ ВО Московский педагогический государственный университет

Культура соучастия и волонтерство как средство развития досуговых социокультурных проектов

Досуг и свободное время – значимая часть жизни любого человека, ведь это деятельность, благодаря которой происходит не только восстановление жизненных сил, но и раскрывается человеческое «Я». Последние десятилетия наблюдается тенденция смешения досуга и труда, и сами понятия размываются: происходит пересмотр смысла рабочего и свободного времени. Досуг имеет большой потенциал в развитии человеческого капитала: в свободное время человек может самосовершенствоваться, приобретать дополнительные навыки, которые необходимы для успехов в профессиональной деятельности, для освоения новой сферы.

На основе данных проекта Rugenerations, современную молодёжь составляют Y и Z поколения, миллениалы (1985-2002) и хоумлендеры (2003-2023)*. Этим поколениям присуща гибкость мышления и поведения, готовность к новому, способность быстро осваивать новые навыки, динамичность. В трудовой сфере для молодёжи всё большую важность представляет взаимосвязь работы и личного интереса, проблема самореализации стоит в их повседневной повестке как основополагающий показатель удовлетворенности жизнью.

Молодежь этих поколений более социально отзывчива, относится с доверием к людям, ответственна, потому что живёт в относительно стабильном социокультурном контексте. Доброта этих людей, неравнодушие к общественным вопросам проявляется в росте волонтерского, добровольческого движения в России, увеличении количества молодёжных проектов и инициатив**. Молодые люди стремятся к осмысленному досугу, наполненному событиями, способствующими их внутреннему развитию.

В связи с трансформацией ценностных парадигм молодого поколения, прежние форматы работы учреждений культуры с целевой аудиторией, которые рассматривали посетителя как исключительно пассивно принимающую сторону, устаревают и претерпевают изменения. Концепция музея, библиотеки как транслятора культурно-познавательной информации дополняется новыми направлениями работы, среди которых – проектная деятельность, волонтерство, главной характеристикой которых выступает принцип культуры соучастия

* Rugenerations – российская школа теории поколений // Режим доступа: URL: <https://rugenerations.su/поколения/> (дата обращения: 10.02.2020)

** Купцова И.А. Формирование культуры волонтерства в процессе профессиональной подготовки студентов // Педагогика и психология образования. 2018. №3. С.86-94.

или партисипации. Это понятие исследовала известный специалист в области организации взаимодействия музеев с публикой Нина Саймон*. Она представила новый способ видения учреждений культуры, где посетители становятся соучастниками, соавторами происходящих событий, мероприятий, проектов. Взаимоотношения с аудиторией выстраиваются на основе сотрудничества, сотворчества, приглашения посетителей занять активную позицию.

Культура соучастия или партисипация предполагает участие потребителя в процессе проектирования продукта. Изначально все заинтересованные стороны могут принять участие в создании, обсуждении, реализации задуманных идей**. Они могут привносить свой вклад в деятельность в виде социальных связей, интеллектуального, эмоционального ресурса и т.д. Учитываются интересы и предложения каждого, а значит, удовлетворенность «продуктом собственного производства», в данном случае – проведением досуга, гораздо больше, чем готовым продуктом. Эффект получается наиболее сильным, потому что тот, на кого направлен этот проект, сам конструирует желаемую для себя среду, вовлекая единомышленников, затрагивая больше смысловых звеньев каждого участника цепочки, которые могут перейти в более крупные проектные направления и способствовать социально-культурной трансформации общества.

Сущность проектной деятельности заключается в том, что каждый из этапов её реализации вытекает из предыдущего. Участники развиваются вместе с проектом, перерабатывают предлагаемый организаторами культурно-символический ресурс и к окончанию проекта выходят с опытом, практическим результатом в виде социально-культурных продуктов, которые в дальнейшем запускают механизм качественных изменений окружающей культурной среды.

Данная тенденция отмечается во многих практиках работы с посетителями музеев, библиотек, культурных центров. Рассмотрим примеры практик, которые реализуют принцип партисипации в проектных и волонтерских направлениях.

В 2019 году в Москве при поддержке гранта Мэра Москвы для НКО был реализован проект «Метод Васнецова: лайфхак для понаехавших»***. Три институции, которые выступили организаторами проекта: библиотека имени Ф.М.Достоевского, Мемориальный музей-квартира А.М. Васнецова, АНО «Проектная инициатива». В основу идеи проекта был положен «Метод Лённрота» – это метод, при котором выявляется культурно-символический ресурс местности и на его основе

* Саймон Н. Партиципаторный музей / Пер. А. Глебовской. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. – 368 с.

** Зинченко Е.О. Специфика социокультурного проектирования в сфере досуга / Зинченко Е.О. // Человеческий капитал. 2014. – № 5 (65). – С. 106-110.

*** Метод Васнецова: лайфхак для «понаехавших» // Режим доступа: URL: <https://project-initiative.ru/metod-vasnecova/>. (дата обращения: 19.02.2020)

создаются продукты, которые решают различные социально-культурные, экономические, политические задачи, увеличивая капитал человеческого потенциала территории. Цель проекта – разработка системы адаптации иногородних студентов в Москве, а также освоение участниками технологий жизненного успеха с помощью переосмысления культурного наследия Москвы через исследовательскую призму присвоения городского пространства художника-московеда А.М. Васнецова. Среди участников проекта были музейщики, VR-специалисты, архитекторы, москвоведы, студенты культурологического направления. На встречах проекта можно было высказаться любому желающему: задать вопрос, выразить мнение, поделиться идеей для дальнейшей реализации на следующем этапе проекта.

В качестве волонтеров к проекту были привлечены студенты-культурологи, которым было дано задание создать культурно-информационные, экспозиционные продукты: аудиогид «Москва Аполлинария Васнецова. Прогулка сквозь века», 3D-реконструкцию исторического вида центра города. Стоит отметить, что студенты до участия в «Метод» не обладали опытом и экспертностью в данных направлениях деятельности. В образовательные задачи проекта входило проведение просветительских лекций о Москве, обучение работе с текстами для аудиогuida, работе с платформой IZI.Travel для размещения материалов, особенностям жанра сторителлинга, а также методу 3D-визуальной реконструкции фрагмента исторического пространства. Автор данной статьи прошёл все обучающие подготовительные этапы и в проектной команде создал историческую реконструкцию Красной площади второй половины XIX века на основе эскиза А.Васнецова. Видео с виртуальной прогулкой по 3D-реконструкции на данный момент располагается в экспозиции музея-квартиры А. Васнецова.

Также примером партисипативной практики может выступать волонтерство. Политехнический музей как один из ведущих лидеров по работе с волонтерами ежегодно организует различные события, где волонтеры – неотъемлемая часть команды организаторов. Буквально – это «лицо музея», потому что именно волонтеры непосредственно взаимодействуют с посетителями. Ежегодно одним из таких мероприятий выступает фестиваль наук, искусств и технологий «Политех»^{*}. Он проводится с целью знакомства москвичей и гостей столицы с инновационными научными разработками, а также активно функционирующими проектами из России и из-за рубежа в рамках таких наук, как биология, физика, химия, робототехника, а также популяризации достижений этих сфер среди населения. Проекты представляются в виде интерактивных инсталляций, создаются с использованием приёмов современного искусства.

* Фестиваль «Политех» 2018 г. Политехнический музей // режим доступа: URL: <http://fest.polymus.ru/ru/> (дата обращения: 25.02.2020)

Автор данной статьи участвовал в качестве волонтера на этом событии в Парке Горького в 2018 году. Объекты, отобранные для экспозиции, были впечатляющими: лаборатория Noisy Toys, где можно было попробовать сделать музыку с помощью овощей, фруктов, кухонных предметов и самой неожиданной домашней утвари, конструкция самоопирающихся куполов Леонардо да Винчи, где дети, накладывая один брусок за другим, пытались понять, как держится крыша без единого несущего столба или стены, возможность запуска средневековой катапульты с её сложным механизмом и точной траекторией полёта ядра. Посетители могли поучаствовать в работе каждого объекта, запустить механизм и узнать, по каким законам он функционирует. В задачу волонтеров входило рассказывать о принципах работы устройств, отвечать на вопросы посетителей, вместе исследовать причудливые изобретения. Также волонтеры координировали гостей на площадке, консультировали по происходящим лекциям, дискуссиям, перформансам, советовали, куда было бы интересно сходить конкретному посетителю, исходя из его предпочтений. Безусловно, для таких задач требовалось не только хорошее знание площадки, объектов выставки, но и коммуникативные навыки, знания психологии человека. Эти навыки «прокачивались» в процессе работы, и в этом заключалась одна из ценностей участия в мероприятии именно со стороны организатора.

Перед фестивалем для волонтеров проводился специальный тренинг в формате кейс-стади, который помогал разобраться с самыми распространёнными ситуациями, которые могут возникнуть на фестивале: от вопросов по поводу того, что делать с детьми, оставшимися без присмотра или как помочь человеку, который потерялся на площадке, до первых действий волонтера в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. Эти вопросы сначала обсуждались в командах, а потом раскладывались «по полочкам» совместно с опытным экспертом. Во второй части тренинга участники, разделившись на команды посетителей и волонтеров, разыгрывали эти ситуации уже в режиме реального времени. Кто-то изображал «капризного» посетителя, кто-то посетителя, которому нужна помощь. Волонтеры у объектов должны были найти уместные ответы на непростые, каверзные вопросы. Такой тренинг полезен не только в рамках работы на фестивале, но и в целом для решения повседневных задач.

При разработке программы работы с волонтерами сотрудники Политехнического музея пришли к выводу, что волонтеры – это целевая аудитория, которая хочет помогать музею, побольше узнать о нём, но не только о его экспозиции, истории, о личностях, которые приглашаются для совместных исследований, выступлений. Им недостаточно обычного посещения, а хочется стать частью музея, поучаствовать непосредственно в его деятельности. Это отражает принцип партисипа-

ции: посетителя можно привлекать не столько экспозицией, сколько «внутренней кухней» музея.

Таким образом, волонтерство и партисипативные проекты соответствуют таким ценностям и потребностям современной молодёжи, как: взаимосвязь личного интереса и работы, активное участие в общественных вопросах, получение действительно полезных навыков, погружение в профессиональную среду желаемой сферы деятельности, удовлетворение потребности в живом общении, коммуникации, возможность попробовать себя в разных видах деятельности.

Музеи, библиотеки, культурные центры, арт-пространства внедряют направления работы, основанные на принципах культуры соучастия, тем самым создавая «живую среду», которая способна породить созидательные и творческие формы досуговой деятельности. Акцентируя внимание на интересах аудитории, данные практики повышают лояльность молодых посетителей к учреждениям культуры, поддерживают просветительские тренды, дискурс «досуг=саморазвитие» и склонность молодёжи к серьёзному, познавательному, интеллектуальному досугу.

Список литературы

1. Зинченко Е.О. Специфика социокультурного проектирования в сфере досуга / Зинченко Е.О. // Человеческий капитал. 2014. – № 5 (65). – С. 106-110.
2. Купцова И.А. Формирование культуры волонтерства в процессе профессиональной подготовки студентов // Педагогика и психология образования. 2018. №3. С.86-94.
3. Саймон Н. Партиципаторный музей / Пер. А. Глебовской. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. – 368 с.: ил. – (Garage Pro).

Макарова Лилия Алексеевна

Президент Фонда поддержки искусства и культуры «Красный угол»

Проектные волонтерские сообщества на базе учреждений культуры – драйвер развития территорий, креативный потенциал, кадровый резерв, институт формирования лидеров изменений

Развитие страны, развитие городов, успех предпринимательских и общественных инициатив – всё опирается на проявление творческого потенциала личности, команд, сообществ и общества в целом. Сегодня мы наблюдаем как происходит постепенное становление креативной экономики и основным ее ресурсом являются творческие люди, способные генерировать инновации.

Анализ экономики регионов показывает: процветают те территории, которые привлекают и сохраняют человеческий капитал. Одним из значимых факторов, повышающих конкурентоспособность той или иной территории, является ее культурное наследие и социокультурная среда. «Качество жизни» все чаще заменяется «на качество места». Люди хотят жить там, где есть не только рабочие места, но и комфортный образ жизни, есть среда для реализации творческого потенциала, активная уличная жизнь и культурные события. Развитие социокультурной среды дает расширение возможностей для удовлетворения культурных потребностей жителей. В России важнейшими факторами, формирующими социокультурную среду, являются государственные учреждения культуры и досуга. Поэтому сегодня перед учреждениями культуры стоят задачи по поиску новых форматов и форм взаимодействия с социальными партнерами, гражданскими инициативами, механизмов поддержки социокультурных проектов. Учреждения культуры становятся более открытыми, креативными, расширяют свои возможности и услуги, внедряют новые виды деятельности, становятся точкой роста локальных культурных брендов, комьюнити центром – коммуникативной площадкой для горожан, сообществ, бизнеса и власти, точкой сборки и координации городских инициатив и активистов, третьем местом горожанина. При этом количество сотрудников остается прежним и возникает острая потребность в добровольческой помощи – волонтерах.

По оценкам Росстата, на 2020 год в России насчитывается около 2,7 миллиона официально зарегистрированных волонтеров старше 15 лет. Большая часть волонтеров – это студенты, наиболее активная и мотивированная часть населения. Это колоссальный стратегический и кадровый ресурс. Волонтерская деятельность в сфере культуры является пространством социализации, развития профессиональных компетентностей молодых людей как будущих специалистов. В процессе волонтерской деятельности студенческая молодежь осваивает способы социального и профессионального поведения, новые соци-

альные роли, а также социальные и профессиональные виды деятельности. Волонтерство и сообщества волонтеров в сфере культуры становятся одной из начальных ступеней для формирования креативного класса.

Опыт многих учреждений культуры показывает, что наиболее эффективными становятся сплоченные команды волонтеров, получившие опыт совместной работы и уже имеющие представление о всех нюансах деятельности данного учреждения культуры или проекта.

Создание проектного волонтерского сообщества на базе учреждения культуры может стать наиболее эффективной формой взаимодействия с волонтерами, механизмом для генерации новых социокультурных проектов и поддержки локальных брендов. Формирование проектных волонтерских команд на базе учреждений культуры способствует повышению эффективности работы, качества и количества услуг учреждений культуры, развитию института наставничества, выстраиванию социального партнерства в городе – в том числе включении высших и средних учебных заведений в постоянное сотрудничество, а также повышению профессиональных компетенций молодых специалистов в области культурной деятельности и искусства и дальнейшему их трудоустройству.

В 2019 году в рамках федерального проекта «Создание условий для реализации творческого потенциала нации» («Творческие люди») национального проекта «Культура» разработана программа «Волонтеры культуры». Основными задачами программы являются формирование сообщества волонтеров, задействованных в добровольческой деятельности в сфере культуры.

В рамках содействия реализации задач программы «Волонтер культуры» Фонд поддержки искусства и культуры «Красный угол» в 2020 году при поддержке Фонда президентских грантов и Российской государственной детской библиотеки инициировал проект «Волонтеры культуры – Территория Реализации Идей».

Цель проекта «Волонтеры культуры – Территория Реализации Идей» - разработка и апробация механизмов запуска и работы проектных волонтерских сообществ и команд на базе учреждений культуры, методики системного вовлечения молодежи и формирования устойчивых команд для социокультурной проектной деятельности на базе учреждений культуры.

Комплекс мероприятий проекта рассчитан на 3 года и направлен на две больших целевых группы: студенты ВУЗов, участвующие в качестве культурного волонтера, и сотрудники учреждений культуры, планирующие или работающие с волонтерами и волонтерскими сообществами.

В 2020 году проведено исследование, программа проектной Школы апробирована на площадках 5 региональных учреждений культуры разных форматов: культурно-выставочный комплекс, музей-усадебка,

историко-краеведческий музей, Штаб городских инициатив, Культурный центр, детская библиотека. География региональных проектных Школ: Тюмень, Коломна, Одинцово, Щелково, Москва.

Партнеры – учреждения культуры – стали на время работы Школы коммуникационной площадкой и смогли проработать механизм формирования и взаимодействия участников сообщества волонтеров культуры в своем городе.

В работе проектных Школ в 2020 году приняли участие 140 человек – студенты профильных региональных ВУЗов. Участники получили базовые знания и компетенции, основы проектной и командной деятельности, разработали 20 уникальных социокультурных проектов. Важная составляющая обучения проектной команды стала практика и реализация проекта.

Студенты, формирующие проектные команды волонтеров, часто предлагают креативные и нестандартные решения, для реализации задач, поставленных перед ними учреждениями культуры. Так, ответом на запрос Одинцовского краеведческого музея о привлечении в музей подростков, стал проект «Выходной в музее» -интерактивный тематический квест. Проект был полностью разработан студентами-волонтерами от идеи до дорожной карты, бюджета и подробного плана реализации в рамках занятий проектной школы, презентован Большому жюри, в которое вошли представители администрации города, директор музея, руководитель местного информационного канала. Проект получил поддержку членов жюри и, был не только успешно реализован, но и вошел в программу музея, став системообразующим проектом для работы с волонтерским сообществом на базе музея.

Региональными проектными командами волонтеров были разработаны новые форматы привлечения ЦА на площадки учреждений культуры, предложены интересные решения и формы вовлечения и взаимодействия: «Городовой» – единый медиацентр учреждений культуры города, «Арт-пространство» – проект для продвижения и поддержки творческой молодежи, «Квест-пленэр» – новый формат знакомства детей и подростков с историей города, проект – создания сообщества для поддержки, знакомства и встреч подростков – интровертов, концепт развития нового волонтерского проекта «Корпорация добра». Проект тюменской команды «Школа киномодераторов» уже получила гранатовую поддержку и активно развивается.

Для выявления лучших практик и опыта работы с волонтерским сообществом в сфере культуры прошел Смотр-конкурс, который собрал лучшие проекты в сфере культурного волонтерства, созданные на базе или для учреждений культуры, инициативы, направленные на организацию туристических маршрутов и формирование культурных пространств. Победителями стали ведущие учреждения культуры из Якутска, Ульяновска, Саратова, Мурманска, Ельца, Санкт-Петербурга, Москвы. Основными партнерами смотра-конкурса выступил ФГБУК «Центр культурных

стратегий и проектного управления» (РОСКУЛЬТПРОЕКТ), ГБУ города Москвы «Мосволонтер», Российская государственная детская библиотека выступила также партнером номинации «Добровольческая (волонтерская) практика в работе детской библиотеки».

Тема добровольчества в сфере культуры очень актуальна и объединяет экспертов разных отраслей, что наглядно показало проведение в рамках проекта Первого Всероссийского форума «ВОЛОНТЕРЫ КУЛЬТУРЫ-территория реализации идей. От волонтеров культуры к креативной экономике» на площадке Общественной палаты Российской Федерации совместно с Комиссией по вопросам развития культуры и сохранению духовного наследия и Комиссией по территориальному развитию и местному Самоуправлению. Форум прошел в двух форматах: офлайн формат собрал более 160 экспертов на 12 тематических площадках в Общественной Палате РФ. Трансляции офлайн мероприятий форума посмотрело более 2000 зрителей. Онлайн формат Форума прошел с участием более 50 экспертов из 40 городов.

В Панельной дискуссии приняли участие Дарья Жукова – руководитель Дирекции общественного движения «Волонтеры культуры» Ассоциации волонтерских центров, Максимов Андрей Николаевич – председатель комиссии территориального развития Общественной Палаты РФ. Сериков Антон Владимирович – руководитель направления по работе с партнерами платформы «Россия – страна возможностей».

В рамках форума работала площадка Общественного Совета при Министерстве культуры РФ «Межрегиональный диалог», где обсудили с членами региональных Общественных палат РФ, представителями исполнительных и законодательных органов власти, представителями крупнейших волонтерских центров практику, опыт и лучшие методики работы с волонтерами культуры в регионах.

На тематических площадках состоялись дискуссии о роли pro bono волонтеров в сфере культуры с участием представителей Burning Man в России, организаторов проектов PechaKucha Night Moscow, международного арт-фестиваля Everart, фестиваля «Яркие люди».

В 2021 году проект был сфокусирован на адаптации программ и методик запуска проектных волонтерских команд на базе российских библиотек. Сегодня библиотеки – это самое распространенное учреждение культуры в нашей стране, которое есть практически в любом городе и населенном пункте. Создание проектных волонтерских команд на базе библиотек может стать одним из эффективных механизмов развития как самих библиотек, так и той территории на которой они находятся. Партнером проекта выступила крупнейшая в мире детская библиотека – Российская государственная детская библиотека, также являющаяся научно-методическим и исследовательским центром по вопросам библиотечной работы.

Для обеспечения системной работы волонтеров в работе учреждений культуры необходимо с одной стороны привлечь и замотивировать

студентов, выстроить долгосрочные партнерские отношения с ВУЗами и школами, организовать обучение команды волонтеров проектной деятельности в сфере культуры, предусмотреть включение их деятельности в проекты учреждения. Но также, не менее важно, обеспечить обучение сотрудников и кураторов волонтерских сообществ модерации и сопровождению проектной деятельности, умению вовлекать и взаимодействовать с волонтерами. Для этого в 2021 году была разработана программы «Школы модераторов волонтерского движения». В Школе приняли участие 298 участников – сотрудники региональных библиотек из 39 регионов. Программа Школы была ориентирована на получение навыков работы с сообществами, знакомством с методиками и технологиями вовлечения и удержания волонтеров, основами разработки, ведения и продвижения социокультурных проектов, внедрения их в работу библиотеки.

Опираясь на полученный Фондом «Красный угол» совместно с Российской государственной детской библиотеки в ходе реализации проекта «Волонтеры культуры – ТРИ» в 2020-2021гг опыт, были созданы электронное методическое пособие, рассматривающее основные шаги и рекомендации по организации работы проектной волонтерской команды на базе библиотеки, запускающие механизмы, сопровождение и подготовка деятельности. А также обучающие вебинары « Проектная школа «Волонтеры культуры – ТРИ» для повышения компетенции и навыков волонтеров культуры и вебинара «Модератор волонтерского движения» – для повышения компетентности сотрудников библиотек в организации, модерации и сопровождении работы волонтеров культуры.

Результаты проекта наглядно показывают, что синергия работы учреждений культуры и проектных волонтерских сообществ позволяет генерировать новые социокультурные проекты, которые становятся катализаторами процессов улучшения социальной и пространственной среды, способствуют поддержке локальных брендов и формируют первоначальную ступень к социальному предпринимательству.

Убрятова Анастасия Валерьевна

студентка 3 курса,
образовательной программы «Продюсирование и культурная политика»
по направлению подготовки
«Журналистика» ИГСУ РАНХиГС

Социальное предпринимательство: некоммерческие организации в творческих проектах ЮНЕСКО*

Будучи специализированным учреждением по вопросам образования, культуры и науки, ЮНЕСКО в том числе в качестве одной из своих целей ставит устойчивое развитие, достижение которого возможно при согласовании задач социально-экономического и культурного развития, соблюдении экологической и информационной безопасности, распространения идей сотрудничества в разных областях деятельности, чему в немалой степени способствуют принципы социокультурного диалога и поддержки гражданских инициатив, партнерства и социального предпринимательства. Это становится основой культурной политики разных стран, проводимой с учетом разработанных ЮНЕСКО документов и рекомендаций**.

Конечно, нельзя не учитывать тот факт, что непосредственно ЮНЕСКО подчиняется ООН, поэтому данный вид деятельности осуществляется благодаря определенным организациям, которые не только выступают в качестве партнеров, помогая вместе решать актуальные задачи современности, но и входят в состав специализированного учреждения. Так, охрана культурного наследия, социальная и гуманитарная научная деятельность, экологические проекты и многое другое осуществляются на основе сотрудничества с разными крупными компаниями, согласно подписанным договорам и соглашениям о разных формах взаимодействия. Например, как в случае с сотрудничеством между компанией SAP и Институтом ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании (ИИТО)***. Еще в 2016 году, на Московском международном салоне образования, эти две стороны достигли соглашения о сотрудничестве, согласно которому были взяты обязательства по поддержке конкурса стартапов SAP UP, предназначенного для некоммерческих организаций и социальных предпринимателей. Их целью было развить и внедрить новые курсы по цифровой эконо-

* Доклад подготовлен под научным руководством О.Н.Астафьевой – профессора кафедры ЮНЕСКО ИГСУ РАНХиГС, доктора философских наук, директора Научно-образовательного центра «Гражданское общество и социальные коммуникации» ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ.

** Астафьева О.Н. Развитие диалоговых моделей ЮНЕСКО и их включение в стратегии культурной политики // Лики культуры в эпоху социальных перемен [Текст] : материалы Всероссийской с международным участием научной конференции, 23–24 марта 2018 г., Екатеринбург/ Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина ; Урал. гос. пед. ун-т ; под ред. Н. Б. Кирилловой и [и др.] – Екатеринбург : [б. и.], 2018 – С.7 – 13.

*** SAP и ЮНЕСКО окажут экспертную поддержку социальному предпринимательству. IKS MEDIA.RU. URL: <http://nb-forum.ru/news/sap-i-yunesko-okazhut-expertnuyu-podderzhku-sotsialnomu-predprinimatelstvu> (дата обращения: 22.10.21)

мике, выпускники которых должны были способствовать развитию сельских и труднодоступных регионов. Тем самым это была конкретная, социально значимая задача – помочь людям с ограниченными возможностями включиться в проектную деятельность и реализовать себя в жизни. В результате этого соглашения было решено создать отдельную некоммерческую организацию – мультивендорный Образовательно-технологический инновационный центр.

Существует множество различных форм социального предпринимательства, основной целью формирования которых является улучшение или решение существующих проблем, в том числе социального характера. Также, ЮНЕСКО часто становится не прямым партнером, а косвенно использует возможности партнерства при решении подобных задач. Так, ЮНЕСКО поддерживаются не только крупные компании, но и такие организации, как школы и университеты. Например, «School of UNESCO Chair Earthen Architecture in Korea» («Корейская Школа Архитектуры земли») занимается тем, что совместно с ЮНЕСКО разрабатывает и проводит обучающие программы по строительству малобюджетного и доступного жилья^{*}. В силу того, что это также является и образовательным процессом, технологии строительства диверсифицируются в зависимости от локальных ресурсов в процессе их изучения (наличие и стоимость песка, глины, дерева, камня и так далее). Предлагаемая программа позволяет в качестве практики построить реальный дом, параллельно с проведением теоретических уроков, также предоставляя возможность выпускникам впоследствии начать обучение своих земляков и спонсировать строительство нового дома в рамках обучения других. Таким образом, программа не только решает вопросы с образованием, но и увеличивает количество доступного жилья, что позволяет снизить социально-экономическую проблему, связанную с его нехваткой.

В то же время существует несколько некоммерческих организаций, непосредственно сотрудничающих и тесно взаимодействующих с ЮНЕСКО, которые занимаются решением задач более глобального характера. Например, одной из ключевых социально-экономических и экологических проблем является нехватка пресной воды. Для того, чтобы облегчить жизнь регионам, сталкивающимся с этой проблемой, был создан Центр водного права, политики и науки ЮНЕСКО^{**}. Он является междисциплинарным центром исследований, связанных с пресной водой, с особым интересом к связям между правом, политикой и наукой. Будучи созданным в 2008 году по соглашению между Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) и правительством Великобритании в пар-

* Вайнер В. Экология. Образование. School of UNESCO Chair Earthen Architecture in Korea. RB-RUSBASE. URL: <https://rb.ru/opinion/9-cases/> (дата обращения: 22.10.21)

** Centre for Water Law, Policy and Science. URL: <https://www.dundee.ac.uk/water> (дата обращения: 22.10.21)

тнерстве с правительством Шотландии и Университетом Данди, центр стремится создать активное сообщество исследователей водных ресурсов со всего Университета Данди и Шотландии в более широком смысле. Он работает в качестве координационного ресурса на международном уровне над некоторыми из наиболее актуальных мировых проблем в различных секторах и средах и поддерживает связи с международной сетью ученых, занимающихся водными ресурсами.

Еще одной крупной организацией, занимающейся социальным предпринимательством и решением глобальных проблем, следует считать Азиатско-Тихоокеанское региональное бюро ЮНЕСКО по образованию*, выполнение проектов которого осуществляется за счет взаимодействия с некоммерческими структурами. Целью центра является: поощрять и организовывать мероприятия в области образования, социальных и гуманитарных наук, культуры, коммуникации, информации и информатики, включая: развитие и реформу образования на всех уровнях от дошкольного образования до высшего образования; социальные науки, гуманитарные науки и программы ЮНЕСКО в регионе, касающиеся женщин, прав человека, мира и молодежи; сохранение культурного наследия, традиций и культурной самобытности; региональные проекты по облегчению доступа к обмену информацией и данным и их использованию, включая меры по укреплению и развитию библиотек, архивов и информационных систем. Благодаря деятельности этого центра, основанного в Бангкоке еще в 1961 году, например, стремительно растет количество людей, получающих высшее образование, что решает проблему нехватки качественных специалистов и увеличивает общий уровень развития и культуры в азиатско-тихоокеанских странах. Одним из последних проведенных мероприятий стала третья сессия Комитета Токийской конвенции в связи с Первым Пленарным заседанием Азиатско-Тихоокеанской сети национальных информационных центров (APNNIC), прошедшая онлайн 14-15 октября 2021 года. Основными партнерами (некоммерческими организациями), занимающимися социальным предпринимательством и реализацией поставленных Бюро задач и проектов являются: Международный совет по образованию взрослых; Международная Ассоциация Университетов; Европейская сеть Базовых Навыков; Платформа «Обучения На Протяжении Всей Жизни».

Третья крупная организация, которая также занимается вопросами поддержки социального предпринимательства, будучи напрямую подчиненной ЮНЕСКО, – это Азиатско-Тихоокеанское региональное бюро ЮНЕСКО по коммуникации и информации**. Возможность реализации социального предпринимательства, как и в предыдущем случае, осу-

* UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education. URL: <https://bangkok.unesco.org> (дата обращения: 22.10.21)

** UNESCO Asia-Pacific Regional Bureau for Communication and Information. URL: <https://uia.org/s/or/en/1100060363> (дата обращения: 22.10.21)

ществляется за счет постоянного сотрудничества с некоммерческими организациями и компаниями, в том числе отвечающими за реализация предложенных проектов. Исходя из целей данной организации, они стремятся не только способствовать миру и безопасности, поддерживать идеи диалога культур и цивилизаций путем сотрудничества между государствами посредством образования, науки и культуры в целях содействия всеобщему уважению справедливости, верховенства закона, прав человека и основных свобод, которые закреплены для народов мира, без различия расы, пола, языка или религии, но и способствовать использованию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для поддержки мира и развития в регионе. Среди их творческих проектов по социальному предпринимательству следует выделить:

1. Проект по укреплению здоровья и благополучия подростков в старших классах начальной, средней и старшей средней школ;

а. Основные цели включают улучшение здоровья и благополучия всех детей и молодежи путем разработки школьных учебных программ по охране здоровья и передачи знаний через послы здоровья и хорошего самочувствия в классах. Для обеспечения беспрепятственного содействия программа создаст безопасные условия обучения посредством обучения на основе навыков и распространения знаний с использованием цифровых технологий и укрепит партнерские отношения с департаментами здравоохранения.

б. Бюджет проекта – от 1 до 5 миллионов долларов США. Департамент школьного образования правительства штата Тамилнад также выделил 2,3 миллиона долларов США на реализацию этой Комплексной программы школьного здравоохранения. Соглашение о сотрудничестве действует в течение двух лет. ЮНЕСКО окажет техническую помощь в успешном осуществлении этой Программы. Также, существует неограниченное количество некоммерческих и частных спонсоров.

2. Проект «СМИ и гендерное развитие в Индии (МАГДИ): Партнерство с ЮНЕСКО по наращиванию потенциала и ускорению воздействия»^{*};

а. Этот проект направлен на анализ процессов, связанных с репортажами об изнасилованиях, посредством углубленных интервью с журналистами. В нем будут отражены проблемы, с которыми сталкиваются национальные и региональные журналисты, и то, как они используют существующие кодексы практики, для разработки набора руководящих принципов журналистики для конкретных стран. Это обеспечит доказательную базу для семинаров по наращиванию потенциала с журналистами и разработки целевых учебных программ по журналистике. Работая с ЮНЕСКО, МАГДИ будет наращивать потен-

^{*} Media and Gender Development in India (MAGDI): Capacity building and impact acceleration partnership with UNESCO. URL: <https://en.unesco.org/en.unesco.org/fieldoffice/newdelhi/inaction/maar> (дата обращения: 22.10.21)

циал для обеспечения устойчивого воздействия – в частности, для репортажей об изнасилованиях, журналистского образования и противодействия гендерному насилию в отношении женщин.

б. Бюджет проект – 100 тысяч долларов США.

3. #Keepgirlsinschool – Инициатива P&G-Whisper и ЮНЕСКО в Нью-Дели*

а. В рамках движения #Keepgirlsinschool P&G-Whisper и ЮНЕСКО в Нью-Дели объединятся для разработки модуля обучения в период полового созревания в школьных программах с целью помочь молодым женщинам полностью раскрыть свой потенциал. Этот проект также включает в себя обучение основам полового воспитания.

И на территории России также некоторые творческие проекты реализуются под эгидой трехстороннего сотрудничества: органов власти РФ, непосредственно ЮНЕСКО и иными некоммерческими организациями, играющими роль организаторов и спонсоров. Так, например, в 2019 году фестиваль «МИР Сибири», проходивший в Красноярском крае был официально принят под эгиду ЮНЕСКО благодаря письму генерального директора Одре Азуле. Патронат ЮНЕСКО позволил фестивалю формировать новые и расширять уже имеющиеся каналы взаимодействия творческого сообщества, получить доступ к лучшим образцам национальных культур и традиций и культурному наследию стран мира. Такое взаимодействие, при активной поддержке различных спонсоров, также привело к взаимодействию со структурным подразделением Institut Francais в России и иными некоммерческими организациями.

Таким образом, вышеперечисленные проекты – лишь некоторые из большого количества реализуемых либо непосредственно ЮНЕСКО, либо при поддержке ЮНЕСКО. Так или иначе, но все организаторы этих творческих проектов, с участвующими в них некоммерческими организациями, направляют свои усилия на решение как крупных и масштабных, так и локальных социальных, экономических, экологических и иных задач, руководствуясь принципами межкультурного сотрудничества и ведения социального предпринимательства.

Список литературы

Астафьева О.Н. Развитие диалоговых моделей ЮНЕСКО и их включение в стратегии культурной политики // Лики культуры в эпоху социальных перемен [Текст] : материалы Всероссийской с международным участием научной конференции, 23–24 марта 2018 г., Екатеринбург/ Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина ; Урал. гос.

* #KeepGirlsInSchool – An initiative by P&G-Whisper and UNESCO New Delhi. URL: <https://en.unesco.org/node/334901> (дата обращения: 22.10.21)

пед. ун-т ; под ред. Н. Б. Кирилловой и [и др.] – Екатеринбург : [б. и.], 2018 – 348 с. С.7 – 13 [Электронный ресурс]

4. Вайнер В. Экология. Образование. School of UNESCO Chair Earthen Architecture in Korea. RB-RUSBASE. URL: <https://rb.ru/opinion/9-cases/> (дата обращения: 22.10.21)
5. Advancing health and well-being of adolescents in Upper Primary, Secondary and Senior Secondary schools. URL: <https://en.unesco.org/fieldoffice/newdelhi/schoolstamilnadu> (дата обращения: 22.10.21)
6. Centre for Water Law, Policy and Science. URL: <https://www.dundee.ac.uk/water> (дата обращения: 22.10.21)
7. Media and Gender Development in India (MAGDI): Capacity building and impact acceleration partnership with UNESCO. URL: <https://en.unesco.org/en.unesco.org/fieldoffice/newdelhi/inaction/maar> (дата обращения: 22.10.21)
8. SAP и ЮНЕСКО окажут экспертную поддержку социальному предпринимательству. IKSMEDIA.RU. URL: <http://nb-forum.ru/news/sap-i-yunesko-okazhut-ekspertnuyu-podderzhku-sotsialnomu-predprinimatelstvu> (дата обращения: 22.10.21)
9. UNESCO Asia-Pacific Regional Bureau for Communication and Information. URL: <https://uia.org/s/or/en/1100060363> (дата обращения: 22.10.21)
10. UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education. URL: <https://bangkok.unesco.org> (дата обращения: 22.10.21)
11. #KeepGirlsInSchool – An initiative by P&G-Whisper and UNESCO New Delhi. URL: <https://en.unesco.org/node/334901> (дата обращения: 22.10.21)

Левицкая Анастасия Николаевна

Руководитель проектов
Функциональная группа управления площадками
ООО «МТС Энтертейнмент»
Студентка магистерской программы
«Управление в сфере культуры, образования и науки»
ИГСУ РАНХиГС

Формирование рынка государственно-частного партнерства с крупными компаниями в культурно-развлекательном сегменте: особенности и факторы привлекательности

В современном мире развлекательные услуги становятся все более востребованными. Несмотря на то, что они не относятся к услугам первой необходимости, спрос на развлечения интенсивно растет, и это благоприятно отражается на развитии рынка культурно-развлекательных услуг.

Под рынком культурно-развлекательных услуг следует понимать совокупность существующих и потенциальных потребителей с соответствующими запросами и интересами, потребляющими данные услуги с целью приобщения к миру культуры и искусства и получения эстетического удовольствия во время проведения досуга.

В свою очередь, развлекательная услуга – совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на удовлетворение потребностей в процессе и в целях развлечения. Среди характерных черт сферы развлечений можно выделить следующие:

- спрос на развлечения на традиционном рынке можно определить как эластичный по доходу. Он связан с необязательными расходами, и поэтому очень подвержен влиянию изменений в доходах потребителей;

- снижение покупательской способности населения вызывает структурные изменения рынка развлечений. В таком случае можно наблюдать, так называемый, эффект замещения, который проявляется в замене более дорогих услуг менее дорогими. Также немаловажную роль начинает занимать интернет ввиду своей финансовой доступности;

- предприятия, занимающиеся сферой развлечений, по существу, организуются коммерческими структурами (кинотеатры, дискотеки, боулинг) – это обусловлено высокой оборачиваемостью капитала и относительно не сложными и наукоемкими технологиями и оборудованием. Государство и некоммерческие организации, зачастую, «опекают» не оплачиваемые или лишь частично оплачиваемые развлечения (планетарии, музеи, государственные зоны отдыха, парки);

- размытость границ рынка развлечений, обусловленная присутствием развлекательного компонента во многих сферах и направлениях деятельности;
- наличие видовой конкуренции;
- в структуре ресурсов развлекательного сервиса важное значение приобретает «человеческий капитал». Субъективные особенности людей, производящих услуги, нередко оказывают решающее влияние на качество услуги, определяют уровень услуг, степень удовлетворения клиентов, в конечном счете – прибыль фирмы. Особое значение имеют талант, умственные и психологические способности, глубокие знания и квалификация, художественный вкус и знания.*

Наиболее существенным фактором динамичного развития рынка развлекательных услуг является увеличение доли свободного времени в структуре общего бюджета времени индивида. В начале XX в. в индустриально развитых странах произошел рост удельного веса свободного времени в общем бюджете времени трудящегося населения за счет сокращения периода занятости, расходуемого на трудовую деятельность, так как в индустриальном производстве рабочий день стал нормироваться и у работника появилось фиксированное свободное время в конце дня, недели, ему стал предоставляться ежегодный отпуск. Тенденции роста количества свободного времени и изменения структуры досуга прослеживаются по настоящее время.

Следует отметить, что в России также увеличивается количество свободного времени трудящихся и изменяется структура времяпрепровождения. Такая тенденция положительно сказывается на развитии рынка развлекательных услуг в России, поскольку удовлетворение потребности в активном проведении досуга возможно благодаря существованию и значительному расширению предложения на данном рынке.

Заметим также, что развлечения востребованы всегда, в любую эпоху, так как потребность в отдыхе и релаксации обусловлена физиологическими и психологическими особенностями человеческого организма. По мере развития общества изменению подвергаются как количество свободного времени, так и способы организации и содержание досуга.**

В настоящее время реализация развлекательных услуг происходит в условиях рынка. Рынок развлекательных услуг представляет собой совокупность социально-экономических, правовых и организационных отношений между потребителями и производителями развлекательных услуг в процессе их купли-продажи. Рынок развлекательных

* Свириденко Ю.П. Сфера услуг: Проблемы и перспективы развития / Под ред. Ю.П. Свириденко. Т. 3. Особенности функционирования отдельных отраслевых групп услуг. – М., 2001. – С. 493-497.

** Развлекательная культура России. Очерки истории и теории / Ред. Е.В. Дуков. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2017. – 522 с.

услуг функционирует по всем правилам и законам, присущим рыночному механизму.

Наиболее существенными и важными характеристиками данного рынка, как и любого другого, являются спрос и предложение, которые позволяют осуществлять связь между продавцом и потребителем развлекательных услуг. Спрос на такие услуги зависит от ряда факторов, наиболее значимыми из которых можно считать количество свободного времени, платежеспособность населения, сезонную составляющую, потребительские предпочтения и др. На формирование предложения развлекательных услуг оказывают влияние такие факторы, как уровень издержек производства развлекательных услуг, интенсивность развития технологий, используемых для оказания развлекательных услуг, количество субъектов на данном рынке, сезонная составляющая и т.д.

Рынок развлекательных услуг играет важную роль в экономической и социальной сферах, так как он влияет на структуру общественного производства (для функционирования развлекательных учреждений необходимы соответствующее оборудование, научно-технические разработки и т.д.); благотворно воздействует на занятость населения через создание рабочих мест; способствует экономическому развитию страны (региона) посредством привлечения иностранных потребителей развлекательных услуг и предостращает утечку отечественного капитала за рубеж, предоставляя местному населению конкурентоспособные развлечения; формирует модель поведения человека, отвечающую соответствующему этапу развития общества; способствует оздоровлению населения и профилактике ряда заболеваний через предоставление спортивно-развлекательных услуг и т.д.

Таким образом, значимость рынка развлекательных услуг для общества заключается в том, что он способствует интеграции множества аспектов социальной жизни человека и вследствие этого играет важную роль в процессе формирования у него представления о полноте своего существования в окружающем мире; создает возможность для удовлетворения культурно-досуговых и духовных потребностей людей, а также оказывает рекреационное, воспитательное, оздоровительное и развивающее воздействие на развитие общества; содействует формированию досуговых предпочтений доминирующей части населения страны; благотворно влияет на развитие туризма путем привлечения туристских потоков в страну (регион).

В настоящее время российский рынок развлекательных услуг находится в стадии становления и развивается хаотично, преимущественно ориентируясь на зарубежный опыт функционирования структур, имеющих отношение к регулированию или непосредственному предоставлению такого рода услуг. В связи с возрастающим воздействием российского рынка развлекательных услуг на различные аспекты социально-экономической жизни общества требуется решение ряда

конкретных задач, среди которых можно выделить следующие: раскрытие сущности функций развлекательных услуг, определение основных тенденций развития рынка развлечений, выявление и оценка ресурсов предоставления развлекательных услуг, определение факторов, оказывающих влияние на развитие рассматриваемого рынка, и т.д.

В настоящее время основные тенденции развития российского рынка развлекательных услуг заключаются в следующем:

- происходит интеграция развлечений, т.е. создаются универсальные развлекательные центры с многофункциональной ориентацией;
- расширяется ассортимент развлечений, что является результатом принятия мер по ликвидации эффекта унификации рекреационного состояния потребителей развлекательных услуг;
- в развитых странах отмечается повышение культуры развлечений; в странах, где рынок развлекательных услуг находится в стадии становления, наоборот, имеет место тенденция их дегуманизации;
- существует неопределенность в вопросах лицензирования и сертификации развлекательных услуг, а также в вопросах законодательного регулирования деятельности развлекательных учреждений;
- прослеживается тенденция интеграции национальных рынков развлекательных услуг в глобальную систему организации досуга.*

Развитие отраслей социальных услуг служит важнейшим фактором социального и экономического прогресса, как с точки зрения формирования новых качеств потребителя и работника, так и с точки зрения вклада в совокупный продукт региона.

Среди проектов государственно – частного партнерства с крупными компаниями в культурно – развлекательном секторе можно выделить две крупные компании – МТС и Сбербанк России.

Данные компании мыслят экосистемно, в системе не только их основные виды деятельности Связь и Банк, а технологии и Entertainment (концертные залы/арены, мероприятия, киносервисы, музыка и прочее). Развитие в Компаниях как Entertainment бренда повышают эффективность привлечения новых клиентов.

Эмоции от Entertainment- гарантия наличия ценностей для клиента в экосистеме Компании и создания привязанности к бренду и лояльности. Формат потребления Entertainment контента способствует увеличению частоты взаимодействия клиентов с экосистемой.

«МТС Энтертейнмент» — дочерняя компания МТС, созданная для развития проектов в сфере развлечений и управления активами компании в этом сегменте. Компания определяет стратегическое развитие активов, координирует их взаимодействие, обеспечивает раз-

* Стальная В. Индустрия развлечений: тенденции развития // Маркетинг. – 2019. – № 4. – С. 91-104.

вите синергий и экосистемных эффектов. В периметр управления «МТС Энтертейнмент» вошли в том числе билетные сервисы «Тикетлэнд» и «Пономиналу», портал и приложение «МТС Live», проект МТС Live Арена, МТС Live Холл и другие проекты.

Среди успешных проектов сотрудничества можно выделить:

- Титульное спонсорство в рамках концертной площадки между ПАО МТС и ООО Амфион (в пакет спонсорства входит нейминг, оснащение технологиями концертного зала и прилегающей территории, облагораживание прилегающей территории). МТС Live Арена – многофункциональный зрелищный центр вместимостью 11 000 человек вблизи развивающегося ИЦ «Сколково». Проект является результатом совместной работы компаний ООО «Амфион», АО «Корпорация А.Н.Д.» и международного партнера Anschutz Entertainment Group (AEG). МТС Live Арена получила свое название в рамках соглашения о титульном партнерстве, заключенного ООО «Амфион» с ПАО «МТС» (АФК «Система»), крупнейшим телекоммуникационным оператором и провайдером цифровых услуг в России. МТС планирует оснастить концертно-зрелищный комплекс современными цифровыми технологиями. Планируется до 140 мероприятий в год, до 700 000 посетителей в год, 20 лож, 18 барных зон, 15 лаунжей, 90 точек продаж.*

- Партнёрство ПАО МТС и АО «Уральский выставочный центр» (в партнерство входит нейминг, оснащение технологиями концертного зала). Ведущая российская компания по предоставлению цифровых, медийных и телекоммуникационных сервисов, и АО «Уральский выставочный центр» подписали соглашение о совместном развитии концертно-развлекательной деятельности в регионе. В рамках партнерства конгресс-центр «Екатеринбург-ЭКСПО» получит название «МТС Live Холл», и на этой площадке МТС будет организовывать концерты самых популярных артистов и гастроли актуальных шоу, обеспечит площадку современным билетным программным обеспечением и откроет интерактивные зоны для посетителей. Это даст возможность населению покупать билеты без сервисных сборов на МТС Live и пользоваться специальными предложениями и привилегиями экосистемы МТС, в частности, программ лояльности МТС Premium и МТС Cashback, а также получать дополнительные скидки и бонусы при посещении мероприятий. Партнерство с одной из самых современных концертных площадок России станет закономерным шагом в развитии энттертейнмент бизнеса МТС и раскроет потенциал взаимодействия проектов в сфере развлечений — от управления билетными сервисами и работы с артистами до организации собственных мероприятий и развития сети площадок под брендом МТС.

- Министерство культуры РФ и Сбербанк активизируют механизмы государственно-частного партнерства в рамках национально-

* www.mts.ru

го проекта «Культура». В числе направлений государственно-частного партнерства Минкультуры России и «Сбербанка» в рамках нацпроекта – привлечение частного капитала и поиск решений по финансированию реновации, строительства и реконструкции учреждений культуры, внедрение цифровых технологий в культурное пространство, создание специальной программы спонсорства ведущих российских театров и музеев, проведения фестивалей, спектаклей, концертных программ, производства фильмов, реставрации исторических памятников».

Механизм ГЧП обладает рядом факторов, способных заинтересовать как публичного партнера, так и инвесторов. Для государства использование ГЧП позволяет привлекать компетенции, опыт и средства инвесторов для решения задач по развитию инфраструктуры и различных секторов экономики, обеспечению социальной стабильности.

Положительный эффект для государства от реализации, например, инфраструктурных ГЧП-проектов, заключается как в модернизации самих объектов инфраструктуры, так и в дополнительных налоговых поступлениях в бюджет.

Дополнительными стимулами для государства использовать механизм ГЧП являются: необходимость обновления изношенных объектов инфраструктуры и стратегические планы по реализации крупных инфраструктурных проектов, необходимость сокращать бюджетные расходы в условиях сложной экономической ситуации.

Для бизнеса основные факторы привлекательности участия в ГЧП-проектах связаны с возможностью обеспечить возврат вложенных инвестиций и приобрести компетенции в сфере реализации проектов ГЧП, что в перспективе положительно скажется на репутации инвестора и позволит ему участвовать в будущем в более крупномасштабных проектах. В текущих условиях дороговизны заемных средств и сокращения бюджетных расходов наиболее привлекательными для инвесторов становятся самокупаемые проекты.

Основной фактор привлекательности механизма ГЧП для государства связан непосредственно с задачами и целями государства по развитию инфраструктуры, а также обеспечению социальной стабильности и удовлетворению нужд граждан.

Для эффективного решения данных задач в рамках ГЧП государству целесообразно привлекать компетенции, опыт и средства инвесторов.

Для государства дополнительными стимулами применения ГЧП являются:

- Стратегические планы по реализации проектов мирового масштаба. Это требует привлечения частного капитала и профессиональных компетенций квалифицированных инвесторов.

- Необходимость сокращать бюджетные расходы в условиях сложной экономической ситуации в стране вынуждает государство искать внебюджетные источники финансирования.

- Высокая степень износа многих объектов инфраструктуры повышает социальные риски, что вынуждает государство привлекать дополнительные объемы инвестиций в совершенствование инфраструктуры.

Очевидно, что для бизнеса основные факторы привлекательности участия в ГЧП-проектах связаны с возможностью обеспечить возврат вложенных инвестиций и приобрести компетенции в сфере реализации проектов ГЧП.

Приобретение опыта реализации ГЧП-проектов и стремление закрепитесь на развивающемся рынке ГЧП (в перспективе это положительно скажется на репутации инвестора и позволит ему участвовать в будущих крупномасштабных проектах) является важным стимулом для частных инвесторов участвовать в ГЧП-проектах. Уровень выгоды для инвестора зависит от конкретного проекта, схемы его реализации и условий контракта.

При использовании механизмов ГЧП рентабельность инфраструктурных проектов достигается как для публичной, так и для частной стороны.

Список литературы

1. Абанкина Т.В. Развитие государственно-частного партнерства в сфере культуры // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2018. -№2.
2. Айрапетян М.С. Зарубежный опыт использования государственно-частного партнерства // Государственная власть и местное самоуправление. – 2019. – № 2.
3. Алпатов А.А., Пушкин А.В., Джапаридзе Р.М. Государственно-частное партнерство: Механизмы реализации – М.: Альпина Паблишерз, 2018.
4. Белозор А. Ф. Социальное партнерство государства и бизнеса как инструмент реализации российской культурной политики // Вопросы культурологии. – 2018. – № 3. – с. 45–47.
5. Водолазский С.В., Щукин Е. Ю. Государственно-частное партнерство как основа формирования кластеров // Молодой учёный – 2012. – № 4.
6. Домнина. С. В. Проблемы управления объектами культурного наследия / С. В. Домнина, М. А. Муратова // Экономика и управление собственностью. – 2013. – № 4. – С. 54–56
7. Ершов Н.Н. Сущность и роль государственного управления в развитии сферы культуры. // Вестник РАЕН. – 2019. – № 1.

8. Истратий, Е. М. Государственно-частное партнерство в сфере культуры / Е. М. Истратий. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 22 (260). – С. 542-544.
9. Колтынюк Б.А. Инвестиционное проектирование объектов социально-культурной сферы: учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2020.
10. Мочалышков В. Н. Государственно-частное партнерство: отечественный опыт, мировые тенденции, вектор развития для России. М.: Экономика, 2019. С.45.
11. Нагорная М.С., Шевцова В.В. Зарубежный опыт государственно-частного партнерства в сфере культуры // Вестник совета молодых учёных и специалистов Челябинской области. – 2017. – № 4 (19). – Т. 4.
12. Нагорная М.С., Шевцова В.В. Практика государственно-частного партнёрства в сфере сохранения культурного наследия России. Управление в современных системах №1(17) 2018.
13. Стальная В. Индустрия развлечений: тенденции развития // Маркетинг. – 2019. – № 4. – С. 91-104.
14. Ярошенко Н.Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве России. Вестник МГУКИ. 2016. №3. С.122-132.

Электронные ресурсы

www.mts.ru

www.sberbank.ru

www.amfion.info



**Ресурсы
творческих индустрий
в развитии
культурной среды территорий**

Влияние культурных индустрий на развитие современного перформативного искусства в регионах

Искусство в регионах, особенно более современные его виды, такие, как искусство перформанса, современная хореография, уличное творчество, медиа-арт и другие разновидности действенного искусства, интересуют и вдохновляют многих исследователей искусства и культурологов, продюсеров и организаторов фестивалей. Вопрос развития перформативного искусства в регионах и влияния на него культурных индустрий актуален, во-первых, поскольку сама сфера современного действенного искусства находится на стадии формирования в данный исторический момент времени, а географическое расположение регионов свидетельствует об отдаленности от эпицентра культурных событий, а стало быть, о меньшей насмотренности зрителей и художников, и некоторой вторичности, либо наоборот, самобытном пути развития. Во-вторых, поскольку регионы составляют значительную часть территории нашей страны, было бы некорректно ориентироваться только на столичные культурные практики, оставляя большой пласт творческого населения в аутсайдерах. В-третьих, это вечный вопрос полярности и единства культурных институций и отдельных личностей, степени увлеченности и осознанности которых достаточно для того, чтобы преодолевать сложности, связанные с множеством факторов, влияющих на современное перформативное искусство, создающих определенный вектор направленности и диктующих условия для выбора темы, места действия, способа репрезентации и фокуса внимания. К ним относятся наличие культурного поля, продуктом которого непосредственно являются культуротворческие институты и индивидуальные авторы, а также религиозные, этнографические факторы, социальный фон, научные сообщества. В статье обозначена проблематика данной области на основе интервью с творческими деятелями и рассмотрены варианты развития событий.

А.Я. Флиер определяет культурные индустрии, как «производство непосредственно культурных или в существенной мере культурно отрегулированных феноменов, которое является более или менее массовым по своим объемам и высоко стандартизированным по большинству своих характеристик»^{*}, подчеркивая, что такие признаки, как массовость и стандартизированность являются наиболее характерными для культурных индустрий и отличают их от культурного творче-

* Флиер А.Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». №3. 2012 // Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (дата обращения 01.10.2021).

ства, являющегося по сравнению с индустриальным более оригинальным, авторским и штучным. Перформативное искусство однозначно претендует на эксклюзивность, оригинальность, инновативность и авторское начало. По словам пермского деятеля культуры, танцовщика, перформера Владимира Кирьянова, перформанс – это способ остаться самим собой, возможность высказаться по-настоящему: «После многих лет работы в репертуарном театре хочется искренности, исповедальности, новой чувственности. Это опыт репрезентации себя как личности, отказ от иллюстративности. Если говорить языком метафор, театральная история – проповедь, перформанс – исповедь».

Максим Коцкий, участник проекта Таэт Vremya, говорит в своем интервью для <https://bash.today/>: «Живешь среди людей, находишь что-то сокровенное в том, что нас всех беспокоит, поднимаешь ранее не высказанную проблему, метафоризируешь это пластикой своего тела. Вот это и есть настоящее искусство перформанса. То есть мы проходим все те же этапы создания произведения художником, только вместо кисти и холста у нас собственное тело»*.

Дмитрий Щебет, представитель проекта Apache Crew: «Львиная доля, ради чего мы это все делаем – ради честности, просто ради открытого слова, свободного самовыражения... Хочется, чтобы было меньше самолюбования, а больше личности. Нужно, чтобы танцоры ставили себе вопросы и отвечали на них. Делали выводы, меняли себя и мир вокруг. Влияли на культуру, в конце концов»**.

Из вышесказанного можно сделать вывод о выявлении одной из проблем – дихотомии эксклюзивное/индустриальное, где индустриальное представляется неким конвейером, штампующим партии одинаковых продуктов, характеризующихся общими признаками, серийностью и универсальностью, а эксклюзивное является уникальным результатом индивидуального творческого процесса, не ограниченного рамками стандартов и, что важно для действенного искусства, оставляющего себе право на эксперимент. Анна Козонина в своей книге «Странные танцы» упоминает о том, что современные художники и их работы «больше ориентированы на исследовательский процесс, чем на производство «работающего продукта» и воспроизводство проверенных приемов создания хореографии, драматургии и воздействия на аудиторию»***, что еще раз подтверждает их выход за рамки конвенциональности.

Столичные художники и творцы имеют больше возможностей и свобод, к которым относятся большее разнообразие творческой среды, многообразие деятелей, создающих общее пространство современного искусства, возможность участия в различных проектах, часто

* Интернет-журнал <https://bash.today/>

** Интернет-журнал <https://bash.today/>

*** Козонина А. Странные танцы. Теории и истории вокруг танцевального перформанса в России.

организуемых культурными институциями, и вообще более развитое по сравнению с региональным институциональное обеспечение распространения новых видов искусства, наличие более открытого к новациям, подготовленного зрителя. Насколько преодолимы вопросы и проблемы, создающие ограничения для развития современного перформанс-арта в регионах, с чем сталкиваются художники и артисты в небольших городах, а главное, какие пути развития и возможности для воплощения своих идей находят деятели современного искусства, лучше всего изучать на живых примерах людей, имеющих непосредственное отношение к этой сфере, действующих и творящих на территории современного искусства.

Начиная свой творческий путь, молодой художник или артист в первую очередь столкнется с вопросом пространства, где он сможет репрезентировать результат своей работы. Во многих региональных центрах существуют различные творческие площадки и культурные институции, такие, как Государственный Центр Современного Искусства (филиалы которого есть в Екатеринбурге, Калининграде, Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге, Владикавказе и Томске), пермский Музей Современного Искусства PERMM, Сибирский Центр Современного Искусства в Новосибирске, краснодарский Институт Современного Искусства, Владивостокский арт-кластер «Заря», Инновационный Культурный Центр в Калуге, Кировский КЦ «Пятый этаж», занимающиеся организацией творческой деятельности и помогающие молодым художникам. Кроме них существуют иные арт-пространства, которые могут стать постоянным местом организации перформативных выступлений. Помимо стационарных центров существуют проекты и фестивали, в которых можно принять участие, если формат и тематика подходит представленным направлением: к наиболее известным и значимым фестивалям, проходящим в регионах, относятся пермский RemПуть, омский «Ноябрь. Всюду жизнь», «48 часов Новосибирск», «Уральская Биеннале». Фестивальная история представляется перспективным вектором как для художников с точки зрения возможности быть увиденными, услышанными, проявленными в пространстве искусства, так и для места действия фестиваля: города, где он будет базироваться – с позиции формирования уникальной художественной среды, и для зрителей – как способа быть причастными к созданию общекультурного фона и развивать собственное видение, мнение, предпочтения.

К «темным» сторонам фестивальной и проектной деятельности относится их редкость, а то и вовсе одноразовость, что, конечно имеет свои причины, связанные с организационными моментами, финансированием, условиями проведения и тому подобными факторами. Неудобство в данном случае связано с тем, что, во-первых, в ситуации, когда художник не имеет постоянной площадки для репетиционной деятельности и выступлений, он попросту лишается возможности творить и развиваться, что неизбежно ведет к застою, а иногда и к прекращению творческой деятельности как таковой, либо просто жи-

вет от проекта до проекта, занимаясь другой деятельностью, что тоже не особо способствует творческому поиску. Для художников в данном случае не остается иных вариантов, кроме личных связей и договоренностей с площадками. Во-вторых, современное искусство в редких случаях финансируется регулярным образом, в основном это разовые оплаты, а то и вовсе личные инициативы, в результате талантливые художники вместо того, чтобы заниматься творчеством, вынуждены искать способы выживания, поскольку материальность мира никто не отменял, и даже самые талантливые творцы должны что-то есть, где-то жить, покупать одежду и т.д. Это одна из самых остро-стоящих проблем современного искусства, ибо труд художника девальвируется, а стало быть, ставится под вопрос сама необходимость такого рода искусства.

Помимо обозначенных проблем, возвращаясь к теме культурных индустрий, вспомним, что одним из признаков таковых является массовость, тиражность. «Техническое тиражирование произведений элитарной культуры в качестве товара «престижного потребления», для массовой социальной среды»^{*}. Это довольно сложно себе представить, если речь идет, например, о танцевальном перформансе. Скорее это применимо, например, к понятию моды, а именно, дизайнерских коллекций, чьи аналоги представлены в большом количестве в магазинах масс-маркета, или о копиях произведений великих художников, выполненных в виде постеров. В случае перформативных мероприятий о тиражности следует говорить в другом ключе – в плане распространения информации о мероприятии с целью привлечения зрителей, просветительской миссии, популяризации перформанса как жанра. И здесь также проявляется проблема, связанная с финансированием. Зачастую широкоформатные фестивали имеют достаточно ресурсов и финансовых возможностей для запуска рекламной кампании, создания брендированной продукции, информационной поддержки и привлечения дополнительных средств в лице спонсорской помощи, что, безусловно, способствует их популяризации, и в этом случае вопрос тиражности решается сам собой, чего нельзя сказать о низкобюджетных проектах и проектах, организуемых на личных началах.

Существует один трудоемкий, но вполне рабочий способ – получение гранта. Но и здесь есть ряд условий и ограничений: гранты не выдаются физическим лицам, лучше всего быть НКО, это, по словам Владимира Кириянова, та форма, с которой можно работать, привлекая интересных людей. Кроме того, грант может быть выдан на какую-то конкретную статью расходов, например, только на оплату площадки, в этом случае гонорар приглашенных артистов, бюджет на рекламу и

* Флиер А.Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». №3. 2012 // Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (дата обращения 01.10.2021).

прочие расходы должны будут оплачиваться с дополнительно привлеченных средств, например, с продажи билетов, которые в свою очередь зависят от степени готовности зрителей платить за новое, неизвестное, неконвенциональное искусство. В этом дискурсе было бы логично предположить, что некая регулярная история, например, предоставление свободной площадки или арт-пространства хотя бы раз в неделю для выступлений творческих единиц, могло бы оказать существенную поддержку для развития искусства в регионе. Помимо регулярной сценической деятельности, вероятности заработка хотя бы в формате донатов, у художников появится возможность привлекать к сотрудничеству артистов из смежных сфер: видео-и саунд-арта, начинающих режиссеров, художников по свету, научных исследователей, создавать коллаборации с дизайнерами, приглашать блогеров, тем самым привлекая и направляя творческую молодежь. Приведем в пример арт-платформу Cube Moscow, внезапно ставшей сверхпопулярной среди молодой аудитории, состоящей преимущественно из блогеров и тик-токеров, благодаря необычным экспозициям, которые использовались ими в качестве эффектного фона для видеороликов. Результатом такого неожиданного взаимодействия стала, во-первых, популяризация арт-платформы в интернет-пространстве, во-вторых, проведение специальных образовательных экскурсий и, как следствие, интеграция современного искусства в поле интересов и знаний молодежи, в-третьих, тиражируемость в соцсетях, то есть, непосредственное влияние культурных индустрий на область современного искусства. Таким образом, мы видим, что деятелям нового искусства имеет смысл объединяться и сотрудничать с лидерами мнений, в том числе, из поп-пространств, как минимум, ради интеграции вопроса искусства перформанса в общественный дискурс, как максимум, по той причине, что из этого взаимодействия могут возникнуть новые продуктивные идеи.

Но не будем забывать, что сфера современного перформативного искусства в регионах все же развивается, и развивается стабильно, не в последнюю очередь благодаря такому явлению, как кураторство. Спрос, как известно, рождает предложение, и социальный запрос художников также нашел незамедлительный отклик. Существует целое направление кураторства в современном искусстве со своими образовательными программами, например, магистерская программа «Практики кураторства в современном искусстве», открытая в 2019 НИУ ВШЭ и Музеем современного искусства «Гараж», «Кураторство проектов актуального искусства» Московского Музея Современного Искусства. Выпускники подобных программ могут существенно повлиять на региональные культурные контексты.

В статье мы рассмотрели проблематику поля современных перформативных практик и влияния на них культурных индустрий, а также обозначили пути решения и варианты развития событий. Следует

признать, что перформативное искусство является индивидуализированным творческим актом, ценность которого не определяется рациональными экономическими мерками, в то время, как культурные индустрии предполагают массовость, тиражность и общедоступность, что не исключает их воздействия на формирование перформативного искусства. Наиболее перспективным выходом из трудностей, связанных с отсутствием финансирования и сравнительно небольшой популярностью среди зрительской аудитории представляется поиск новых форм творческого взаимодействия, коллаборации с городскими площадками и кураторские программы, а также взаимовыручка художников и артистов, творящих в пространстве современного искусства в регионах. Новые виды искусства, находящиеся на стадии формирования, – это уязвимая субстанция, нуждающаяся в поддержке со стороны устоявшихся культурных индустрий и структур, по словам К. Циолковского, «новые идеи надо поддерживать, немногие имеют такую смелость, но это очень драгоценное свойство людей».

Список литературы

1. Галкин Д.В. Развитие современного искусства в регионах России: глобальный контекст и локальные проекты // Вестник Томского государственного университета. 2015. №397. С.65-74.
2. Козонина А. Странные танцы. Теории и истории вокруг танцевального перформанса в России. М.: Музей современного искусства «Гараж». 2021. 244 с.
3. Куклина А. О специфике перформативных практик в развитии сибирского и томского современного искусства (Новая вещественность как возможный художественный тренд в современном искусстве Томска-2) // Режим доступа: <https://syg.ma/@anastasiia-kuklina/o-spietsifikie-pierformativnykh-praktik-v-razvitii-sibirskogho-i-tomskogho-sovriemiennogho-iskusstva> (дата обращения 01.10.2021)
4. Липовецкий М. Перформансы насилия: «Новая драма» и границы литературоведения // НЛО. №1. 2008 // Режим доступа: <https://magazines.gorky.media/nlo/2008/1/performansy-nasiliya-novaya-drama-i-graniczy-literaturovedeniya.html> (дата обращения 01.10.2021).
5. Осминкин Р.С. Партиципаторное искусство: от «эстетики взаимодействия» к постпартиципаторному искусству // Обсерватория культуры. № 1(2). 2016. С.132-139.
6. Фишер-Лихтер Э. Эстетика перформативности / Пер.с нем. Н. Кандинской, под общ. ред. Д.В. Трубочкина. М.: Международное театральное агентство «Play&Play» – Издательство «Канон+». 2015. 376 с.

7. Флиер А.Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». №3. 2012 // Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (дата обращения 01.10.2021).
8. Интернет-журнал <https://bash.today/>
9. Интернет-журнал <https://discours.io/>
10. Интернет-журнал <https://www.the-village.ru/>

Куварзина Юлия Юрьевна

эксперт Делового клуба «Наследие и экономика»,

Лисицкий Андрей Викторович

кандидат культурологии, директор Библиотеки им. Ф.М. Достоевского (Москва)

Гений места – технологии и практика работы с ресурсом наследия. Проект «Детский Достоевский»



В 2021 году отмечается юбилей великого русского писателя – 200-летие со дня рождения Ф.М. Достоевского, который родился 11 ноября 1821 года в Москве и прожил в ней до 16 лет. Как же рассказать детям и их родителям про «московское измерение» Достоевского?

Если задать вопрос любому горожанину на улицах Москвы: «С каким городом у нас ассоциируется Ф.М. Достоевский?» 99%, не задумываясь, ответят: «С Санкт-Петербургом!». И это – совершенно логично, потому что многие произведения великого русского писателя не только созданы в Петербурге, но пронизаны его духом, насыщены его «кровью и плотью». Но при этом есть и полузабытый, находящийся в тени – Достоевский «московский». И «Москва Достоевского» чрезвычайно важна для понимания личности автора, поскольку именно здесь он формировался как личность, в него закладывались определенные ценности, отношение к жизни, искусству, литературе, людям, Богу. Москва Достоевского – дом его детства, семья и круг родственников, к которым он потом не раз приезжал в разные периоды своей жизни. Это – масса эпизодов в его произведениях. Это – любимые с детства места, по которым он, в качестве гида водил свою жену. Наконец, Москва – место, где находится могила его матери. А если брать шире – в нашем настоящем «Московский регион» (Москва и Московская область), то это – ещё и село Даровое под Зарайском (тогда – Тульская губерния). В нём прошли самые счастливые дни его детства и случилось одно из самых печальных событий – смерть отца. Всё это вместе создает мощнейший и интереснейший пласт материального и нематериального наследия, к которому можно прикоснуться и узнать много нового и захватывающего, не только про классика русской литературы, но и про столицу 20-80-х годов XIX века. Но многие ли из нас хорошо знают или слышали про именно вот этого, «Московского Достоевского»? Ответ – очевиден: немногие.

И еще один вопрос, который возникает в ходе этих размышлений – а кому и зачем в вечно спешащем мегаполисе это нужно? Мы, авторы проекта – А. Лисицкий и Ю. Куварзина – решили, что, прежде всего, это нужно детям и их родителям. Сам Фёдор Михайлович, при этом, может быть гениальным гидом, проводником для подростков в мир Москвы 20-30-х годов XIX века. Достоевский «поможет» этой целевой

аудитории не только лучше узнать и «присвоить» город, в котором они живут, но и начать знакомство с безумно сложным, но захватывающим миром творчества и личности Ф.М. Достоевского. В нем, в этом мире, оказывается, тоже есть произведения для детей и про детей и подростков. Так появилась идея проекта «Детский Достоевский», который позже был поддержан Фондом Президентских грантов. Идея проекта состоит не только в знакомстве с московским детством писателя и путешествии на своеобразной «машине времени» в город его детства. Дети и подростки в нашем начинании не просто пассивные получатели информации, а активно вовлечены в реализацию проекта, создание различных информационных продуктов.

Но, чтобы превратить идею в полноценный проект, в начале, необходимо было выявить культурно-исторические «московские» культурно-символические ресурсы, связанные с Феденькой Достоевским и сформулировать истории, которые будут рассказаны подросткам и их родителям. В данном процессе была использована методика нашего коллеги – президента Делового клуба «Наследие и экономика» Д. Ойнаса – «Ромашка смыслов» (методика создания ментально-эмоциональных карт – гипертекстов на основе местных культурно-символических ресурсов и их связей) (рисунок 1).

Рисунок 1.

Ментально-эмоциональная карта проекта «Детский Достоевский»



В её основе лежит выявление культурно-символических ресурсов, локализованных в конкретном месте, и символического окружения, выбранного героя, формирование «чувственного гипертекста». Их

можно извлечь из воспоминаний о писателе, историко-краеведческой информации этого периода, дневников и произведений и т. д. Всё это дает нам не только представление о Ф.М. Достоевском, как локальном московском и подмосковном «герое», но и материал для проектирования. Смысловые «растяжки» показывают эмоциональные связи с материальным и нематериальным наследием. К примеру, символ «Настоящий огонь» связан с прозвищем Феденьки в детстве. Андрей Михайлович Достоевский вспоминает: «Старший брат Михаил был и в детстве менее резв, менее энергичен и менее горяч в разговорах, чем брат Фёдор, который был во всех проявлениях своих настоящий огонь, как выражались наши родители»^{*}.

Основной площадкой проекта была определена Библиотека им. Ф.М. Достоевского, выступившая одним из его инициаторов. Выбор подростков как «ядерной» целевой аудитории определило формы подачи информации и продукты: интерактивные лекции, встречу с писателями книги о детстве Достоевского «Огонь с Божедомки», экскурсию и мастерские по разработке аудиогuida, путеводителя-раскраски, квиза-викторины. Казалось бы, на первый взгляд, странная идея – сделать Ф.М. Достоевского символическим гидом по Москве XIX века. Но вот что писала А.Г. Достоевская о своем муже: «С удовольствием вспоминаю остальные дни нашего пребывания в Москве. Каждое утро мы отправлялись осматривать достопримечательности города: Кремлёвские соборы, дворец, Оружейную палату, дом бояр Романовых. В одно ясное утро Фёдор Михайлович повез меня на кладбище, где погребена его мать, Мария Фёдоровна Достоевская, к памяти которой он всегда относился с сердечною нежностью. Мы были очень довольны, что еще застали священника в церкви и он мог совершить панихиду на ее могиле. Побывали мы на Воробьёвых горах. Фёдор Михайлович, москвич по рождению, был отличным чичероне и рассказывал мне много интересного про особенности первопрестольной»^{**}. Кстати, «чичероне» – это понятие происходит от известного латинского имени «Цицерон», так тогда называли гидов-рассказчиков.

Интерактивные занятия историка Москвы и замечательного современника «чичероне» Филиппа Смирнова были посвящены быту и московским реалиям первой половины XIX века, который окружал Феденьку и его семью. Каждое занятие сопровождалось не только показом предметов того времени, но их еще можно было потрогать, а иногда даже использовать.

Краеведческие истории легли в основу туристическо-информационных продуктов, которые затем разрабатывали подростки совместно с экспертами. Так, история про Воробьёвы горы была ви-

* Достоевский А.М. Воспоминания. М.: Аграф, 1999. С.44.

** Достоевская А.Г. Воспоминания. М.: Правда, 1987. С. 156

зуализирована детьми на художественных мастерских по созданию путеводаителя-раскраски.

В XIX столетии Воробьёвы горы, впоследствии одно из любимых мест Фёдора Михайловича в Москве, располагались на окраине города. Здесь в выходные и праздничные дни проводились народные гуляния. Сюда приходили семьями со своими самоварами, закуской, удобно устраивались где-нибудь на травке и проводили здесь целый день. Под горой слышались песни, играла гармоника, водились хороводы.

В более позднее время состоятельная публика могла позволить себе отправиться в ресторан Крынкина. Деревянное здание ресторана было выстроено во второй половине XIX-го века и стояло на кромке одного из холмов недалеко от храма села Воробьёва. Крынкин и его наследники превратили ресторан в одно из самых привлекательных мест загородного отдыха.

Закуски в ресторане Крынкина были отменные, славились далеко за пределами города. Например, соленые огурцы русской селекции: клинские, вяземские, муромские и другие. Как только начинали созревать первые огурчики, как мы их сегодня называем корнишоны, начиналась засолка. Рецепт отличался тем, что в бочку закладывалось очень мало соли, но много различных пряностей. Дубовые бочки забивались плотно и по наклонному настилу опускались на дно Москва-реки. Секрет технологии заключался в том, что на дне Москва-реки температура была всегда практически одинаковая, +10 С и весной, и зимой, и летом. Это был естественный холодильник. А поставлялись эти огурцы всего лишь в три места, в три Елисейских магазина. Один в Москве, один в Санкт-Петербурге и один в Париже. И, конечно, в ресторан Крынкина, который на Воробьёвых горах. Понятно, что это – уже реалии более позднего времени, самого конца XIX века, но сам рецепт огурцов – явно гораздо более ранний, родом из детства Ф.М. Достоевского.

На проведение интерактивной части лекций приглашались коллекционеры и представители небольших частных и муниципальных музеев не только Москвы, но и Подмосковья: «Музея уникальных кукол», «Музея русского платка и шали» (Павловский Посад), которые с удовольствием приняли участие в проекте. Иван Николаевич Синюшкин – коллекционер и собиратель сундуков, владелец исторической гостиницы «Усадьба Плешанова» (город Ростов Великий) рассказал ребятам, что с раннего детства до пятнадцати лет братья Фёдор и Михаил Достоевские спали на больших сундуках. Существовали самые разные виды сундуков: типа «матрёшки», когда один сундучок вставлялся в другой; или же особые сундуки-«подголовники», которые подкладывались под голову перед сном, чтобы никто не стянул их вместе с хранившимся в них добром.

Сундук-сейф, которые использовали купцы, в том числе и Нечаевы, был привезен коллекционером на лекцию. Он был весь напичкан «секретами». Когда кто-то из присутствовавших на встрече детей попытался открыть этот сундук ключом, у него ничего не вышло – замок сигнализировал о «чужаке». Только хозяину было известно, где расположена секретная кнопка, на которую нужно нажать для того, чтобы сработал замок. Если же сундук был не такой тяжёлый и вор мог запросто его стащить, то его острейшими саморезами XIX века «элегантным движением руки» прикручивали к полу.

Людмила Владимировна Морозова, директор «Музея уникальных кукол», расположенного на улице Покровка в Москве, показывала детям и подросткам куклы начала XIX века и рассказывала про игры с ними. Отношение к ребёнку в начале XIX века отличалось от привычного нам «мира детства». Его воспринимали скорее, как «маленького взрослого». Куклы были «маленькими дамами», у них имелась богатая коллекция одежды. Для мальчиков предназначались куклы-солдатики со всем обмундированием; пушечки, которые можно было заряжать. У детей из богатых семей были чайные и столовые сервизы; настоящий самовар и печка, которую можно было разжечь, используя щепки в качестве растопки. А при желании, даже кукольный катафалк, чтобы можно было с почестями похоронить отжившую свой век старую сломанную куклу. Позже куклы изменились: у них стали другими пропорции тела, и лица – тоже детскими. И предназначались такие игрушки больше для простой игры, нежели для обучения «взрослой жизни».

Особой задачей для участников одного из занятий стала возможность написать гусиным пером письмо Феденьки Достоевского к своей маменьке. Каждый участник ошпиал и заточил перо, наполнил его чернилами и попробовал написать письмо со следующим подлинным текстом Феденьки:

Апрель (после 20) – начало мая 1834. Москва

Любезная маменька!

Когда Вы уехали от нас, любезная маменька, то мне стало чрезвычайно скучно, и я теперь, когда вспомню о Вас, любезная маменька, то на меня нападет такая грусть, что я никак не могу ее прогнать, если б Вы знали, как мне хочется Вас увидеть, я не могу дождаться сей радостной минуты. Всякий раз, когда я вспомню о Вас, то молю Бога о Вашем здоровьи. Уведомьте нас, любезная маменька, благополучно ли Вы доехали, поцелуйте за меня Андрюшеньку и Верочку. Целую Ваши ручки и пребуду покорный Вам сын Ваш

Ф. Достоевский*.

* Достоевский Ф.М., Полное собрание сочинений. Том XV. Письма 1832-1859. М.: Воскресенье, 2004. С.7

Интерактивные занятия не только дали подросткам и их родителям знания о быте Москвы начала XIX века, но и через эмоции были направлены на создание впечатлений от соприкосновения с предметами и атмосферой того времени. Именно эти личные впечатления позволили формировать у аудитории эмоциональные связи с героем.

Мастерские проекта «Детский Достоевский» несли задачу вовлечения подростков в процесс создания новых информационно-туристических продуктов. Одним из информационно-туристических продуктов стали аудиогиды «Детский Достоевский» и «Дорога в Даровое». В их основу легли воспоминания и заметки современников, литературные произведения, факты из жизни писателя.

Например, одна из точек пути, озвученная детьми-участниками проекта, повествует о месте рождения великого писателя. На платформе *izi.Travel* мы слушаем следующий рассказ: «Больница, к которой мы направляемся, в начале XIX века была необычным явлением. Ведь она была бесплатной для бедных людей. На деньги царской семьи были построены и открыты две большие больницы – в Москве и в Петербурге. Здание выглядит очень величественным, чувствуется рука большого мастера, не правда ли? Так и есть: его архитектор – знаменитый зодчий Кваренги. Архитектор строил в основном в Петербурге, но и в Москве есть его проекты, к примеру – Гостинный двор на Ильинке, возле Красной площади.

Но вернемся к нашей больнице. В старой рукописной книге, среди сотен записей о тех, кто родился и умер в этой больнице, есть запись от 1821 года: “Родился младенец в доме больницы бедных у штаб-лекаря Михаила Андреича Достоевского сын Федор”*. То есть именно здесь и появился на свет наш герой!»

Люди получают эмоциональное воздействие через разные органы чувств, именно на этой основе потом рождается ощущение атмосферы, а эмоции переходят во впечатления. В ходе проекта мы пытались задействовать разные источники впечатлений. Аудиогиды, например, работают со «слухом» путешественников. Чтобы информация была лучше воспринимается подростками, а также с целью вовлечения целевых аудиторий в процесс создания, аудиогид озвучивался именно подростками. При этом заранее подготовленные тексты перерабатывались самими юными участниками в захватывающие истории.

Путеводитель-раскраска «Достоевский в Москве» стал «творческой провокацией» по визуализации историй. Юным художникам, получающим дополнительное образование по рисованию, были предоставлены тексты 8 историй. В чем же состояла эта провокация? В сплаве историй из детства Феденьки Достоевского и техники комиксов или графического романа. Участников мастерских вдохновили

* Нечипоренко Ю.Д., Виноградов А., «Огонь с Божедомки. Московское детство Федора Достоевского». М: Август, 2020. С. 9.

воспоминания о детстве семьи Достоевских и об излюбленных местах москвичей начала XIX века. Конечно, ребята просматривали старые картины, гравюры и фото (тех мест, которые мало изменились на протяжении более поздних десятилетий XIX века) в Интернете, но фантазия у всех работала по-разному.

Например, был «визуализирован» образ няни младших Достоевских. Андрей Михайлович Достоевский так описывает ее в своих воспоминаниях: «Говоря о нашем семействе, я не могу не упомянуть об личности, которая входила в него всю свою жизнь, всеми своими интересами. Это была няня, Алёна Фроловна – Алёна Фроловна была, действительно, замечательная личность, и, как я начинаю себя помнить, не только была в уважении у родителей моих, но даже считалась как бы членом нашего дома, нашей семьи. Она была для женщины довольно высокого роста и притом очень толста, так что живот ее почти висел до колен. Ела она страшно много, но только два раза в день: чай же пила без хлеба вприкуску. Кроме обязанности няни, и то только чистой няни, так как стирка детского белья ею не производилась, она занимала еще обязанность ключницы, которую приняла на себя добровольно и постепенно, чтобы помочь маменьке по хозяйству. Одевалась Фроловна всегда очень чисто и ежедневно была в белых кисейных чепцах и тюлевых нагрудниках. Отличались эти чепцы громадными оборками: бывало, как она идет несколько скорее обыкновенного, то оборки эти так и поднимаются вверх»^{*}.

В семье Достоевских была няня, всеми любимая и уважаемая Алёна Фроловна, умершая в глубокой старости. Она была очень полна и грузна, и Михаил Андреевич часто сам «отворял ей кровь», после чего ей всегда становилось легче, и она говорила, что от этой операции она вся «исчезает». Над ее полнотой и «исчезанием» добродушно подтрунивала вся семья. Ее между собою в шутку называли 45-пудовой гирей, «45-пудовая гиря свидетельствует тебе свое почтение», – пишет Марья Фёдоровна из деревни Михаилу Андреевичу^{**}.

Квиз «Детский Достоевский» стал форматом викторины, как по местам Достоевского в Москве, так и литературным произведениям, в том числе и для детей. Особой сложностью при работе над квизом с магистрантами кафедры культурологии Московского педагогического государственного университета стал подбор материала, который рассказывает как о Москве, так и должен быть знаком школьникам, интересующимся творчеством Ф.М. Достоевского. Но в школьную программу входят всего три произведения: «Мальчик у Христа на Елке», «Белые ночи», «Преступление и наказание». К сожалению, стереотипные подходы к личности писателя часто представляют его в основном в трагичном свете и в постоянных духовных метаниях. Нам было важ-

* Достоевский А.М. Воспоминания. М.: Аграф, 1999. С.26

** Достоевский А.М. Воспоминания. М.: Аграф, 1999. С.91

но показать образ живого человека, который не чурался радости, у которого было замечательное детство в Москве и нынешнем Подмосковье, а не образ «бронзового памятника».

Все информационно-туристические продукты: аудиогиды, квиз, путеводитель и лекции – доступны всем желающим на платформе *izi*. Travel, портале «Узнай Москву», youtube-канале «Библиотека Достоевского» и на сайте проекта: www.dostoevskyfm.ru. 1 июня 2021 г. все участники проекта получили памятные сертификаты.

«Московское измерение» Феденьки Достоевского – это мир мальчика начала XIX века с семейными традициями и ценностями, любимыми книгами, образованием и играми, кулинарными пристрастиями и семейными чаепитиями, прогулками и любимыми местами, первыми потерями близких людей и поддержкой родственников.

Не секрет, что любовь к литературе, потребность в чтении закладываются именно в детстве. Сказки, прочитанные родным маминым голосом перед сном, вовремя и как будто случайно появившаяся на письменном столе среди стопки учебников книга, невзначай рассказанная история из жизни известного писателя, когда и ему было тринадцать лет – всё это кирпичики прочного личностного фундамента. Он призван дать нынешнему поколению силы выдержать позже жизненные передрыжки, возможность принимать ответственные, взрослые решения. Одновременно постепенно формируется приоритет истинных ценностей перед сиюминутными интересами. Именно в детстве формируется, а в подростковом возрасте кристаллизуются, такие качества личности, как способность к сопереживанию, доброте и чуткости; умение размышлять и анализировать; желание помогать тем, кому это необходимо. И как раз этому и может научить нас не только великая русская литература, но и сама судьба Фёдора Михайловича Достоевского, его детство в Москве и Подмосковье.

Список литературы

1. Достоевский А.М. Воспоминания. М.: Аграф, 1999.
2. Достоевская А.Г. Воспоминания. М.: Правда, 1987.
3. Достоевский Ф.М. Собрание сочинений в пятнадцати томах. Том 15. Ленинград: «Наука». Ленинградское отделение. 1988 – 1996.
4. Материалы видеолекций проекта «Детский Достоевский» // Режим доступа: www.dostoevskyfm.ru

Будак Наталья Владимировна

кандидат филологических наук,
исполнительный директор Фонда содействия сохранению
культурного наследия им. К.А. Коровина «Спасем вместе»;

Возрождение дачи первого русского импрессиониста Константина Коровина в деревне Охотино (Ярославская область)

Проект по возрождению дачи первого русского импрессиониста Константина Коровина в деревне Охотино (Переславский городской округ, Ярославская область) был запущен шесть лет назад. Летом 2015 года в деревню Охотино приехала покупать участок москвичка Елена Пешкова. Ее поразил вид заброшенного дома, на котором висела табличка, написанная от руки – «Дача Константина Коровина». Елена обратилась в администрацию района с просьбой заняться этим историческим местом и получила поддержку.

Первый русский импрессионист, театральный художник, литератор с прекрасным чувством языка Константин Коровин в конце XIX века купил участок земли у своего друга, мецената Саввы Мамонтова. В 1905 году он построил дом из сосны, в котором с удовольствием проводил время вплоть до 1922 года. В гостях у Константина Алексеевича бывали художник Валентин Серов, писатель Максим Горький, композитор Сергей Рахманинов, великий бас Федор Шаляпин и многие другие известные люди того времени. Федор Иванович так восхитился этими местами, что выкупил у Коровина большую часть земли и построил по эскизам художника в двух километрах от Охотино свою дачу – терем в стиле «русский модерн»^{*}. Друзья ловили рыбу, охотились, писали картины, разыгрывали друг друга, пели, устраивали театральные сценки. Сохранились подробные рассказы о проведенном в Охотине времени в мемуарах К. Коровина и Ф. Шаляпина.

Именно в Охотине Коровин разработал новый живописный жанр – ноктюрн^{**}. В этом стиле написана одна из самых известных его работ – «Терраса», которая сейчас находится в Таганрогском художественном музее. На картине изображены дочери Федора Шаляпина на веранде охотинского дома поздно вечером при горящих свечах. Всего художник написал здесь около 200 работ.

После отъезда художника во Францию в 1924 году дом был национализирован. Долгие годы здесь располагалась школа, затем дом был отдан под базу отдыха Мытищенского завода монументальной искусства. В это время здание перестраивалось. В 90-х годах XX века, после банкротства завода, дом надолго стал бесхозным. Окна были выбиты, участок зарос сорным кустарником, полы и крыша провалились.

* Ваняшова М. Дачная жизнь Федора Шаляпина // Двойной лорнет. Ярославль, 2018. С. 385-408

** Атрощенко О. Душой живу больше в Охотине.../ Галерея. №1. 2012. С. 24-35

Вот в таком виде его и застала в 2015 году Елена Пешкова. Благодаря ее настойчивости и инициативе было запущено общественное движение «Спасем вместе», позднее оформившееся в Фонд содействия сохранению культурного наследия имени К.А.Коровина «Спасем вместе».

За один месяц, август 2015 года, удалось сделать, на первый взгляд, невозможное – вернуть дом Константина Коровина к жизни. К акции подключились художники, предприниматели, местные власти и жители, журналисты. Была приведена в порядок территория вокруг дома, перестелены полы на веранде и в одной из комнат, восстановлено остекление веранды, создана небольшая экспозиция. Все это было сделано усилиями общественников. 11 сентября, в день памяти Константина Коровина, дом открыл свои двери для посетителей. Сюда приехал губернатор области, местные и федеральные тележурналисты.

В планах у общественников было продолжить развитие этого места. Осенью 2015 года в Москве были проведены встречи с потенциальными партнерами – музеем-заповедником «Поленово», музеем имени Бахрушина, Шаляпинским центром – и получено обещание поддержки. Елена Пешкова с уже появившейся рядом с ней командой провела вечер к дню рождения Коровина в Доме-музее К.С. Станиславского, несколько выставок художников Москвы, Переславля, Ростова, Ярославля. Благодаря этим мероприятиям удалось получить значительную сумму денег, которая была передана администрации района. На эти средства было проведено обследование дома, а также построены хозяйственные постройки и сцена.

В 2016 году было принято решение о создании Фонда содействия сохранению культурного наследия им. К.А. Коровина «Спасем вместе». Фонд, учредителем которого является Елена Пешкова, зарегистрирован в Москве. В состав Правления вошли представители в регионах: в Ярославской области Наталья Булах, в Москве Галина Мерзликina, в Крыму, где расположена южная дача Константина Коровина «Саламбо», создательница мемориальной комнаты Марина Забродская. В попечительский совет среди прочих вошел владелец компании «Ермак» Владимир Ермошин, на первых порах оказавший серьезную организационную и финансовую помощь возрождению дачи Коровина.

В мае 2016 года Фонд прошел во второй тур престижного музейного конкурса «Интермузей» в номинации «Волонтерское движение» и получил возможность представить информацию о себе на стенде в Манеже.

В течение шести лет фонд находил финансовую и организационную поддержку у многих неравнодушных людей и организаций. Каждый год проводились мероприятия к дню памяти Константина Коровина (11 сентября) и ко дню его рождения (5 декабря). Среди партнеров фонда Библиотека искусств имени Боголюбова, Фонд развития малых исторических городов, Деловой клуб «Наследие и Экономка» и другие.

В 2017 году при поддержке попечителей Фонда режиссером Алексеем Никишиным был снят фильм-элегия «Это было давно... там...в Охотине». Премьера фильма состоялась в столичном кинотеатре «Октябрь» на организованном Фондом фестивале кино «Три искусства». Премьера в Ярославле прошла в киноклубе «Нефть».

В 2018 году Фонд провел первый фестиваль «Искусство жить на даче», посвященный искусству начала XX века и традициям дачной жизни. Это событие было приурочено к дню памяти Константина Коровина и 145-летию со дня рождения его друга Федора Шаляпина. Масштабный фестиваль развернулся на трех площадках: станция Итларь (историческая реконструкция первого приезда Шаляпина в эти места в 1905 году), место, где раньше находилась дача Шаляпина (территория детского санатория «Итларь»), деревня Охотино. В фестивале приняли участие более 1000 человек: организованные группы из Москвы, Ярославля и Переславля, местные жители и дачники, самостоятельные туристы.

Фестиваль стал традиционным. В 2019 году событие приурочили к 20-летию восстановления храма в селе Пречистом, куда на службу приезжали К. Коровин и его гости, где на клиросе пел Ф. Шаляпин. В 2020 году, в год пандемии, был принято решение провести событие в формате встречи друзей дома – волонтерской помощи объекту. Собралось более 100 человек, которые привели в порядок дом, территорию вокруг него, прошла музыкально-литературная программа и было организовано чаепитие.

К этому времени дом наконец приобрел постоянного владельца: сначала он находился в оперативном управлении туристского информационного центра «Переславль-Залесский», а после его ликвидации был передан в МУК «Дом культуры города Переславля-Залесского».

В 2021 году фестиваль вернулся к более широкому масштабу. Было организовано несколько площадок, что позволило соблюсти рекомендации Роспотребнадзора. У гостей фестиваля был выбор: открытие выставки работ замечательного аквалериста, друга Фонда Геннадия Новикова, музыкально-литературная программа «Друзья Шаляпин и Коровин», лекция старшего научного сотрудника Переславского музея-заповедника Елены Шадунц о Коровине, как архитекторе и керамисте. Весь день работала сцена с музыкальными программами. Гости могли отправиться на пешеходные и велосипедные прогулки по коровинским местам. На фестивале был презентован культурный бренд Ярославской области «Дача Константина Коровина» от портала «Культура Ярославии».

Ежегодно в Охотине проходит Большой Коровинский пленэр. В 2021 году 11 сентября он прошел сразу в трех местах: в деревне Охотино, в музее-усадьбе Федора Шаляпина в Москве и в Гурзуфе, где находится дача Коровина «Саламбо».

В течение шести лет Фонд проводит сборы средств и ищет спонсоров для поддержания дома в «живом» состоянии^{*}. Сложность с проведением ремонтных работ связана с тем, что здание является выявленным объектом культурного наследия^{**}. Работы по его сохранению могут производиться только на основании проектной документации, согласованной с уполномоченными органами охраны объектов культурного наследия, что требует значительных средств. Таких финансовых возможностей ни у администрации городского округа, ни у Фонда нет.

2021 год непростой для Фонда. Это год 160-летия Константина Коровина. Фонд пока не получил грантовой поддержки от Президентского фонда культурных инициатив. Но работа с партнерами продолжается: усадьба-музей Федора Шаляпина в Москве 20 октября открывает совместную выставку. В конце ноября Ярославский художественный музей презентует выставку из своей коллекции (а здесь находится самое большое количество работ Константина Коровина французского периода) и коллекции Русского музея. В планах – поиск возможностей для восстановления дома и его приспособления под музейные экспозиции.

Список литературы

1. Ваняшова М.Г. Шаляпин. Дачная жизнь / Угличе поле. 2014. №23. С. 60-71.
2. Константин Коровин вспоминает.../сост., авт. вст. статьи и коммент. И.С. Зильберштейн, В.А. Самков. – М.: Изобразительное искусство. 1990.
3. Коровин Константин. Отрада земная. Мемуары. Рассказы об Охотино. – М.: Русский путь, 2018.
4. Коровин Константин. Рассказы о любви к людям. – М.: Книжный клуб, Киновек, 2016.
5. Коровин Константин. То было давно... – М.: «Захаров», 2021
6. Скрипник О. «...И мне казалось, что это рай»// Угличе поле. 2020. №32. С. 200-208.
7. Стерлина В.В., Графова Е.А., Чижков А.Б., Стародубов Ю.В. Ярославские усадьбы. Каталог с картой расположения усадеб. – М.: Институт наследия, 2016. С.101.
8. Шаляпин Федор Иванович. Литературное наследство. Письма. И Шаляпина. Воспоминания об отце. В двух томах. – М.: Искусство, 1960.
9. Ярославские тропы Федора Шаляпина. От Нерли до Парижа/ автор, сост., предисловие М.Г.Ваняшова. – Ярославль: Ремдер, 2003. С. 8-27.

* Драч Лариса. И дух художника витал между ними/Комсомольская правда. №144 (26621). 20.12.2016. С.22.

** Постановление Главы Администрации Ярославской области от 22.11.1993 № 329.

Степанова Светлана Анатольевна

учредитель АНО «Центр культурных проектов «Фестиваль»»

Шелота – точка притяжения: становление творческих индустрий Вологодской области

Шелота – небольшое необыкновенно красивое село Вологодской области расположенное в 170 км от областного центра, которое притягивает своей энергетикой художников, керамистов и людей других творческих профессий. В сельском поселении Шелотское, которое объединяет 23 деревни, в настоящее время проживает 380 человек. Это совсем небольшое поселение, но на удивление живое и с душой. Здесь работает школа на 34 ученика и детский сад на 20 детей, есть пожарная часть, библиотека, краеведческий музей, гостевой дом, почта, три магазина, автозаправочная станция, две лесопилки, ферма на 200 бычков и даже филиал московской реставрационной фирмы “Нагель”, которая занимается реставрацией памятников деревянной архитектуры.

К сожалению, закрытие местного колхоза в 2002 году, а затем и переканни, повлекло за собой сокращение и старение местного населения. Действительно, за последние 10 лет население Шелот сократилось на треть, а количество детей и подростков на 40%. В настоящее время численность активного населения продолжает снижаться, что влечет за собой последующую деградацию социальной среды. Получается замкнутый круг.

Создавая проект развития территории через культуру в Шелотах, мы хотим дать местным жителям стимул остаться здесь жить, а тем, кто уже уехал – почаще приезжать на свою малую родину, вкладываться в ее развитие, гордиться ею.

Задачами нашего проекта являются развитие инфраструктуры, организация регулярных событий и вовлечение местного сообщества в культурную деятельность. Поскольку мы сами занимаемся керамикой, мы начали с того, что нам ближе и понятней – с создания общественного пространства для занятий керамикой с доступом к печи дровяного обжига. Одним из условий пользования печью приезжающими керамистами является проведение бесплатных мастер-классов или лекций по керамике для местных жителей. Таким образом, мы создаем для местных жителей условия для развития своего творческого потенциала, совместного досуга и дополнительного заработка (предоставление питания и проживания, а также продажа изделий ручной работы приезжающим гостям).

Этот проект является продолжением нашей пятилетней деятельности на территории сельского поселения Шелотское. За это время мы провели пять керамических фестивалей, вернули колокола на Троицкий храм, сделали подсветку его куполов и установили витраж, про-

вели лекции по экологии, концерты и прочие культурные мероприятия для местных жителей, организовали раздельный сбор мусора и многое другое.

Благодаря поддержке Фонда президентских грантов в августе 2020 мы получили уникальный объект инфраструктуры – единственную в России печь train kiln – для дровяного обжига керамики. Это вызвало огромный интерес мастеров нашего региона, а также всего керамического сообщества России и даже зарубежных керамистов. В 2021 году Фонд поддержал наш проект во второй раз и мы смогли обустроить мастерскую и санитарную зону.

С 2021 наша площадка является местом проведения практики студентов-керамистов Санкт-Петербургской государственной художественно-промышленной академии имени А. Л. Штиглица.

При правильном развитии Шелота может стать керамической «меккой», что будет привлекать сюда художников, керамистов не один раз в год по событийному поводу, а на постоянной основе.

При поддержке ПАО Лукойл в 2021 году был реализован проект «Эко сквер в Шелотах»- обустроили сквер в центре села.

В октябре 2021 года в Шелотах состоялся первый международный фестиваль деревенского кино «Печка», который может стать ежегодным.

Сейчас на территории поселения реализуется проект Кинокампус «Северяне», поддержанный президентским фондом культурных инициатив, в рамках которого шелотяне научатся снимать киносюжеты на профессиональном оборудовании, из которых опытные режиссеры смонтируют документальный фильм о Шелотах.

В наших планах построить японскую печь для дровяного обжига керамики Анагамму И тогда мы сможем организовывать симпозиумы и керамические фестивали самого высокого международного уровня.

Также сейчас проходит обучение фандрайзингу небольшая инициативная группа шелотян, которая разрабатывает проект и будет подавать заявку на конкурс президентского фонда культурных инициатив.

Мы надеемся, что такая активность привлечет на территорию еще больше творческих людей (двое керамистов из Вологды и Санкт-Петербурга уже купили собственные дома), идей и проектов.

Благодаря проектам в Шелотах появилось несколько новых жителей (два дома приобретены, еще несколько в стадии оформления)

Семья шелотян отремонтировала и обустроила гостевой дом. И это для нас огромный аванс. Люди поверили в нас и рассчитывают, что мы и дальше будем привлекать на нашу территорию гостей (художников, керамистов, кинематографистов, студентов и туристов)

Группа активистов, заинтересовалась проектной деятельностью, обучилась и будет участвовать в конкурсах. И это здорово именно потому, что это местные жители и они разработают проекты, которые интересны и важны именно им, тем кто здесь живет.

Местная столовая два сезона готовила и привозила завтраки, обеды и ужины (деревенский кейтеринг) на все наши мероприятия.

Кроме того, жители поселения знакомятся и общаются с интересными людьми, слушают лекции, смотрят кино, получают новые навыки на мастер-классах.

Бучкина Елена Александровна

кандидат филологических наук, доцент кафедры культурологии
ФГБОУ ВО Московский педагогический государственный университет

Культурные коды прошлого как ресурс для развития креативных индустрий: «советские» досуговые практики в Парке Горького

Использование культурных кодов прошлого может быть весьма продуктивным для креативных индустрий, имеющих богатый исторический опыт и долгую культурную историю. Рассмотрим такого рода работу с культурными ценностями и смыслами прошлого на примере московского Парка культуры и отдыха имени Горького. Парк был основан в 1928 году в рамках культурной политики первых лет советской власти как смелый авангардный проект по переустройству повседневных досуговых практик граждан новой страны. И сегодня он продолжает оставаться модным и популярным местом для организации досуга москвичей.

Интересно, что Парк демонстрирует возвращение к советским культурным кодам, ценностям и смыслом через различные культурные мероприятия. Так, к 90-летию Парка в Московском музее современного искусства прошла выставка под названием «Фабрика счастливых людей» (16 августа – 30 сентября 2018; Кураторы: Александра Селиванова, Филипп Виноградов, Валентина Останькович; Сценография выставки: студенты ГИТИСа мастерской Дмитрия Крымова; Научный консультант: Александр Можаяев). На выставке были продемонстрированы инсталляции студентов ГИТИСа, представлявшие собой постмодернистскую «игру» с фотографиями, афишами, архивными документами. Среди современных произведений искусства были размещены связанные с Парком проекты работавших над его созданием авангардистов, таких, как Варвара Степанова, Владимир Татлин, Алексей Щусев, Илья Голосов и др.*

Советские парки культуры и отдыха 20-30-х гг. значительно трансформировали общественные представления об организации пространства парка как места проведения досуга, о том, что должно быть в нём расположено и какие культурные практики могут реализовываться в таких условиях.

Созданные в тот период сценарии отдыха были практически забыты в 90-е годы XX века, будучи вытеснены другими культурными практиками, и обращение к ним стало вновь актуальным, начиная с 2011 года, когда возрождение Парка культуры имени Горького стало одним

* https://mmoma.ru/exhibitions/gogolevsky10-2/park_gorkogo_fabrika_schastliivyh_lyudej_br_vystavka_k_90letiyu_cpkiu_im_m_gorkogo.

из символов формирования новой культурной политики современной Москвы.

Исторически городской парк – это место проведения публичного и организованного по некоторым правилам досуга, его значение особенно возросло с начала индустриализации и урбанизации. В эпоху модерна парки начали воспринимать как идеальное место для организации досуга в большом городе. В традиционном городском парке основными моделями организации отдыха были пешие прогулки, любовование скульптурами и зелёными насаждениями, катания на лодках и каретах, зимой на коньках, взаимодействие с природой в виде кормления уток и белок.

Символическое значение парка очень высоко. В общественном пространстве парк является местом для манифестации и усвоения культурных кодов определённой эпохи. Д.С. Лихачев писал, что садово-парковое искусство не может быть свободным от идеологии, оно всегда выражает определённую философию, эстетическое представление о мире: «Устроители садов и парков стремятся воздействовать на все человеческие чувства, создавать некие эстетические комплексы, которые могут быть классифицированы только в связи с большими стилями, с культурными формациями в целом»^{*}.

Открытие первого советского парка культуры и отдыха в Москве состоялось в 1928 году. Имя Горького парк получил позже: в 1933 году, в честь 65-летия писателя. Первый директор парка Бетти Глан отмечала в интервью, которое дала в 1980 году: «он явился прародителем не только существующих сейчас в стране двух тысяч парков, но он явился и тем эталоном, по которому строятся парки культуры и отдыха во всех социалистических странах»^{**}. Поначалу досуговая модель, заложенная в основу Парка им. Горького, воспроизводилась не так быстро. Второй парк культуры и отдыха в столице появился лишь в 1930 году, когда на восточной окраине Москвы создается парк «Измайлово» (на территории национализированной дворянской усадьбы), третий – в 1931 году, когда Сокольники, уже долгое время к этому моменту служившие местом массового отдыха, также получают статус «парка культуры и отдыха». Первый парк культуры и отдыха вне Москвы открылся в 1932 году на Елагином острове в Ленинграде. Но по мере «апробирования» такой модели организации досуга появление новых парков становится всё более стремительным, и к началу 1940-х годов их число в СССР уже перевалило за тысячу^{***}.

Особенностью советского парка культуры и отдыха стало то, что он с самого начала планировался как институт, который одновремен-

* Лихачев, Д. С. Поэзия садов: К семантике садово-парковых стилей: Сад как текст. М., 1998. С. 7.

** <https://oralhistory.ru/talks/orh-781-782>.

*** Голбин А. Ю. «Культурная революция»: становление системы парков культуры и отдыха в СССР 1928-1941 гг. // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. № 5 (38). С. 29.

но был бы для посетителей и парком для прогулок, и местом развлечений, и пространством аккультурации, то есть усвоения новых, актуальных культурных практик. К 1928 году советская власть уже имела опыт использования городской среды как идеологического и просветительского пространства. План «Монументальная пропаганда», выдвинутый В.И. Лениным в 1918 г., был программой развития монументального искусства как средства агитации для революционных идей и марксистской идеологии^{*}

Важно, что городской парк изначально планировался как одно из ключевых учреждений культуры, наравне с библиотеками, музеями, рабочими клубами, народными театрами. Более того, парк воспринимался современниками как «комбинат культуры на открытом воздухе». Дело в том, что когда появляется новый тип учреждения культуры – парк культуры – он воспринимается как расширение возможностей уже сложившихся к 1928 году типов культурных объектов, прежде всего таких ключевых для периода культурной революции, как рабочий клуб и изба-читальня. Парк культуры в прессе тех лет и в документах называли «воплощением клубности», а Центральный парк культуры, будущий Парк Горького, называли «клубом клубов»^{**}. Не случайно Бетти Глан в процитированном нами интервью отмечала значимость в пространстве парка огромной библиотеки-читальни, которая имела свои филиалы в разных местах этого культурного объекта. Кроме того, парк имел значение и как выставочное пространство с регулярной сменной экспозиций. Как видим, парк становится для посетителей, пока ещё не привыкших к взаимодействию с различными типами учреждений культуры, местом первого знакомства с клубом, библиотекой и музеем.

Рассмотрим культурные коды, связанные с парками культуры, которые активно используются сегодня Парком Горького для выстраивания коммуникации с посетителями и привлечения внимания к своим культурным проектам различного содержания.

В качестве значимых объектов такого рода нами были выделены следующие:

1. скульптура «Девушка с веслом»;
2. парковая клумба;
3. открытая сцена в парке для концертов и лекций;
4. «чтение на лавочке».

Остановимся подробнее на анализе каждого из них.

1. «Девушка с веслом» (скульптор И. Шадр) стала символом Парка культуры и отдыха в 1934 году. Первоначально статуя была 12-метровой, в 1936 году был создан второй, более компактный вариант – 8 м. Скульптура украшала центральный фонтан, то есть посетители видели

^{*} Шалеева Н.В. План советской монументальной пропаганды: проблемы реализации. 1918-1921 // Вестник Челябинского университета. 2014. № 8. С. 30.

^{**} Хазанова В.Э. Клубная жизнь и архитектура клуба 1917-1941. М., 2000. С. 39.

её стоящей за пеленой из водных струй. Она была разрушена при бомбёжке Москвы в 1941 году*. Тиражным вариантом образа спортсменки с веслом, который часто копировался и использовался при оформлении других парков культуры и отдыха по всей стране, стала также размещённая на территории Парка Горького скульптура Р. Иодко высотой в 2,5 метра**. Её отличают более атлетическое телосложение и большая «целомудренность» образа: в отличие от «Девушки с веслом» И. Шадра, модель Р. Иодко одета в спортивный купальник.

Язык советской парковой скульптуры представляет собой весьма благодатное поле для анализа. Первые художники-оформители следовали античным канонам изображения телесности, что проявляется и в позе и композиции обоих вариантов «Девушки с веслом». С 1930-х годов в Парке Горького располагался целый ансамбль различных скульптур, в том числе и 22 копии всемирно известных античных статуй.

Интересно, что одним из способов привлечения внимания к обновлению Парка им. Горького стало установление копии скульптуры И. Шадра «Девушка с веслом», объединенное с явлением «актуального искусства», столь важного для креативных индустрий. К 90-летию Парка художник Покрас Лампас напечатал копию скульптуры на 3D-принтере, нанеся на фигуру цитаты из литературного номера журнала «Эскавайр». Здесь явно имеет место постмодернистская игра с культурными кодами, которая осуществима как раз за счёт того, что эти коды хорошо знакомы и легко узнаваемы. Об обращении современного искусства к советским культурным кодам в пространстве парка с удовольствием написали многие посвящённые культуре издания, а также официальный сайт мэра Москвы***.

2. Парковая клумба начала играть роль одного из символов Парка культуры и отдыха имени Горького в 30-е годы XX века, когда он стал местом расцвета цветочно-коврового искусства в культурном пространстве столицы. Во многом это связывают с именем работавшего в парке художника-садовода Васо Бежани, который создавал здесь огромные цветочные портреты Ленина, Сталина и Горького****. Интересно, что их современные уменьшенные копии можно было увидеть на описанной нами выше выставке «Парк Горького: фабрика счастливых людей» в Московском музее современного искусства.

В современном Парке культуры имени Горького клумбы и цветники сохраняют своё значение и также могут выступать как ресурс для обращения к культурным кодам советской эпохи. Так, в 2019 году ра-

* Кухер К. Парк Горького: культура досуга в сталинскую эпоху, 1928-1941. М., 2012. С. 240.

** Там же, С. 242.

*** <https://strelkamag.com/ru/news/3d-kopiya-devushki-s-veslom-poyavilas-v-parke-gorkogo>; <https://www.mos.ru/news/item/43496073/>; <https://www.the-village.ru/city/news/320865-kopiya-devushki-s-veslom>; <https://moscowseasons.com/news/devushka-s-veslom-v-parke-gorkogo-poiavilas-3d-kopiia-skulptury/>.

**** <https://oralhistory.ru/talks/orh-781-782>.

бота главного архитектора Парка Горького Лидии Леонтьевой – выставочный сад «Партизанка» – получила золотую медаль на «Moscow Flower Show» в номинации «Большой выставочный сад». Она повторяет композицию, существовавшую в центральной части Парка культуры и отдыха имени Горького с 1955 года. В юбилейный год 90-летия Парка «Партизанка» была воссоздана «с целью возрождения традиций советской школы ландшафтного искусства». Как сказано на сайте парка, «это яркий пример синтеза планировочного решения, объемно-пространственной композиции, малых архитектурных форм (урн, скамеек, фонарей, скульптуры), озеленения, колористического и асортиментного решений, знаменитых ковровых цветников – в единый монументальный ансамбль. Открытие выставочного сада парк анонсировал так: «“Партизанка” вернулась в Парк»^{*}. Воссозданию композиции посвящен фильм, размещенный на официальном сайте парка им. Горького^{**}.

3. Открытая сцена для концертов и лекций стала ключевым элементом пространства парка с 1934 года, когда открылся «Зелёный театр», спроектированный архитектором Александром Власовым и вмещавший 20 тысяч зрителей^{***}. Ведущие театры страны специально адаптировали свои постановки для его огромной сцены под открытым небом. Так, в 1935 году на этой сцене силами Большого театра поставили оперу «Кармен» (было дано пять представлений, на которых совокупно побывало 100 тысяч зрителей; большинство билетов распространялось бесплатно по профсоюзной линии), в 1937-м – балет «Бахчисарайский фонтан» Ленинградского театра оперы и балета имени Кирова^{****}. Поражает не только количество зрителей, которые могли посмотреть сценическое действие, но и количество участников, которые были в него вовлечены: дирижёр Оскар Фрид организовал на сцене «Зелёного театра» выступление сводного оркестра из любительских симфонических оркестров в две тысячи человек. Научно-исследовательский институт кинематографии специально для массовых киносеансов разработал звуковую аппаратуру, которая позволяла транслировать звук на такую огромную аудиторию.

Не вызывает сомнений, что сам потрясающий размер театра имел пропагандистскую функцию и символизировал тот факт, что к культуре, искусству и просвещению в Советском Союзе имели доступ колоссальные массы трудящихся. Но одновременно с «Зелёным театром» на территории парка действовало большое количество других открытых площадок для театральных постановок, организации лекций, встреч с интересными людьми и т.п.

Открытые лектории, показ кино под открытым небо и сегодня являются важными элементами работы парка. Летний кинотеатр «Пионер»

* <https://park-gorkogo.com/events/918>.

** <https://park-gorkogo.com/multimedia/video/226>.

*** Кухер, К. Парк Горького: культура досуга в сталинскую эпоху, 1928-1941. М., 2012. С. 135.

**** Там же, С. 136.

в Парке им. Горького – один из самых больших открытых кинотеатров в России, репертуар которого включает в себя фестивальное и авторское кино, а также «качественный мейнстрим». В светлое время суток в «Пионере» проводятся лекции, концерты, мастер-классы и разного рода встречи.

Вообще парк в культурном пространстве города сохраняет и сегодня статус места, где можно поговорить об актуальных научных проблемах. В начале 30-х годов с помощью Наркомата тяжелой промышленности в Парке культуры и отдыха имени Горького был построен городок науки и техник, занимавший большую территорию. Эту локацию помогали оформлять научные институты, геологический музей, биологический музей и т.п. Как пишет Катарина Кухер, «в городке были отделения тяжелой и легкой промышленности, транспорта, гражданской и военной авиации, Арктики, связи, естественных наук, кабинет конструктора и изобретателя, секция “старая и новая Москва”, любительская фотолаборатория, кинозал и библиотека. В беседках и докладах, демонстрируя различные экспонаты, модели, диаграммы и оригинальные машины, работники городка рассказывали посетителям много интересного из жизни науки и техники. В каждом из отделений городка существовали специальные места, где посетители под руководством специалиста – инженера или техника – могли воплотить в жизнь полученные знания. Все экспонаты в городке имели описание, поэтому посетители могли ознакомиться с ними самостоятельно»^{*}.

Сегодняшний Парк им. Горького организует образовательные проекты самых разных форматов: от традиционных лекций и мастер-классов до научных концертов, литературных дуэлей и публичных дебатов. Летом лекции под открытым небом проводятся сразу на шести площадках: в летнем кинотеатре «Музеон», павильоне «Школа», лектории Главного входа, на смотровой площадке, летнем кинотеатре «Пионер» и образовательном центре на Воробьевых горах.

4. Чтение на лавочке в парке – одна из привычных культурных практик советского человека. Образ читающего книгу на скамейке в парке человека встречается на многих фотографиях 30-х годов, сделанных в Парке культуры и отдыха имени Горького. Выше мы уже упоминали о том, что, описывая парк, его первый директор Бетти Глан вспоминала про расположенные в нём читальни.

Так что не удивительно, что само «возрождение» Парка Горького в 2011 году было «обыграно» через идею чтения в парке. Парк стал площадкой для проведения 2-го Книжного мультимедиа-фестиваля под открытым небом – «BookMarket2011». Как было сказано в пресс-релизе мероприятия: «Некогда созданный как место культурного времяпрепровождения для москвичей, Центральный Парк культуры и отдыха им. Горького на долгие годы утратил свою культурную составляющую

* Кухер К. Парк Горького: культура досуга в сталинскую эпоху, 1928-1941. М., 2012. С. 179.

(...) Однако сегодня пришло время открыть новую страницу в истории Парка. Культура снова возвращается в Парк Культуры»^{*}.

Таким образом, многие элементы культурной парадигмы современного парка культуры и отдыха представляют собой «переформатирование» того, что было в советском парке. По статистике именно городские парки являются самым посещаемым в Москве учреждением культуры, причём эти цифры сильно выросли после 2011 г. Актуальная культурная политика Москвы началась с «возвращения» культуры в парки, и модельным объектом вновь выступил парк Горького. Всё это говорит о том, что культурные коды, заложенные в 20-30-е гг. XX века, не утратили и сегодня своего значения, и могут выступать в качестве ресурса для тех креативных индустрий, которые имеют в нашей стране давние культурно-просветительские традиции.

Список литературы

1. Голбин, А. Ю. «Культурная революция»: становление системы парков культуры и отдыха в СССР 1928-1941 гг. // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. № 5 (38). С. 27-36.
2. Кухер, К. Парк Горького: культура досуга в сталинскую эпоху, 1928-1941. – Москва: РОССПЭН, 2012. – 349 с.
3. Лихачев, Д. С. Поэзия садов: К семантике садово-парковых стилей : Сад как текст. – М.: Согласие, 1998. – С. 469 с.
4. Хазанова В.Э. Клубная жизнь и архитектура клуба 1917-1941. М.: Жираф, 2000. – 159 с.
5. Шалеева, Н.В. План советской монументальной пропаганды: проблемы реализации. 1918-1921 // Вестник Челябинского университета. 2014. № 8. С. 30-35.

* <http://www.lookatme.ru/flow/posts/internet/135475-desantniki-vernuli-kulturu-v-park-gorkogo>.

Сибгатуллина Гузель Фаритовна,

Заведующий сектором изобразительного
и декоративно-прикладного искусства
Государственное бюджетное учреждение
«Ресурсный центр внедрения инноваций
и сохранения традиций в сфере культуры
Республики Татарстан»

Народные художественные промыслы как фактор развития территорий и креативных индустрий в Ре- спублике Татарстан и за рубежом

Современная цивилизация с развитием сети Интернет столкнулась с проблемой глобализации и массовой культуры. В данной ситуации необходимо помнить, что человечество пережило множество эпох, но наши предки смогли сохранить для нас культуру коренных народов, наследие которых уникально и разнообразно*. Культура коренных народов находит отражение в декоративно-прикладном искусстве и народно-художественных промыслах. По мнению российских ученых Н. Копцева и А. Карловой, произведения декоративно-прикладного искусства не только рассказывают нам историю, традиции и особенности бытования народов, но и являются инструментами образования национальной идентичности**.

Поддержание традиционной культуры народов – это не только формирование духовной, нематериальной культуры, но и значительный вклад в социально-экономическое, политическое равновесие, развитие государства в развитие креативных индустрий. Этническое разнообразие порождает уважительные, толерантные взаимоотношения людей, снижает напряженность в обществе, способствует экономическому развитию, в частности туризму***. Роль народных художественных промыслов для привлекательности территорий была подчеркнута в Конвенции ЮНЕСКО 2003 г. об охране нематериального наследия****. Туристов и посетителей привлекают в течение всего года, что стимулирует другие местные мероприятия – например, промышленность продуктов питания и напитков, отели и семейные гостевые дома. По мнению Г. В. Ганьшиной и Н. В. Чаус, отрасль народных художественных промыслов оказывает положительное влияние на конкурентоспособность территории и ее социально-экономиче-

* Paterson, R.K., Karjala, D.S. (2003). *Looking Beyond Intellectual Property in Resolving Protection of the Intangible Cultural Heritage of Indigenous Peoples*. Cardozo J. Int'l & Comp. L., 633.

** Koptseva, N.P., Karlova, O.A. (2017). The Formation of Siberian Sub-Ethnic Identity in Post-Soviet Russia. In *4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts SGM 2017. Science and Arts*. 165-170.

*** Копцева Н. П., Мименова Н. Н., Середкина Н. Н. Изучение декоративно-прикладного искусства и традиционных религий коренных малочисленных народов Севера как фактор формирования позитивной общероссийской культурной идентичности // Педагогика искусства. 2013. № 2. С. 15-30.

**** Официальный сайт ЮНЕСКО, URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml (дата обращения: 28.06.2021 г.)

ское развитие при помощи механизмов обеспечения занятости местного населения, предоставления дополнительных возможностей для развития смежных отраслей бизнеса, сохранения народных традиций и развития культурной самобытности дестинации, развития культурно-познавательного и других видов туризма*. В иных случаях народные художественные промыслы могут выступать в роли аттрактора туристического потока, когда создаются туристические кластеры на местах традиционного бытования с возможностью посетителям окунуться в аутентичную атмосферу, самим научиться ремеслу, изучить его истоки. В своей статье Е.Н. Филиппова пишет о том, что стимулирование развитие НХП в регионах может способствовать улучшению уровня жизни населения**. Особое внимание, по мнению В. П. Чичканова, Л. А. Беляевской-Плотник и П. А. Андреевой, следует уделить информационной поддержке ремесленного туризма и рекламе турпродуктов в интернет-пространстве***. В этом случае продвижение образовательных и познавательных туров в центры народных промыслов будет не только приносить доход, но и способствовать возрождению и сохранению традиционно-бытовой культуры.

Республика Татарстан является одним из ведущих регионов по развитию сферы креативных индустрий. Богатая национальная культура, традиции, неповторимое мастерство умельцев народных художественных промыслов создают крепкий фундамент для развития креативных проектов, нового осмысления исконных промыслов и ремесел. Сегодня Республика Татарстан – значимая точка на туристической карте, все больший спрос на интересные продукты порождает развитие и новое понимание традиций. Помимо туристического потока, развитие народных художественных промыслов обеспечивает потребность к самоидентификации населения, желание быть ближе к предкам путем стилизации образов национальными элементами, декорирование домашнего пространства изделиями народных художественных промыслов. В 2021 году в Республике Татарстан прошел I Этно-fashion Фестиваль «Стиль-жизни-Культурный код». Принять участие в проекте были приглашены этно-дизайнеры, мастера народных художественных промыслов, фольклористы и искусствоведы со всего мира. В рамках мероприятия прошли образовательные бизнес-программы, выставка народных художественных промыслов, ярмарка и показ этно-дизайнеров России и стран СНГ. Если говорить о постоянных проектах, нельзя не упомянуть музей Чак-чака. Попадая в национальный татарский деревянный дом в центре столицы респуб-

* Ганьшина Г. В., Чаус Н. В. Народные художественные промыслы как средство активизации событийного туризма в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. № 2.

** Филиппова, Е.Н. Социально-экономический аспект мотивации развития подсобных производств и промыслов / Е.Н. Филиппова // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 3 (39), С. 282-287

*** Чичканов В. П., Беляевская-Плотник Л. А., Андреева П. А. Моделирование оценки влияния отраслевых факторов на уровень социально-экономического развития и экономической безопасности территорий // Экономика региона. 2020. Т. 16, вып. 1. С. 7–13.

ки, посетителей возвращает в жизнь и быт наших предков. Команда музея открывает гостям не только историю национальных блюд, но и историю татарского народа в формате иммерсивного театра и мастер-классов. Там же можно посетить лавку необычных сувениров. Это стильные предметы декора, одежды, аксессуаров, легко вплетаемые в образ современного человека, однако, обладающие национальным колоритом и историей.

Рассматривая зарубежный опыт, нельзя не отметить, что Флоренция и Вильнюс являются образцами инициатив по использованию народного художественного промысла как фактора местной привлекательности и развития креативного сектора. Во Флоренции муниципальные власти выделили рабочие места для мастеров в престижном месте: Conventino Vecchio, где профессионалы общаются с туристами, жителями Флоренции и другими художниками^{*}. В Вильнюсе создано посредническое агентство (Агентство обновления Старого города Вильнюса) и пространства, где мастера могут работать, выставляться, проводить демонстрации и получать прямую обратную связь от потребителей^{**}. Поощрение социального предпринимательства для таких целевых групп, как одинокие женщины, молодежь, иммигранты, люди с ограниченными возможностями, стало одной из основных целей в отраслях народных художественных промыслов. Рига и Барселона – два примера местных инициатив в этой области. Городская дума Риги создала мастерские, чтобы помочь жителям шить свои национальные костюмы, что обогащает дизайн ткачества, шитья, пошива одежды и т.д.^{***} Инициатива Art Pauma, спонсируемая торгово-промышленной палатой Барселоны, нацелена на женщин, которые уже работали в данной среде, но потеряли работу. Они могут найти новое применение своим существующим навыкам в относительно короткие сроки и найти свое место на потенциальных рынках^{****}. Инициативы в пользу молодежи многочисленны. Инициатива Bottega Scuola в Тоскане ориентирована на молодых выпускников университетов с целью привлечь их к сфере консервации и реставрации промыслов. Проект создает опыт погружения в профессиональную среду, привнося новую культуру^{*****}. Народные художественные промыслы также могут положительно влиять на местный социальный капитал. По мере развития промыслов увеличивается количество мест для встреч, учебных заведений и возможностей сотрудничества. Инициатива «Женское и

* Официальный туристический сайт Тосканы, URL: <https://www.visittuscany.com/en/ideas/discover-florence-through-its-crafts-and-craftsmen/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

** Официальный сайт Агентства обновления Старого города Вильнюса, URL: <http://www.vsaa.lt/index.php/crafts/kaziukas-saint-casimirs-fair/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

*** Официальный сайт Ассоциации учреждений культуры Рижского городского совета, URL: <https://kulturasapvieniba.riga.lv/en/about-us/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

**** Официальный сайт проекта Art Pauma в Барселоне, URL: <https://cdmuseudelapauma.cat/worpe/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

***** Официальный сайт Инициативы Bottega Scuola в Тоскане, URL: <http://www.bottegascuola.it> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

молодое предпринимательство на путях наследия Аль-Андалуса» иллюстрирует этот тип действий. Проект направлен на развитие сельского и внутреннего туризма в Андалусии. С 1994 года фонд заключил различные соглашения с заинтересованными сторонами, чтобы внести свой вклад в социально-экономическое развитие деревень, включенных в маршруты исследования наследия Аль-Андалуса. Фонд организует тренинги для повышения качества рабочих мест и нивелирования нестабильности рынка труда*.

Несколько примеров политических инициатив, направленных на продвижение новаторского подхода к традиционному искусству и промыслам:

- FUSE (Ирландия): проект, направленный на переосмысление работ мастеров совместно с профессиональными дизайнерами. Улучшенные и видоизмененные изделия представляются широкому кругу потребителей;**

- Design SOS Model (Финляндия): постоянная площадка, открывшая диалог между мастерами и дизайнерами;***

- Artesania de Catalunya (Испания): в Каталонии, когда традиционные промыслы были признаны «уникальными промыслами», между Artesania de Catalunya («Ремесленничество Каталонии») и городским советом начался диалог. Последний руководит инициативой и организацией. Artesania de Catalunya назначает дизайнера для совместной работы над определением новых продуктов, которые необходимо разработать.****

Помимо государственной помощи, содействие мастерам со всего мира оказывают коммерческие организации и фонды. Они создают акселераторы и бизнес-инкубаторы, которые позволяют производителям выйти на новый этап развития: повысить уровень своего мастерства, улучшить дизайн своих изделий, использовать инновационные бизнес-модели. Так, маркетплейс NextFab запустил проект Artisan Accelerator. Проект построен на отборе кандидатов согласно критериям для дальнейшей совместной работы. Идеальный кандидат для NextFab – это тот, кто в настоящее время продает товары народных художественных промыслов ручной работы и зарабатывает от 100 до 5000 долларов в месяц. Конкурс проводится по нескольким номинациям, в каждой номинации выбирается от шести до восьми производителей. Восьминедельная программа акселератора включает в себя мероприятия, посвященные стартапам, семинарам, бизнес-консуль-

* Отчет Всемирной туристской организации, URL: https://catedratim.files.wordpress.com/2017/01/omt-2015-global_report_cultural_routes_itineraries.pdf (дата обращения: 28.06.2021 г.)

** Официальный сайт Совета по дизайну и ремеслам Ирландии, URL: <https://www.dcci.ie/craftspeople/overview-of-all-programmes-for-craftspeople> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

*** Официальный сайт Университета Аалто в Финляндии, URL: <https://www.aalto.fi/en/school-of-arts-design-and-architecture> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

**** Веб-портал контента об Испании, URL: <https://espanafascinante.com/familias-productos-singulares/artesantias/artesania-en-cataluna/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

тациям и наставничеству по вопросам дизайна продукта, методов цепочки поставок и навыков электронной коммерции.

Участвующие производители могут рассчитывать на развитие деловых навыков, таких как стратегическое планирование, финансовое управление, онлайн-маркетинг, дизайн-мышление, налоговые стратегии, а также интеллектуальная собственность и правовая защита. Кроме того, маркетплейс размещает товары победителей на своей площадке, таким образом предоставляя им рынок сбыта товаров. По итогам первых потоков, большинство участников повысили свой заработок от 20 до 50% за первые несколько месяцев.*

Рассмотрим схожий проект под названием Craft Catapult от компании Startup Oasis, который реализуется в Индии. Народные художественные промыслы – это наиболее устойчивое конкурентное преимущество Индии. Данный сектор предоставляет огромные возможности, поскольку мир, обремененный изменением климата и утомленный продуктами монокультур, жаждет высокоэстетичных и устойчивых продуктов с историей. Индия сохраняет бесценную интеллектуальную собственность и распределенную производственную базу традиционного искусства, которому удалось выжить на протяжении веков. Современные и развивающиеся технологии, такие как Интернет, мобильная связь, блокчейн и т.п., являются ключом к раскрытию этой ценности и позиционированию Индии как следующего центра производства экологичных высококачественных изделий ручной работы. Craft Catapult – шаг в этом направлении. Большинство производителей продолжают придерживаться традиционной практики неорганизованной цепочки создания стоимости, в то время как некоторые экспериментируют с инновациями, обращаются к специалистам, но на индивидуальном уровне. Следовательно, необходимо создать рыночную инфраструктуру и облегчить связи между предприятиями и крупными брендами, розничными продавцами и производителями.

В рамках проекта The Craft Catapult Startup Oasis создается диагностический инструментарий с пошаговой инструкцией, который поможет предприятиям определить актуальность своих бизнес-решений. Startup Oasis планирует поддерживать и масштабировать ремесленные инновации в Индии посредством обучения мастеров современным продажам и бизнес-процессам.**

Таким образом, рассмотрев зарубежный опыт в области социокультурного проектирования в сфере народных художественных промыслов, мы можем сделать вывод, что сегодня народные художественные промыслы – это не только культура народа, его история, националь-

* Официальный сайт Программы NextFab Artisan Accelerator, URL: <https://nextfab.com/grow/artisan-accelerator/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

** Официальный сайт Проекта The Craft Catapult Startup Oasis, URL: <http://startupoasis.in/the-craft-catapult/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)

ные традиции и особенности, но это и решение социальных проблем, развитие территорий и бизнеса, поддержка туристического потока, это новый взгляд на актуализацию самобытности народов. В век глобализации активное развитие получают Интернет-технологии, народные художественные промыслы внедряются в работу маркетплейсов, открывают новые площадки сбыта продукции и общения с потребителями для более гибкого диалога и приспособления под нужды и тенденции общества. Безусловно, для провозглашения народных художественных промыслов фактором развития территорий, необходима поддержка государства. Развитие промыслов – это развитие территорий, новые рабочие места, прекращение оттока молодого населения в большие города, сохранение аутентичности с применением современных технологий и инноваций. Формирование устойчивого существования промыслов является основой охраны культурного наследия конкретной территории и страны в целом. Что особенно актуально в условиях современного мира, преобладания популярной культуры и массовых товаров, сегодня, когда не оказанная в должной мере государственная поддержка предприятиям народных художественных промыслов, относящихся к производителям товаров, удовлетворяющих культурные потребности, может стать причиной утраты уникальных традиций, составляющих основу народной культуры, а также одну из основ национальной самобытности населения нашей страны.

Список литературы

1. Koptseva, N.P., Karlova, O.A. (2017). The Formation of Siberian Sub-Ethnic Identity in Post-Soviet Russia. *In 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts SGEM 2017. Science and Arts.* 165-170.
2. Paterson, R.K., Karjala, D.S. (2003). *Looking Beyond Intellectual Property in Resolving Protection of the Intangible Cultural Heritage of Indigenous Peoples.* Cardozo J. Int'l & Comp. L., 633.
3. Веб-портал контента об Испании // Режим доступа: URL: <https://espanafascinante.com/familias-productos-singulares/artesantias/artesania-en-cataluna/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
4. Ганьшина Г. В., Чаус Н. В. Народные художественные промыслы как средство активизации событийного туризма в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. No 2.
5. Копцева Н. П., Пименова Н. Н., Середкина Н. Н. Изучение декоративно-прикладного искусства и традиционных религий коренных малочисленных народов Севера как фактор формирования позитивной общероссийской культурной идентичности // Педагогика искусства. 2013. №. 2. С. 15-30.

Отчет Всемирной туристской организации // Режим доступа: URL: https://catedratim.files.wordpress.com/2017/01/omt-2015-global_report_cultural_routes_itineraries.pdf (дата обращения: 28.06.2021 г.)

6. Официальный сайт Агентства обновления Старого города Вильнюса // Режим доступа: URL: <http://www.vsaa.lt/index.php/crafts/kaziukas-saint-casimirs-fair/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
7. Официальный сайт Ассоциации учреждений культуры Рижского городского совета // Режим доступа: URL: <https://kulturasapvieniba.riga.lv/en/about-us/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
8. Официальный сайт Инициативы Bottega Scuola в Тоскане // Режим доступа: URL: <http://www.bottegascuola.it> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
9. Официальный сайт Программы NextFab Artisan Accelerator // Режим доступа: URL: <https://nextfab.com/grow/artisan-accelerator/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
10. Официальный сайт проекта Art Паума в Барселоне // Режим доступа: URL: <https://cdrmuseudelapauma.cat/worpre/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
11. Официальный сайт Проекта The Craft Catapult Startup Oasis, // Режим доступа: URL: <http://startupoasis.in/the-craft-catapult/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
12. Официальный сайт Совета по дизайну и ремеслам Ирландии // Режим доступа: URL: <https://www.dcci.ie/craftspeople/overview-of-all-programmes-for-craftspeople> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
13. Официальный сайт Университета Аалто в Финляндии // Режим доступа: URL: <https://www.aalto.fi/en/school-of-arts-design-and-architecture> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
14. Официальный сайт ЮНЕСКО // Режим доступа: URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml (дата обращения: 28.06.2021 г.)
15. Официальный туристический сайт Тосканы // Режим доступа: URL: <https://www.visittuscany.com/en/ideas/discover-florence-through-its-crafts-and-craftsmen/> (дата обращения: 28.06.2021 г.)
16. Филиппова, Е.Н. Социально-экономический аспект мотивации развития подсобных производств и промыслов / Е.Н. Филиппова // Проблемы современной экономики. – 2011. – N 3 (39), С. 282-287
17. Чичканов В. П., Беляевская-Плотник Л. А., Андреева П. А. Моделирование оценки влияния отраслевых факторов на уровень социально-экономического развития и экономической безопасности территорий // Экономика региона. 2020. Т. 16, вып. 1. С. 7—13.

Макарова Екатерина Владимировнасоискатель кафедры культурологии
ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Факторы развития народных художественных промыслов в современной России

Россия – одна из немногих стран, сумевших достаточно полно сохранить исторические традиции и стилевые особенности народных промыслов, которые являются не только и не столько отраслью материального производства, сколько глубинным пластом отечественной культуры, сохраняющим, наряду с другими формами искусства, духовные ценности и историческую память этноса.* По мнению И.И. Егоровой, президента Ассоциации участников рынка артиндустрии, народные художественные промыслы как коллективы людей, производящих поделками, существуют только в России.** На состояние промыслов влияет целый ряд факторов. Рассмотрим основные из них:

- культурная политика государства

Государственная культурная политика реализуется на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Федеральный уровень культурной политики предполагает разработку концепции развития сферы культуры России и мероприятий по ее реализации в масштабе всей страны. В рамках национального проекта «Культура» предполагается реализация Федерального проекта «Создание условий для реализации творческого потенциала нации («Творческие люди»)», целью которого является создать условия для укрепления гражданской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации (укрепление российской гражданской идентичности на основе духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации, включая мероприятия, направленные на популяризацию русского языка и литературы, народных художественных промыслов и ремесел).

Региональная культурная политика учитывает этно-национальные, исторические, географические, социально-экономические и другие условия конкретного региона. Муниципальный уровень культурной политики отражает такие сферы культурной жизни как сохранение культурного наследия, художественно-эстетическое развитие детей и молодежи, подготовка и проведение праздничных мероприятий, организация и регламентация работы государственных учреждений культуры, находящихся на муниципальном бюджете.

* Лезина Г.А. Семикаракорский фаянс: к истории становления традиции//Культурная жизнь юга №5 (43), 2011. С. 80-82

** Народные художественные промыслы – это исключительно российский феномен [Электронный ресурс] URL: <http://industryart.ru/narodnye-xudozhestvennyye-promysly-eto-isklyuchitelno-rossijskij-fenomen> (дата обращения: 10.02.2021г)

С целью сохранения, возрождения и развития народных художественных промыслов в 2003 году в Санкт-Петербурге открыт единственный профильный вуз в этой области – Высшая школа народных искусств. При данном вузе открыт целый ряд филиалов: Московский, Рязанский, Мстёрский, Холуйский, Федоскинский, Богородский, Сергиево-Посадский, Омский, что позволяет обучать будущих мастеров народных художественных промыслов непосредственно в местах исторического расположения промыслов.

- региональная поддержка развития промыслов

Каждый регион России имеет органы местного самоуправления. Во многом это помогает сохранять и поддерживать самобытную культуру каждого народа. К примеру, вслед за «Указом о мерах государственной поддержки народных художественных промыслов» Российской Федерации (1994 г.) и законом «О народных художественных промыслах» (1999 г.), в регионах Южной Сибири были приняты законодательные акты и программы по поддержке и развитию национальных промыслов. Среди них: «Об историко-культурном наследии Республики Алтай» от 29.06.1994 г.; закон Республики Тыва от 30.11.1999 г. «О народных художественных промыслах» и другие. В каждом субъекте РФ приняты собственные региональные законодательные акты, обеспечивающие поддержку народных художественных промыслов.

- популяризация промыслов

Одной из активных форм привлечения внимания к народным художественным промыслам являются выставки, ярмарки, на которых демонстрируются изделия НХП и ремесел. К примеру, Московская выставка-ярмарка «Ладья», выставка-ярмарка «Русь мастеровая» в Чувашии, Ивановский общероссийский фестиваль «Лоскутная мозаика России» и др. В регионах традиционного бытования промыслов проводятся фестивали народного искусства. В работу по популяризации промыслов активно включаются музеи, организовывая экспозиции, посвященные народным художественным промыслам, а также приобретая их изделия для своих коллекций. На предприятия промыслов организуются экскурсии, в том числе с участием в мастер-классах, где можно принять участие в изготовлении продукции.

Народные художественные промыслы имеют довольно слабую поддержку средств массовой информации. О промыслах снимают документальные фильмы и передачи, однако, выходят они, как правило, не на федеральных каналах и не в самое удобное эфирное время. Предприятия промыслов не могут себе позволить оплатить масштабную рекламную компанию, поэтому события, связанные с промыслами, освещаются достаточно скупо. Как правило это реклама выставок или фестивалей. Тем не менее промыслы часто используют как бренд России на масштабных спортивных мероприятиях (например, символика народных художественных промыслов активно использовалась при оформлении олимпийских игр в Сочи в 2014 году).

Все производители стремятся разместить в Интернете информацию о своем товаре. Это позволяет охватить большую потребительскую аудиторию, своевременно получать обратную связь о качестве предлагаемого товара, наличие спроса на него. Наличие интернет-магазина может привлечь больше покупателей, так как не все имеют возможность искать нужный товар в магазинах. Предприятия народных художественных промыслов не стали исключением. Такие промыслы как Богородская игрушка, Федоскино, Жостово, Елочка, фарфор Вербилоч, Гжель, Дулево, павловопосадские платки имеют собственные веб-сайты.* Проведем их сравнительный анализ.

Дулево, Жостово, Гжель и Павловопосадская платочная мануфактура имеют версии сайтов на английском языке. Это говорит о том, что данные производства стараются расширить потребительскую аудиторию и готовы сотрудничать, в том числе, с иностранными партнерами. Главные страницы сайтов Жостово и Гжели открываются заставкой с характерными элементами росписи, стремясь подчеркнуть неповторимый стиль художественного промысла.

Все сайты имеют в своем составе несколько разделов. Обязателен для всех сайтов раздел «Контакты», в котором указаны контактные телефоны, e-mail и схема проезда. В этом разделе можно найти сведения о магазинах, в которых продаются изделия данного промысла. На сайтах содержится информация о работе музеев при производстве, проведении экскурсий и мастер-классов.

Также на всех сайтах представлен раздел «История», в котором можно найти сведения об истории развития промысла от истоков до наших дней. На сайтах размещается информация о художественных особенностях промысла в разные временные периоды, причинах их изменений. Здесь можно найти информацию о выдающихся мастерах, которые внесли весомый вклад в развитие промысла. Также на всех сайтах отражено современное состояние производства.

Конечно, большое внимание на каждом сайте уделено производимой продукции. Представлены фото и видео материалы, отражающие ассортимент изделий. На сайтах Федоскино, Дулево, Елочки, Гжели и Павловопосадской платочной мануфактуры действуют интернет-магазины, с помощью которых можно выбрать и купить продукцию промысла. Можно говорить о том, что представленные сайты

* Ателье Федоскино [Официальный сайт]. URL: <http://fedoskino.ru/> (дата обращения: 15.10.2014); Богородская фабрика [Официальный сайт]. URL: <http://www.bogorodskoe.ru/> (дата обращения: 08.10.2014); Дулевский фарфор [Официальный сайт]. URL: <http://www.dulevo.ru/> (дата обращения: 12.10.2014); Елочка. Клинская игрушка [Официальный сайт]. URL: <http://www.yolochka.ru/> (дата обращения: 10.10.2014); Жостовская фабрика декоративной росписи [Официальный сайт]. URL: <http://www.zhostovo.ru/> (дата обращения: 13.10.2014); Мануфактура Гарднер в Вербилках [Официальный сайт]. URL: <http://www.gardnerporcelain.com/> (дата обращения: 09.09.2021); Объединение Гжель ЗАО [Официальный сайт]. URL: <http://www.gzhel.ru/> (дата обращения: 11.09.2021); Павловопосадская платочная мануфактура [Официальный сайт]. URL: <http://platki.ru/> (дата обращения: 14.09.2021)

имеют сходную структуру, что объясняется направленностью на выполнение общих задач.

Как мы видим, народные художественные промыслы стараются соответствовать современным требованиям, одним из которых является размещение информации в СМИ и сети Интернет.

Также можно говорить о том, что Интернет обладает большим потенциалом для развития народных художественных промыслов. Во-первых, это среда для оперативного размещения информации о выставках, ярмарках, фирменных магазинах, где можно приобрести продукцию промыслов. Во-вторых, в Интернете помимо официальных сайтов можно найти другие источники информации о промыслах (энциклопедии, монографии исследователей), которые позволяют получить более полное представление об истории и этапах развития промыслов. И, в-третьих, народные художественные промыслы являются важной составляющей туристического кластера Подмосковья. В Интернете можно найти подробную информацию о схеме проезда, экскурсиях на предприятия промыслов.

- деятельность некоммерческих организаций и союзов

В 1990 году после ликвидации Министерства местной промышленности была создана Ассоциация «Народные художественные промыслы России», которая вплоть до настоящего времени занимается вопросами сохранения и поддержки предприятий народных художественных промыслов по всей стране. Благодаря ее деятельности в 1999 году был принят Федеральный закон «О народных художественных промыслах». Ассоциация организует и проводит выставки, ярмарки, конференции, круглые столы и другие мероприятия, направленные на популяризацию изделий промыслов и привлечение внимания к существующим проблемам производств. Традиционными стали московские выставки-ярмарки «Ладья» и «Жар-птица», в различных регионах проводится Всероссийский смотр-конкурс «Молодые дарования» среди мастеров народных художественных промыслов. Народные художественные промыслы были включены в программу «Культура России».

На Портале единой автоматизированной информационной системы поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций Министерства экономического развития Российской Федерации* зарегистрирован ряд организаций, поддерживающих народные художественные промыслы.

- туристическая привлекательность промыслов

Становятся популярными экскурсионные маршруты на предприятия народных художественных промыслов. Наиболее частая форма – экскурсии выходного дня, однодневные или двухдневные экскурсии,

* Министерство экономического развития Российской Федерации. Портал единой автоматизированной информационной системы поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций. – Режим доступа: <http://nko.economy.gov.ru> (дата обращения 02.09.2021)

в ходе которых можно познакомиться с достопримечательностями, традициями данной территории, купить сувенирную продукцию, в том числе народных художественных промыслов. Активно используют эту форму города Золотого кольца. Многие территории бытования промыслов возрождают или организуют вновь культурные события, способные привлечь туристов: фестивали, ярмарки народных ремесел, народные праздники (например, фарфоровый фестиваль в Дулево). Многие промыслы организуют экскурсии непосредственно на производство, часто с возможностью участия в мастер-классах.

Выявленные факторы оказывают наиболее значительное влияние на современное состояние предприятий народных художественных промыслов. Поддержка государства, а также частных и общественных (в том числе некоммерческих) организаций по данным направлениям позволит промыслам, находящимся на грани исчезновения, сохранить свое существование, а остальным продолжить свое успешное развитие.

В связи с тем, что в 90-х годах XX века были упразднены государственное управление и контроль за промыслами, а НИИ художественной промышленности перестал существовать, предприятия, работающие в сегменте НХП, стали испытывать определенные затруднения.^{*} После распада СССР предприятия промыслов остались вне зоны внимания со стороны государства, что неизбежно привело к уменьшению объемов производства и даже закрытию некоторых фабрик. Утрачен ряд уникальных промыслов: киришское кружевоплетение в Ленинградской области, вятское кружевоплетение в Кировской области, воронежское, ивановское и карсунское ручное ткачество, хлудневская глиняная игрушка, мстерская вышивка, тюменское ковроткачество.^{**} Многие предприятия оказались на грани выживания.

Для некоторых промыслов сейчас довольно остро стоит проблема интеллектуальной собственности, когда наряду с основным предприятием продукцию под той же маркой выпускают частники. Например, подобная ситуация сложилась в Гжели, где рядом с фабрикой люди в своих домах кустарным способом сами изготавливают посуду и продают ее под известной маркой. Большая часть мастеров-надомников работают в тени, нарушая технологию производства изделий, понижают уровень художественного качества, не платят налоги и своей деятельностью наносят урон экономическим основам организаций НХП. Серьезной проблемой для предприятий народных художественных промыслов является конкуренция с массовым производством, продукция которого занимает большую часть рынка.

В октябре 2018 года эксперты Общероссийского народного фронта провели рейд по сувенирным магазинам Старого Арбата – одной из

* Сучкова С.Ю. Развитие потенциала конкурентоспособности товаров народных художественных промыслов : автореферат дис. ... кандидата экономических наук, – СПб. – 2011, с. 23.

** Шелкова М.Э. Матрёшка как отрасль экономики // Территория и планирование. 2010. №2 (26)

главных туристических улиц Москвы. Инициатором выступила Ассоциация участников рынка артиндустрии. В комиссию также были приглашены представители Национального союза народных художественных промыслов и Минпромторга России. Было выявлено, что больше половины продукции (около 60%), находящейся на прилавках, является поддельной, т.е. изготовлена на неизвестных фабриках или в Китае. Эксперты высказали мнение, что «государство должно выступить регулятором в этом вопросе и четко отделить произведения народного искусства от сувениров в национальном стиле». Существует несколько аспектов: во-первых, контрафактная продукция может быть вредна для здоровья, так как, в отличие от настоящих предприятий промыслов, неизвестно какие материалы использовал изготовитель. Например, посуда может стать опасной при ее бытовом применении, если для росписи были выбраны дешевые краски, не предназначенные для подобных целей. Во-вторых, из-за нарушения технологии изготовления контрафактные изделия значительно дешевле оригинальных и составляют им ощутимую конкуренцию. Чтобы защитить народное искусство и покупателей, эксперты предлагают ввести государственную регистрацию художественно-стилевых особенностей промыслов, то есть товарные знаки*.

Можно выделить ряд региональных особенностей, которые оказывают влияние на развитие предприятий народных художественных промыслов:

- рост доходов населения (Чем выше доходы, тем больше покупательная способность. Люди будут обращать внимание не только на цену, но и на качество предлагаемых изделий);
- рост жилищного строительства (позволит обеспечить приток нового населения в регион, это потенциальные покупатели, а также кадровый резерв промыслов);
- традиции региона (например, дарить на свадьбу изделия промыслов);
- внедрение в школах региона образовательных программ и курсов, способствующих популяризации промыслов, облегчающих поступление в соответствующее учебное заведение.

Государственная поддержка в данных направлениях позволит увеличить занятость населения в регионах на предприятиях народных промыслов. В то же время, проблема государственного регулирования народных художественных промыслов в нашей стране остается открытой. За последние 100 лет промыслы претерпели значительные изменения как в процессе производства, так и в своем смысловом содержании. Это связано с изменениями политического строя в стране, общими тенденциями развития в мировой и отечественной куль-

* Ассоциация участников рынка артиндустрии [Электронный ресурс] URL: <http://industryart.ru/onf-provel-na-moskovskom-arbate-rejd-po-vyyavleniyu-kontrafaktnyx-izdelij-narodnyx-promyslov/> (дата обращения 08.09.2021г)

туре. В современных условиях народные художественные промыслы находятся под влиянием различных факторов: социально-экономических, политических и других. Предприятия народных художественных промыслов вынуждены приспосабливаться к современным рыночным условиям, жесткой конкуренции со стороны производителей товаров массового потребления. В советский период промыслы активно поддерживались государством, существовала система госзаказов, в то же время к изделиям предъявлялись жесткие требования, сюжеты были стандартизированы.

На современном этапе предприятия промыслов получили свободу творчества с одной стороны, и недостаточно эффективные меры государственной поддержки с другой. Многие производства находятся на грани исчезновения, т.к. без дополнительной помощи не могут быть экономически рентабельными. Также большое влияние на состояние промыслов оказывают процессы глобализации, характерные для современной культуры. Взаимовлияние и взаимопроникновение культур привели к возникновению процессов унификации и стандартизации в различных отраслях. С одной стороны, это привело к падению спроса на предметы НХП, т.к. на рынке появилось большое количество аналогичных товаров по более низким ценам. С другой стороны, в отличие от товаров массового производства, изделия промыслов являются уникальным, часто штучным товаром. В противовес тенденциям к глобализации все чаще можно услышать призывы к возрождению национальных, народных культур. В этом контексте обращение к народным художественным промыслам становится особенно актуальным.

Список литературы

1. Астафьева О.Н. Самоорганизационные компоненты социокультурного проектирования в регионах Российской Федерации // Современная действительность сквозь призму культурологического знания. Материалы международного научно-творческого форума (научной конференции). Челябинск, 2020. С.54-63.
2. Купцова И.А. Культурная политика и потенциал самоорганизации российской провинции // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А.Шолохова. История и политология. №3, 2011. С.87-103.
3. Лезина Г.А. Семикаракорский фаянс: к истории становления традиции//Культурная жизнь юга №5 (43), 2011. С. 80-82
4. Сучкова С.Ю. Развитие потенциала конкурентоспособности товаров народных художественных промыслов: автореферат дис. ... кандидата экономических наук. – СПб. – 2011. С. 23.

Бороноева Т.А.,

кандидат искусствоведения, директор
Национального музея Республики Бурятия

Национальный музей Республики Бурятия как участник креативных индустрий

Опыт становления Национального музея Республики Бурятия как участника региональной креативной экономики представляется интересным и эффективным, поскольку музейные фонды культурного наследия стали ресурсом творческой индустрии, а его одна из площадок – одновременно и творческой лабораторией, и успешным коммерческим предприятием.

2021 год ООН объявил Международным годом креативной экономики. Под этим необычным понятием подразумевается особый сектор экономики; он объединяет такие виды деятельности, которые связаны с интеллектуальной работой, креативностью и творчеством. В центре этой динамичной экономики находятся культурная и креативная индустрии; они расположены на стыке культуры, искусства, бизнеса, товарооборота и инновационных технологических разработок*.

Традиционно музеи считаются институтом сохранения культурного наследия – традиционной культуры и культурных достопримечательностей. При всей важности исполняемой ими роли в деле по сохранению национальной самоидентичности общества и в развитии страны, коммерческая сторона их существования всегда оставляла желать лучшего. Это объяснялось не только отсутствием в музейном деле специалистов с предпринимательскими способностями и соответствующим опытом, но и отсутствием концептуального самопонимания – понимания возможностей самореализации в данном социокультурном контексте и в условиях рыночных отношений. Иначе говоря, большинство музеев страны по-прежнему считали себя местом демонстрации древностей и только.

С определенного момента перелом в музейной практике стал зависеть от осмысленной стратегии маркетинговой политики, музейного менеджмента, от качества и системности работы музеев по установлению связей с общественностью. Для Национального музея Республики Бурятия такой момент наступил в 2011 году, когда под его брендом были объединены четыре региональных музея – Музей истории им М.Н. Хангалова, Художественный музей им. Ц.С. Сампилова, Музей природы Бурятии и Новоселенгинский музей декабристов. Вместе с этим руководство новообразованного музея взяло курс на внедрение инновационных технологий в своей разносторонней деятельно-

* Международный год креативной экономики в целях устойчивого развития // <http://ru.unesco.kz/international-year-of-creativ-economy-for-sustainable-development> (дата обращения: 28.06.2021 г.). Текст: электронный.

сти. Так, музей активно работает на официальных страницах во всех популярных социальных сетях: Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Яндекс, You tube⁷. Сегодня большинство из его проектов реализуются с использованием современных интерактивных технологий. Среди наиболее значимых можно назвать виртуальное представительство Государственного музея истории религии (г. Санкт-Петербург) с информационно-образовательным ресурсом «Буддизм на берегах Невы»⁸, «Русский музей: виртуальный филиал», участие в Национальном проекте «Культура» в программе по созданию мультимедиагидов по музеям России с применением технологии дополненной реальности «ARTEFACT» и др.

На одном инновационном проекте Национального музея, который непосредственно связан с креативной экономикой, остановимся поподробнее. В 2012 г. в его стенах была открыта выставка-продажа современного бурятского изобразительного искусства «Арт-Бэлиг» (бэлиг в пер. с бурятского – подарок). Это был первый опыт развития профессионального художественного рынка на площадке музея. А можно сказать иначе – на этой площадке была удачно запущена работа творческой индустрии. Художники, которые до этого по разным причинам испытывали проблемы с попытками продать свои произведения, нашли в лице музея надежного партнера. Рыночному акту по купле-продаже музей не просто придал цивилизованную форму, но и оживил покупательскую активность любителей живописи, расширил ее географию (оказалось, что у современной бурятской живописи есть поклонники далеко за пределами республики). Об успехе этого музейного предприятия говорит и то, что его коммерческие конкуренты – специализированные магазины – растеряли своих клиентов. Ну, а само слово бэлиг-подарок говорит о том, что в сознании людей ценность произведения искусства потеснила все прочие и лучшим подарком стала картина или валяние из бронзы, кости, нефрита.

Другим результатом этого опыта стало то, что он раскрыл творческий потенциал никому не известных художников и способствовал их переходу в разряд профессионалов с членством в Союзе художников и с персональными выставками в стенах того же музея.

Самые молодые художники на базе «Арт-Бэлиг» организовали свою творческую ассоциацию «\$ампилов-Арт», где под патронажем искусствоведов и маститых художников дух творчества и молодости обретал черты профессионализма, о чем свидетельствует их успешное участие в международной конкурсной выставке «Арт-Владивосток». Три представителя этой ассоциации (Д. Кантанова, Р. Доржие-

* Боронова Т.А., Гомбоев Б.Ц. Роль Национального музея Республики Бурятия в развитии музейного дела и туристической отрасли // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. №12 (1). С.88-102. Текст: непосредственный.

** Боронова Т.А. Национальный музей Республики Бурятия как ресурс региональной креативной экономики // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2021. -№3. – С.19-25.

ва, С. Иванов) стали ее лауреатами, а произведения восьми ее членов были включены в выставочный каталог.

Кроме того, с первых дней открытия выставки «Арт-Бэлиг» музей активно начал работать в сфере реализации собственного ассортимента музейного продукта. Выпускались календари с изображением музейных экспонатов, наборы открыток с уникальными объектами культуры, сувенирная продукция с использованием фирменного знака, а с 2019 года музей начал выпускать серии тканевых сувениров: сумки, косметички, гобелены, платки, шарфы и пр. Музейные сувениры-принты изготовлены по мотивам произведений известных художников Бурятии, уникальных буддийских, этнографических и археологических экспонатов коллекции музея*.

Таким образом, музей, храня уникальное культурное наследие, имея огромный потенциал для разработки и продвижения музейного товара, логистику сбыта (выставка-продажа «Арт-Бэлиг», музейные киоски), в настоящее время становится полноценным участником республиканских творческих индустрий, где слово индустрия говорит не только о творческой, но и о коммерческой устойчивости этого предприятия из сферы креативной экономики.

Список литературы:

1. Международный год креативной экономики в целях устойчивого развития // <http://ru.unesco.kz/international-year-of-creativ-economy-for-sustainable-development> (дата обращения: 28.06.2021 г.). Текст: электронный.
2. Бороноева Т.А., Гомбоев Б.Ц. Роль Национального музея Республики Бурятия в развитии музейного дела и туристической отрасли // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. №12 (1). С.88-102. Текст: непосредственный.
3. Бороноева Т.А. Национальный музей Республики Бурятия как ресурс региональной креативной экономики // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2021. – №3. – С.19-25.

* Бороноева Т.А. Национальный музей Республики Бурятия как ресурс региональной креативной экономики // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2021. – №3. – С.19-25.

Афонина Ксения Сергеевнамагистрант кафедры культурологии
ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Культурно-образовательная программа «Художественные образы народных промыслов Подмосковья»

В современном мире, когда в повседневном окружении человека преобладают продукты массовой культуры, наблюдаются проблемы неустойчивости ценностных и культурных ориентаций, деформации эстетического вкуса, усиления потребительских отношений к материальной действительности. Содействовать решению этих проблем можно через увеличение роли национального в современном социально-культурном пространстве и через воспитание интереса к отечественной культуре и искусству в процессе реализации культурно-образовательных практик. Под культурно-образовательными практиками понимается «деятельность, основанная на приобщении ребенка к миру культуры и искусства посредством освоения различных программ, участия в социокультурных и просветительских проектах, реализуемых в условиях как формального, так и неформального образования»^{*}.

Актуальным направлением в культурно-образовательных практиках, являются программы, использующие потенциал народных художественных промыслов (далее НХП). Будучи одной из форм народной культуры, древнейшего пласта отечественной культуры, художественные промыслы воплощают в себе духовно-нравственные ценности и традиционные художественные образы, знакомство с которыми позволит подрастающему поколению обрести основу формирования мировоззрения и мироощущения.

Нами была разработана культурно-образовательная программа «Художественные образы народных промыслов Подмосковья». Основанная на использовании педагогических средств и культурно-образовательного потенциала народных художественных промыслов Московской области, она создает условия для приобщения детей к ценностям отечественной культуры, развития их эстетического вкуса и получения определенного опыта художественно-творческой деятельности.

Цель культурно-образовательной программы «Художественные образы народных промыслов Подмосковья» – знакомство с художественными образами, воплощенными в изделиях народных художественных промыслов Подмосковья.

* Купцова И. А., Елизарова А. О. Культурно-образовательная деятельность в структуре детского досуга: анализ региональных практик // Педагогика и психология образования. 2020. № 3. С. 11

Согласно М. А. Некрасовой, «народное творчество несет образы, имеющие большой жизненный смысл»*, а в характере образа заключаются чувства всеобщности, единства и мировой гармонии. Образы народного искусства воплощают устойчивые мировоззрения на мир, а их вариативное воплощение в художественных изделиях позволяет сохранять преемственность этих мировоззренческих традиций. Их универсальность делает образный язык понятным, тем самым удобным для восприятия передаваемых ценностей. Т. И. Шпикалова отмечала, что «преобразующая сила образов народного искусства» – один из источников «поэтического, художественного преобразовательного начала в детском творчестве, связанном с духовным развитием личности младшего школьника»**.

Соответственно цели были определены задачи программы:

- 1) сформировать представление о роли искусства и художественной деятельности в развитии культуры и в жизни отдельного человека;
- 2) ознакомить участников программы с основными художественными промыслами Московской области, рассмотреть историю их возникновения и развития;
- 3) изучить основные выразительные средства и стилевые особенности изделий художественных промыслов Московской области;
- 4) освоить на практике элементы создания художественных образов в стиле Промыслов Подмосковья.

Данная программа рассчитана на детей младшего школьного возраста и может применяться на базе музеев, в том числе школьных. Кроме этого, возможно использование разработки для проведения отдельных занятий в сфере дополнительного образования или во время культурно-досуговых мероприятий.

Структурная особенность культурно-образовательной программы заключается в том, что ее содержание делится на три основных цикла:

- 1) Природа;
- 2) Животные;
- 3) Человек.

В ходе освоения каждого цикла дети знакомятся с лучшими образцами изделий НХП Московской области, их стилистическими особенностями, получают представление о языке образного выражения в народном искусстве, учатся понимать связь художественного изображения и реальности, а также познают способы ее преобразования в творческой деятельности. В результате у детей появляется возможность развития творческих компетенций и вместе с тем приобщения

* Некрасова М. А. Народное искусство как часть культуры [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/nekra/sova/narod/2.htm>

** Возвращение к истокам: Народное искусство и детское творчество: учеб.-метод. пособие / Под ред. Т. Я. Шпикаловой, Г. А. Поровской. – М., 2000. С. 52

к многообразию культуры России. Подробнее содержание занятий представлено в Таблице 1.

В ходе освоения программы дети получают представление об изображении образов растений, животных и человека в изделиях народных художественных промыслов Подмосковья, учатся использовать эти образы в своем творчестве, приобщаясь при этом к отечественной культуре, определенным эстетическим и ценностным ориентирам. Специфика художественных промыслов как части народного искусства определяется их взаимосвязью с другими его видами, что учитывается в программе. В содержание занятий включаются произведения устного, музыкального народного творчества, фрагментов и элементов народного зодчества, костюма. Так обеспечивается восприятие образов НХП в целостном контексте народной культуры. В целях более успешного усвоения материала и формирования познавательного интереса обучающихся к предмету изучения предусматривается использование разнообразных методических средств. Основные методы, применяемые в ходе организации занятий: словесные, игровые, наглядные, практической работы.

Таблица 1.

Содержание занятий культурно-образовательной программы «Художественные образы народных промыслов Подмосковья»

№	Занятие	Цель	Задачи
Цикл «Природа»			
1.	Народная культура и искусство	Формирование базовых знаний о сущности народного искусства и народных художественных промыслов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: сформировать понимание термина «промысел», дать представление об особенностях развития народных художественных промыслов. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к окружающей действительности. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию умения анализировать художественные образы.

2.	Растительный мир глазами художника	Формирование умения воспринимать объекты природы как предметы художественно-творческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: способствовать получению умений работать с художественными материалами, расширить представление о способах творческой переработки натуральных объектов. 2. Воспитательные: создать условия для воспитания способности видеть красоту в обычном и привычном, замечать гармонию природных форм, создать условия для воспитания эстетического отношения к природному миру. 3. Развивающие: содействовать развитию художественного мышления, способствовать развитию творческого потенциала.
3.	Растительные мотивы в орнаменте народных художественных промыслов	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области росписи изделий народных художественных промыслов орнаментами с растительными элементами	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить детей с растительными росписями изделий НХП Московской области, продолжить расширять представление о способах творческой переработки натуральных объектов 2. Воспитательные: создать условия для воспитания эстетического отношения к природному миру, способствовать воспитанию положительного интереса к творческой деятельности. 3. Развивающие: способствовать развитию умения анализировать художественные образы, способствовать развитию творческого потенциала.
4.	Цветущая природа в промыслах Подмосковья	Формирование представлений о цветочных мотивах и стилистических особенностях их изображения в изделиях НХП Московской области	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить с флористическими мотивами в изделиях промыслов Жостово, Павловского Посада, Гжели, Вербилок, Дулево, расширить представление о народных художественных промыслах. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к природному миру. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству промыслов Подмосковья, способствовать развитию художественного вкуса.

5.	Цветочная мотивы в оформлении платка	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области оформления текстильных изделий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: закрепить знания о стилистических особенностях промысла Павловского Посада, способствовать получению умения декорирования текстильных изделий. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к природному миру. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству промыслов Подмосковья, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.
6.	Образ родной земли в изделиях народных художественных промыслов	Формирование представлений об интерпретации жанра пейзажа в художественных промыслах Подмосковья	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить с жанром пейзажа, дать представления об изображении пейзажей в изделиях НХП Московской области. 2. Воспитательные: способствовать воспитанию любви и бережному отношению к природе, приобщить к народной художественной культуре. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству, способствовать развитию художественного вкуса.
7.	Пейзаж в оформлении шкатулки	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области изображения пейзажа на изделиях художественных промыслов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: способствовать получению умения декорирования утилитарных изделий, способствовать получению умений работать с художественными материалами. 2. Воспитательные: создать условия для воспитания эстетического отношения к природному миру, способствовать воспитанию положительного интереса к творческой деятельности. 3. Развивающие: способствовать развитию творческого потенциала, содействовать развитию художественного мышления.
Цикл «Животные»			

1.	Животные в искусстве	Формирование базовых знаний о животных образах в народном искусстве	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: дать представление о символическом значении животных образов в народной культуре, познакомить с изображениями образов животных в изделиях НХП. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания положительного отношения к художественным образам народного искусства. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию умения анализировать художественные образы.
2.	Птица как художественный образ	Формирование представлений о стилистических особенностях изображения птицы в изделиях НХП Московской области	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить детей с изображениями птиц в изделиях НХП Московской области, дать представления о символичности образа птицы в народном искусстве. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания доброго отношения к животному миру. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию умения анализировать художественные образы.
3.	Образ птицы в оформлении изделий промыслов Подмоскovie	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области оформления керамических изделий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: закрепить знания о стилистических особенностях Гжельского промысла, способствовать получению умения декорирования керамических изделий. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к миру животных. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству промыслов Подмоскovie, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.
4.	Животный образ в народной игрушке Московской области	Формирование представлений об изображении животных в изделиях Богородского промысла	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить с образом животных в народной игрушке, закрепить знания о стилистических особенностях Богородского промысла. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к миру животных. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству промыслов Подмоскovie, способствовать развитию художественного мышления.

5.	Воплощения образа животного в игрушке	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области изготовления игрушечных изделий по технологиям НХП Московской области	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: продолжать знакомить с технологиями воплощения образов животных в искусстве НХП, способствовать получению умения создания изделий НХП. 2. Воспитательные: приобщить к художественно-творческой деятельности, создать условия для воспитания положительного интереса к творческой деятельности. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству художественных промыслов Подмосквья, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.
6.	Образ коня в промыслах Подмосквья	Формирование представлений о стилистических особенностях изображения коня в изделиях НХП Московской области	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить детей с отображением образа коня в изделиях НХП Московской области, дать представления о символичности образа коня в народном искусстве. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к животному миру. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию умения анализировать художественные образы.
7.	Животные как участники сказочных сюжетов	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области оформления деревянных изделий НХП	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: продолжать знакомить с технологиями воплощения образов животных в искусстве НХП, способствовать получению умения создания изделий НХП. 2. Воспитательные: приобщать к народной художественной культуре, создать условия для воспитания положительного интереса к творческой деятельности. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству НХП Подмосквья, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.
Цикл «Человек»			

1.	Человек в искусстве	Формирование базовых знаний об особенностях изображения человека в народном искусстве	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить с представлениями о красоте согласно народным традициям, дать представление об особенностях изображения человека в народном искусстве. 2. Воспитательные: приобщать к народной художественной культуре, создать условия для воспитания таких качеств, как доброта, честность, трудолюбие. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию эстетического вкуса.
2.	Традиции и современность праздничных обрядов	Формирование представлений об особенностях изображения праздничной культуры в изделиях НХП Московской области	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить детей с интерпретациями праздничных традиций в изделиях НХП Московской области, дать представление о различиях современных и традиционных праздничных обычаях. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к окружающей действительности 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию умения анализировать художественные сюжеты в изделиях НХП Московской области.
3.	Праздничные сюжеты в изделиях промыслов Подмоскovie	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области оформления изделий НХП	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: продолжать знакомить с технологиями художественных образов и сюжетов в искусстве НХП, способствовать получению умения создания изделий НХП. 2. Воспитательные: приобщать к народной художественной культуре, создать условия для воспитания положительного интереса к творческой деятельности. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству НХП Подмоскovie, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.
4.	Народные художественные промыслы в повседневной жизни человека	Формирование представлений о значимости искусства НХП Московской области в жизни человека	<ol style="list-style-type: none"> 1. Образовательные: познакомить с основными функциями изделий НХП, дать представление об особенностях отношения человека с изделиями НХП. 2. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к окружающей действительности. 3. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса к народной культуре, способствовать развитию эстетического вкуса.

5.	Быт художника	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области оформления керамических изделий НХП	Образовательные: продолжать знакомить с технологиями художественных образов и сюжетов в искусстве НХП, способствовать получению умения создания изделий НХП. Воспитательные: приобщать к народной художественной культуре, создать условия для воспитания положительного интереса к творческой деятельности. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству НХП Подмосковья, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.
6.	Декоративно-прикладной характер изделий народных художественных промыслов	Формирование представлений о функциях изделий НХП как изделий декоративно-прикладного искусства	Образовательные: дать представление об особенностях взаимодействия интерьера и изделий НХП, способствовать умению определять назначение художественных изделий. Воспитательные: приобщать к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к окружающему миру. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству промыслов Подмосковья, способствовать развитию художественного вкуса.
7.	Изделие художественных промыслов как творческий проект	Формирование практических навыков художественно-творческой деятельности в области создания изделий НХП	Образовательные: закрепить знания о стилистических особенностях НХП Московской области, способствовать получению умений создания изделий НХП. Воспитательные: приобщить к народной художественной культуре, создать условия для воспитания эстетического отношения к окружающему миру. Развивающие: способствовать развитию познавательного интереса детей к искусству промыслов Подмосковья, способствовать развитию творческого потенциала ребенка.

Словесные методы – основа для изложения теоретического материала. В данной программе они необходимы для пояснения, анализа, истолкования различных понятий и положений, критики и простого обмена информацией между субъектами образовательного процесса. Без них невозможна коммуникация преподавателя с детьми во время занятия. Активно словесные методы используются при анализе художественных произведений, во время беседы, где каждый обменивается мнением по поводу анализируемого изделия.

Внедрение игровых методов подразумевается на разных этапах занятия. В начале урока игра используется для плавного введения учащихся в тему занятия. Например, для такой цели служит игра «Народный костюм» на пятом занятии первого цикла «Цветочные мотивы в оформлении платка». Дети одевают манекен в народный костюм и

отмечают важную отсутствующую деталь костюма – платок. После им предлагается создать этот элемент самим, опираясь на художественные традиции Павловопосадского промысла. Проведение игры в процессе урока и конце позволяет систематизировать полученные знания, повторить материал и закрепить определенные умения и навыки. Например, игра «Дорисуй птицу» из второго занятия второго цикла «Птица как художественный образ» позволяет закрепить знания особенностей изобразительной стилистики промыслов. Или игра «Покупай, поспеши!», позволяющая детям еще раз повторить и осознать основные причины, почему искусство в целом и искусство народных художественных промыслов так ценно для человека.

Особое значение в программе уделяется наглядному пособию. Изучение изобразительного искусства невозможно без наглядного примера. В данной программе, которая опирается на художественные образы народных промыслов Подмосковья, основу наглядного материала представляю изделия изучаемых промыслов. Дети учатся смотреть произведения искусства, анализировать их и выразительные средства. Это необходимо для развития способности понимания общего и особенного в каждой художественной вещи. Разнообразие наглядного материала позволяет сравнивать изделия между собой, замечать разницу в изображении одних образов в зависимости от особенностей материала и технологий, определяемых региональными традициями. Без предварительного изучения наглядного материала также осложнено практическое освоение элементов и технологий создания художественных произведений в стиле НХП Московской области. Умение анализировать образ влияет на возможность выявления взаимосвязей художественно-выразительных средств, понимание которых полезно для воплощения авторских творческих идей.

Формирование практических умений является эффективным способом приобщения к искусству НХП. По словам А. В. Бакушинского, «овладение материалом и средствами творческого выражения» необходимо в той же степени, как и «воспитание способности восприятия-созерцания», поскольку «внутренний образ требует своего реального воплощения, превращения в художественную вещь»^{*}.

Народное искусство, будучи «живой системой творческого мышления»^{**}, должно осваиваться методами творческого и практического характера. Практическая работа на занятиях программы строится с учетом художественно-творческих задач трех важных типов: повтор, вариация и импровизация. При освоении культурно-образовательной программы она увеличивает вероятность более полного понимания учащимися особенностей искусства НХП и специфики народных худо-

* Бакушинский А. В. Художественное творчество и воспитание: Опыт исследования на материале пространственных искусств / А. В. Бакушинский. М., 1925. С. 156

** Возвращение к истокам: Народное искусство и детское творчество / Под ред. Т. Я. Шпикаловой, Г. А. Поровской. М., 2000. С. 69

жественных образов. Творческая деятельность сталкивает учащихся с проблемами поиска образного решения авторского художественного произведения, взаимодействия с особенностями материала, проявления выразительности формы и пропорций, выбора цветового решения и т. д. Это позволяет лучше проникнуть в суть изучаемого предмета и глубже понять особенности образов народных художественных промыслов. Так, за время освоения программы ее участники выполняют несколько изделий в нескольких материалах, беря за основу традиции промыслов Подмоскovie в художественной обработке текстильных, керамических и деревянных изделий. Путем освоения способов воспроизведения и создания авторских художественных изделий осуществляется приобщение к традиционным мировоззрениям. Образы народных художественных промыслов, воплощаясь в декоративных формах искусства, исходят из общих родовых, мифологических и эстетических представлений народа. С технологией производства изделий и характером материала неотрывно связано духовное содержание художественных образов в изделиях народных художественных промыслов, поскольку они определяют особенности воплощения этого содержания. Тем самым, сочетание теоретического материала и практической деятельности способствует комплексному познанию изучаемых тем и более крепкому усвоению получаемого материала.

Таким образом, значимость данной программы проявляется в том, что она предполагает создание условий, влияющих на развития познавательного интереса подрастающего поколения к народным художественным промыслам и народной культуре, который в перспективе положительно сказывается на уровне эстетического воспитания и помогает определиться с творческими и жизненными ориентирами. Изучение художественных образов народных промыслов через восприятие теоретической информации, обсуждения, беседы и практическую творческую деятельность, прививает понимание ценности произведений НХП как важной части отечественной культуры и искусства в целом, что дополнительно решает проблему утраты былого престижа продукции НХП. Так, культурно-образовательная программа «Художественные образы народных промыслов Подмоскovie» является одним из способов осуществления эстетического, духовно-нравственного воспитания, а также творческого и личностного развития современных детей средствами народного творчества.

Список литературы

1. Бакушинский А. В. Художественное творчество и воспитание: Опыт исследования на материале пространственных искусств / А. В. Бакушинский. – М.: Новая Москва, 1925.

2. Возвращение к истокам: Народное искусство и детское творчество: учеб.-метод. пособие / Под ред. Т. Я. Шпикаловой, Г. А. Поровской. – М.: Владос, 2000.
3. Купцова И. А., Елизарова А. О. Культурно-образовательная деятельность в структуре детского досуга: анализ региональных практик // Педагогика и психология образования. 2020. № 3. С. 9-20.
4. Некрасова М. А. Народное искусство как часть культуры [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/nekra/sova/narod/2.htm>

Кузьмина Наталья Валерьевна,

кандидат культурологии,
преподаватель кафедры ЮНЕСКО ИГСУ РАНХиГС,
директор программы Центра креативных индустрий РАНХиГС

Фестивальные проекты в формировании символическо-семиотического пространства города

В связи с быстрым распространением формата фестиваля и его огромной популярностью среди прочих форм культурных мероприятий многие исследователи всё чаще говорят о «фестивализации» городского пространства. Так, директор по вопросам культуры Секретариата Совета Европы Роберт Палмер под этим словом понимает не столько «формальную организацию фестивалей», сколько «качественное изменение организации городской жизни и способ “оживить” его пространство»*. Однако что собой представляет современный фестиваль? Какими сущностными чертами он обладает?

Фестиваль, по мысли О. Ронстрёма**, представляет собой мероприятие, более масштабное и менее формальное, чем концерт, состоящее из множества спектаклей, распределенных по одной или нескольким сценам; он разворачивается в более широком пространстве и времени, часто на открытом воздухе (поэтому, например, в Северной Европе фестивали, как правило, проводятся в тёплое время года, начиная с мая и заканчивая серединой октября). Фестивальная атмосфера позволяет прогуляться по месту, где организовано мероприятие и в целом провести день на свежем воздухе (в ряде случаев – несколько дней). При этом число фестивалей стремительно увеличивается, в связи с чем Б. Мессина утверждает, говоря о масштабах фестиваля, что скоро не будет ни одной деревни, которая не имеет собственного фестиваля в какой-то области***.

Возросшая популярность фестивального формата проведения культурных событий способствовала распространению тематических экспертных дискуссий разного уровня и статуса: от университетских конференций до форумов с участием представителей федеральных органов власти и инициаторов крупнейших международных фестивалей. Одной из таких экспертных площадок традиционно выступает Санкт-Петербургский международный культурный форум. Так, на Форуме, прошедшем в 2019 году, отдельным программным треком был представлен цикл экспертных дискуссий, мастер-классов, презента-

* Palmer R., Richards G. Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation // Journal of Financial Stability. – January, 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/1295507/Eventful_Cities_Cultural_Management_and_Urban_Revitalisation (дата обращения: 02.11.2021).

** Ronström O. Concerts and Festivals: Public Performances of Folk Music in Sweden. The world of music (num ro th matique: Folk music in public performance). Berlin: Verlag für Wissenschaft und Bildung, 2001, p. 49-65.

*** Messina B. Tristes tropiques. Un point de vue festivalessque // Cahiers d'ethnomusicologie, № 27, 2014.

ций, объединённых общим названием «Фестиваль фестивалей»^{*}. Среди основных вопросов, которые затрагивались в ходе мероприятий, выделяются следующие: развитие фестивального движения в России, вопросы сотрудничества и создания международных культурных проектов, мировые тенденции индустрии и расширение взаимодействия в этой отрасли.

Обобщая ключевые идеи, обозначенные участниками трека «Фестиваль фестивалей», можно сказать, что фестиваль способствует «оживлению» места его проведения, в т.ч. города, активизации творческого потенциала молодых деятелей искусства и культуры, повышению привлекательности учреждений культуры (концертных залов и иных площадок) среди горожан, в частности, новой аудитории, воспитанию художественно-эстетического вкуса молодёжи.

Кроме того, фестиваль – это определённый инфоповод, это событие, которое служит эффективным инструментом при создании определённого имиджа города, формировании или коррекции взгляда городского сообщества или же туристов на город: жизнь в нём (т.е. его быт), его культуру, традиции, особенности географического положения, историю и т.п.

В этой связи исследовательский интерес представляет рассмотрение одного из самых ярких событий фестивального календаря Подмосковья и России в целом – Международного фестиваля искусств имени П.И. Чайковского, который проводится в подмосковном Клину с 2015 года. Идея его создания связана с тем, что 2015 год был посвящён празднованию 175-летия великого русского композитора^{**}. В рамках Года Чайковского в России на уровне государственной культурной политики была оказана поддержка многим культурным мероприятиям и творческим инициативам (как в регионах, так и в Москве и Петербурге), направленным на популяризацию музыкального наследия композитора. Место проведения фестиваля – Государственный мемориальный музыкальный музей-заповедник П.И. Чайковского в Клину – также выбрано неслучайно: в одном из своих писем композитор писал: «Мне нигде не работалось так хорошо. Ни блеск швейцарских озёр, ни пышное цветение флорентийской весны не пробуждали во мне того волнения, которое я испытывал здесь, в Клину»^{***}, где сегодня располагается дом-музей знаменитого композитора.

* См. подробнее: Трек «Фестиваль фестивалей» / Официальный сайт Санкт-Петербургского международного культурного форума. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://culturalforum.ru/tracks/festival-of-festivals> (дата обращения: 10.11.2021).

** Указ Президента РФ В. Путина «О праздновании 175-летия со дня рождения П.И. Чайковского» от 11 октября 2012 г. № 1356 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/news/16637> (дата обращения: 30.10.2021).

*** Чит. по: 31 июля в Клину открылся Международный фестиваль искусств имени П.И. Чайковского / Официальный сайт Министерства культуры Московской области. Режим доступа: <https://mk.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/28-07-2020-13-19-20-31-iyulya-v-kiinu-otkryvaetsya-mezhdunarodnyy-fest> (дата обращения: 30.10.2021).

Говоря о формировании образа города Клина, важно обозначить место фестиваля Чайковского в урбанистическом культурном пространстве. Сам Клин включён в число «исторических городов России»^{*}, этот статус свидетельствует о том, что историко-культурное наследие города имеет высокую ценность и поэтому находится под охраной государства. Основанный в 1317 году, он признанный центр туризма Северного Подмосковья и обладает широкими туристическими возможностями. «Самобытность архитектуры города заключается в сохранившемся комплексе исторических зданий гражданского строительства, домов присутственных мест, соборного комплекса, торговых рядов»^{**}. Как, говоря о Зальцбурге, возникает ассоциация с Моцартом, так и, говоря о Клине, возникает ассоциация с П.И. Чайковским, о чём в проведённом нами в 2021 году интервью сообщила заместитель Министра культуры Московской области В.Ю. Лиханова. Действительно, биографы знаменитого композитора писали о нём как о «клинском отшельнике», ведь именно в этом подмосковном городе им были написаны оперы, среди которых «Пиковая дама», «Щелкунчик», «Иоланта», «Спящая красавица» и другие. Так, «клинский период считают вершиной творчества композитора»^{***}. Становится очевидно, что образ П.И. Чайковского непосредственно влияет на формирование ландшафта города Клин.

В 2019 году Международный фестиваль искусств имени П.И. Чайковского в Клину вошёл в Ассоциацию европейских фестивалей – старейшую ассоциацию, в которой участвуют 44 страны и куда входят знаковые театральные фестивали во французском Авиньоне и музыкальный фестиваль в шотландском Эдинбурге. В связи с этим, по заявлению министра культуры Московской области Елены Харламовой, фестиваль через несколько лет станет аналогичным по уровню и статусу участникам Зальцбургскому фестивалю^{****} – крупнейшему в мире событию классического искусства. Исходя из этого, становится очевидным, что Клинский фестиваль ориентирован на позиционирование России на международном культурном пространстве и нацелен на формирование позитивного имиджа России. Это подтверждается и тем фактом, что имя Чайковского широко известно далеко за ру-

* Приказ Министерства культуры Российской Федерации, Министерства регионального развития Российской Федерации от 29 июля 2010 г. N 418/339 г. Москва "Об утверждении перечня исторических поселений". [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2010/09/29/istor-posel-dok.html> (дата обращения: 30.10.2021).

** Петухова Г.П. Клин: история, события, люди. Туристские аттракции города // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – № 2. – Том 9. – С. 65.

*** Там же. – С. 68.

**** См. подробнее интервью Елены Харламовой: Фестиваль искусств имени Чайковского проходит в подмосковном Клину / Сайт Первого канала. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2020-08-02/390601-festival_iskusstv_imeni_chaykovskogo_prohodit_v_podmoskovnom_klinu (дата обращения: 30.10.2021).

бежом, оно является своего рода «визитной карточкой» России, символом её культуры.

Важно отметить также и другую причину организации в Клину данного культурного события, связанную с необходимостью модернизации местных учреждений культуры, брендирования города («Клин – музыкальная столица Подмосковья»^{*}) и привлечения новых источников финансирования сферы культуры города. Речь идёт о том, что нехватка ярких культурных проектов, устаревшая материально-техническая база культурных институций в городе стал одной из причин создания Международного фестиваля искусств имени П.И. Чайковского. В свою очередь, как подчёркивают Т.В. Гафар и А.В. Лисицкий в своей статье «"Большое неопознанное движение"». Фестивали в Волгограде как инструмент влияния на городскую среду и развитие территории», «...одним из значимых местных культурных ресурсов, оказывающих влияние на образ региона, самоидентификацию и качество жизни его жителей, представляется яркая и насыщенная фестивальная жизнь...»^{**}. Иначе говоря, фестивали могут выступать драйверами регионального и городского развития, стимулируя экономическую, социокультурную жизнь, вовлекая жителей в процесс культурного сотворчества, способствуя укреплению их коллективной идентичности, а также обновлению материально-технического обеспечения учреждений культуры.

Организационную и содержательную специфику клинского фестиваля во многом определяет его высокий статус, связанный с теми, что его инициировало Министерство культуры Московской области в связи с поручением Минкульта России организовать мероприятия, посвящённые 175-летию со дня рождения П.И. Чайковского в 2015 году: ему оказывают прямую финансовую и непрямую (информационную, методическую) поддержку Министерство культуры Российской Федерации, а также Правительство Московской области. Статус мероприятия подтверждается также и тем, что в его торжественном открытии участвуют ключевые представители Министерства культуры Российской Федерации (министр, а также руководитель Департамента государственной поддержки искусства и народного творчества), министр культуры Московской области, народный артист России Юрий Башмет, ставший с 2020 года художественным руководителем фестиваля. Отметим, что в этом заключается одна из отличительных черт клинского фестиваля. Думается, это отличие отражает специфику целевой

* «Усадьба Чайковского – это как своеобразный Зальцбург, родина Моцарта. Здесь было последнее пристанище Петра Ильича, этот дом он сам выбрал, хотел жить, значит, это место его притягивало». См. подробнее: В Клину завершился Международный фестиваль Чайковского / Портал ClassicalMusicNews. Режим доступа: <https://www.classicalmusicnews.ru/news/klin-2020-ended/> (дата обращения: 30.10.2021).

** Гафар Т.В., Лисицкий А.В. «Большое неопознанное движение». Фестивали в Волгограде как инструмент влияния на городскую среду и развитие территории // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – Т. 10. – 2016. – № 1. – С. 99-100.

аудитории мероприятия: фестиваль искусств направлен на профессиональных деятелей искусства, формирующих официальную повестку культурной жизни в России и транслирующих культурный образ России на международной арене. С этим связана, как становится очевидно, и отсылка к имени великого русского композитора П.И. Чайковского как самого широкого известного культурного символа России в названии фестиваля и в его программе.

Поскольку архитектура данного фестиваля из года в год выглядит единообразно, рассмотрим в качестве примера программу мероприятия, прошедшего в 2020 году в период 31 июля по 9 августа. Фестиваль в Клину охватывает две недели, но концерты, спектакли и т.п. проходят не ежедневно, а три раза в неделю: в пятницу, субботу и воскресенье. Это позволяет привлечь наибольшую зрительскую аудиторию и создать условие большего выбора фестивальных мероприятий. Почти все мероприятия связаны с именем Чайковского и направлены на приобщение гостей к его музыкальному наследию. В частности, в прошлом году открыла фестиваль премьера музыкально-драматического действия «Ч+Ч», посвященного юбилеям П.И. Чайковского и А.П. Чехова, с участием артистов театральной труппы музея-заповедника «Мелихово» «Чеховская студия» и камерного ансамбля «Солисты Москвы» под руководством Юрия Башмета. В рамках этого действия артистами были показаны отрывок из спектакля «Дядя Ваня» и постановка без слов «Выстрелы и поцелуи» по пьесе «Чайка». Другим культурным событием стал балетный вечер, представленный дивертисментом из фрагментов балетов П.И. Чайковского «Лебединое озеро», «Спящая красавица» и «Щелкунчик» под руководством народного артиста России Николая Цискаридзе. Театральный формат фестиваля был также представлен спектаклем-концертом «Онегин. Лирические отступления», где под фрагменты из опер «Евгений Онегин», «Пиковая дама» и балета «Лебединое озеро» российские актёры Евгений Миронов и Елизавета Боярская.

Несмотря на то, что фестиваль искусств в Клину проходит в течение двух недель, специфика его архитектуры заключается в следующем: на один день приходится только одно мероприятие. В этом заключается одно из отличий данного фестиваля от многих других фестивалей, имеющих насыщенную разноформатными мероприятиями (чтения, концерты, лекции, спектакли и прочее) культурную программу. Думается, такое распределение концертов по дням призвано сделать каждое событие самостоятельным, не вступающим в конфликт с другим таким событием за внимание зрителя. С одной стороны, это способствует более глубокой культурной рефлексии гостя клинского фестиваля, а с другой – препятствует множественному выбору аудитории мероприятий по своему вкусу в рамках фестиваля. Исходя из этого, можно сделать вывод, что целевая аудитория фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину сегментирована, что подтвердила

в нашем интервью Е.В. Лиханова. Это отнюдь не случайная аудитория, оказавшаяся на концерте волей случая. Преимущественно это ценители классического искусства, сделавшие свой выбор осознанно и купившие входной билет на конкретное мероприятие.

Это, в свою очередь, требует от зрителя клинского фестиваля знаний и понимания правил поведения на академичном, классическом концерте, дресс-кода и соответствующего этикета. Думается, подобная относительно формализованная обстановка концертного зала может препятствовать общению гостей, особенно молодёжи, возникновению у них чувства причастности к культурному событию и пространству его реализации – в данном случае к городу Клину.

Известно, что приобщение к классическому искусству (особенно к опере, балету, симфонии...) требует от зрителя и слушателя определённой интеллектуальной подготовки и эстетического вкуса. В рамках фестиваля искусств это возможно, на наш взгляд, посредством организации специального образовательного трека: серии тематических культурно-просветительских мероприятий, лекций и т.п., подобно вступительным беседам, проводимым в ГМИИ им. А.С. Пушкина для знакомства с жизнью и творчеством мастера, чьи произведения экспонируются на выставке, или образовательной программе Третьяковке, состоящей из дискуссий и лекций и сопровождающей каждую новую выставку. Необходимо констатировать, что программа клинского фестиваля не включает в себя подобные образовательные программы, что, по нашему мнению, отчасти лишает его более глубокого зрительского понимания показываемых шедевров музыкального, литературного, театрального искусства.

В ходе исследования фестиваля искусств также было проанализировано его информационное обеспечение. В частности, официальный сайт* был изучен с точки зрения доступности информации и возможности выйти на связь с организаторами или координаторами, рекламными службами. Отметим, что раздел «Контакты» направляет на Интернет-страницу ГАУК МО «Государственный мемориальный музыкальный музей-заповедник П.И. Чайковского», где, в свою очередь, дана электронная почта музея, по которой адресат не даёт ответа. Кроме того, на март 2021 года на данном сайте представлена информация о фестивале 2020 года (программа по дням, сведения об участниках и т.п.), в то время как такие статусные международные культурные проекты проектируются как минимум за полгода до даты их проведения, включая и рекламную кампанию. Помимо данных прошлых лет, сайт фестиваля включает в себя и видеообращения именитых деятелей искусства (Николая Цискаридзе, Дениса Мацуева, Сергея Полунина, Чулпан Хаматовой, Надежды Михалковой, Юрия

* Официальный сайт Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину: <http://xn--80aaecfhwjbg3bcb6ajh7a8d9e.xn--p1ai/> (дата обращения: 24.10.2021).

Башмета, Олега Меньшикова и т.д.). В целом, посыл этих видеообращений в том, чтобы продемонстрировать высокий статус культурного события, своим словом как бы «визировать» его.

Также следует сказать и о таком важном канале коммуникации между субъектами рассматриваемого фестивального культурного проекта и зрителями, жителями Клина, как официальная группа фестиваля в социальной сети VKontakte*. На май 2021 года последней записью там является почти полуторагодовая публикация от 31 января 2020 года с видеороликом игры Дениса Мацуева на фортепьяно. Точно такой же контент с аналогичными датами публикаций размещён и на странице фестиваля в сети Instagram** и Facebook***. Так, становится очевидной низкая публикационная активность PR-службы клинского фестиваля.

Исходя из этого, можно сделать промежуточный вывод о том, что к числу проблемных зон фестиваля относятся трудности коммуникации организаторов со зрителями и иными заинтересованными лицами, что находит отражение в неактуальном контенте официального сайта события и его группах в социальных сетях.

При этом важно отметить, что фестивали конкурируют с другими формами досуга, с иными способами проведения горожанами свободного времени. В связи с этим думается, чтобы расширить аудиторию такого академического фестиваля, как фестиваль искусств в Клину, его организаторам следует, во-первых, выстраивать коммуникацию в том числе с молодёжью и посредством популярных у молодых людей Интернет-каналов коммуникации, во-вторых, стремиться делать формат мероприятий, связанных с классическим искусством, более доступным и интересным широкому кругу населения, включая подростков, и, в-третьих, вести постоянную работу со зрителем (в течение всего года), стимулируя интерес аудитории к имени и творчеству П.И. Чайковского и современных деятелей искусства, а не стихийно, делая редкие публикации в социальных сетях непосредственно в даты проведения фестиваля.

В силу высокого статуса фестиваля в Клину и его поддержки со стороны государственной власти он обладает возможностью транслировать высокие идеалы гражданственности. Речь идёт о том, что, например, в 2020 году, отмеченному всесторонней борьбой с пандемией коронавируса, первый концерт имел благотворительную направленность, он был посвящён подвигу врачей и волонтеров, которые в «красной зоне» боролись с пандемией. Символично также и то,

* Официальная страница Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину в VK: <https://vk.com/tchaikovskyfestival> (дата обращения: 24.10.2021).

** Официальная страница Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину в Instagram: https://www.instagram.com/tchaikovsky_fest/ (дата обращения: 24.10.2021).

*** Официальная страница Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину в Facebook: <https://www.facebook.com/tchaikovskyfestival/> (дата обращения: 24.10.2021).

что прямо напротив музея Чайковского – одного из главных площадок фестиваля искусств – располагается клинский роддом, где принима-ли заразившихся COVID-19.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что Международный фестиваль Чайковского, проводимый в Клину, обладает высоким качественным уровнем, связанным с участием широко известных профессиональных музыкантов, чей талант признан экспертами и самой взыскательной публикой, а также с серьёзной финансовой и информационной поддержкой со стороны государственной власти (Министерства культуры Российской Федерации, Министерства культуры Московской области). Кроме того, участие Клинского фестиваля в Ассоциации европейских фестивалей придаёт ему авторитет на международной культурной арене и способствует формированию позитивного имиджа России за рубежом. Однако говоря о возможности данного культурного события формировать локальный образ (образ Клина как музыкальной столицы Подмоск-овья), следует отметить, что этот процесс во многом обусловлен тем, насколько сами клинчане вовлечены в эту культурную жизнь, сопри-частны ли они культурному пространству своей жизни. Формирование культуры со-участия населения связано в том числе с коммуникаци-онной политикой. В свою очередь, как выявлено выше, организация фестиваля имеет «зоны развития» в виде повышения публикационной активности PR-службы клинского фестиваля, расширения его образо-вательной программы, создания форм культурной активности, ориен-тированных на молодёжную аудиторию.

Список использованной литературы

1. Указ Президента РФ В. Путина «О праздновании 175-летия со дня рождения П.И. Чайковского» от 11 октября 2012 г. № 1356 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/news/16637> (дата обращения: 30.10.2021).
2. Приказ Министерства культуры Российской Федерации, Ми-нистерства регионального развития Российской Федерации от 29 июля 2010 г. N 418/339 г. Москва «Об утверждении перечня исторических поселений». [Электронный ресурс]. Режим до-ступа: <https://rg.ru/2010/09/29/istor-posel-dok.html> (дата обра-щения: 30.10.2021).
3. Гафар Т.В., Лисицкий А.В. «Большое неопознанное движение». Фестивали в Волгограде как инструмент влияния на городскую среду и развитие территории // Вестник ассоциации вузов ту-ризма и сервиса. – Т. 10. – 2016. – № 1. – С. 99-100.
4. Петухова Г.П. Клин: история, события, люди. Туристские ат-тракции города // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – № 2. – Том 9. – С. 65.

5. 31 июля в Клину открылся Международный фестиваль искусств имени П.И. Чайковского / Официальный сайт Министерства культуры Московской области. Режим доступа: <https://mk.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/28-07-2020-13-19-20-31-iyulya-v-klinu-otkryvaetsya-mezhdunarodnyy-fest> (дата обращения: 30.10.2021).
6. В Клину завершился Международный фестиваль Чайковского / Портал ClassicalMusicNews. Режим доступа: <https://www.classicalmusicnews.ru/news/clin-2020-ended/> (дата обращения: 30.10.2021).
7. Официальный сайт Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину: <http://xn--80aaefhvjbg3bcb6ajh7a8d9e.xn--pp1ai/> (дата обращения: 24.10.2021).
8. Официальная страница Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину в VK: <https://vk.com/tchaikovskyfestival> (дата обращения: 24.10.2021).
9. Официальная страница Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину в Instagram: https://www.instagram.com/tchaikovsky_fest/ (дата обращения: 24.10.2021).
10. Официальная страница Международного фестиваля искусств им. П.И. Чайковского в Клину в Facebook: <https://www.facebook.com/tchaikovskyfestival/> (дата обращения: 24.10.2021).
11. Трек «Фестиваль фестивалей» / Официальный сайт Санкт-Петербургского международного культурного форума. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://culturalforum.ru/tracks/festival-of-festivals> (дата обращения: 10.11.2021).
12. Фестиваль искусств имени Чайковского проходит в подмосковном Клину / Сайт Первого канала. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2020-08-02/390601-festival_iskusstv_imeni_chaykovskogo_prohodit_v_podmoskovnom_klinu (дата обращения: 30.10.2021).
13. Messina B. Tristes tropiques. Un point de vue festivalessque // Cahiers d'ethnomusicologie, № 27, 2014. Palmer R., Richards G. Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation // Journal of Financial Stability. – January, 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/1295507/Eventful_Cities_Cultural_Management_and_Urban_Revitalisation (дата обращения: 02.11.2021).

Ronström O. Concerts and Festivals: Public Performances of Folk Music in Sweden. The world of music (numéro thématique: Folk music in public performance). Berlin: Verlag für Wissenschaft und Bildung, 2001, p. 49-65.



**ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ:
ПРОЕКТЫ СОЦИАЛЬНО
ОРИНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ
ОРГАНИЗАЦИЙ**

Участие некоммерческих организаций в поддержке культурных инициатив и креативных индустрий на территории Республики Хакасия

Роль некоммерческих организаций в сфере культуры и искусства год от года только возрастает. Они вносят весомый вклад в проведение различных культурно-познавательных мероприятий регионального, общероссийского и международного масштабов; оказывают огромное влияние на формирование креативных индустрий.

Учреждения культуры Республики Хакасия ежегодно проводят сотни мероприятий, получающих поддержку от НКО («Президентский фонд культурных инициатив», фонд «Поддержка творческих инициатив «Чир Чайаан» и др.). Среди наиболее ярких и масштабных – международный эколого-этнический фестиваль театров кукол «Чир Чайаан» и Всероссийский пленэр художников. Рассмотрим каждый из них более подробно.

Международный эколого-этнический фестиваль театров кукол «Чир Чайаан» проводится в Хакасии с 2003 года как некоммерческий театральный проект, цель которого – популяризация профессионального искусства российских и зарубежных театров кукол в контексте культурных традиций регионов и стран. К участию приглашаются театры кукол, драматические и уличные театры, театральные деятели, а также музыкальные коллективы.

Фестиваль «Чир Чайанн» исследовала заслуженный работник культуры Российской Федерации, доцент кафедры продюсерства и менеджмента исполнительских искусств Российского института театрального искусства Большакова Ю.Б. Согласно оценкам эксперта, проект входит в пятерку лучших по количеству зрителей и охвату точек в регионе. Кроме того, фестиваль награжден Премией Правительства Российской Федерации в области культуры.

Среди особенностей проекта можно выделить следующие: проведение социокультурных акций для жителей сельской местности республики, экологические и лабораторные программы для участников фестиваля. Отдельно хотелось бы отметить, что фестиваль «Чир Чайаан» – это еще и уникальная экспериментальная площадка, которая дает старт новым креативным форматам и направлениям театрального искусства. К примеру, в 2021 году в фестивале принимали участие театры, имеющие в своем репертуаре спектакли с темой инклюзии.

В 2021 году на фестиваль были приглашены не менее 14 российских и зарубежных театров. «Чир Чайаан» проходил со 2 по 9 июля по пяти направлениям: театральная афиша (не менее 35 спектаклей), те-

атральная мастерская (антишкола) «Куклотерапия «Чир Чайаана», социокультурная акция для сельских жителей, этно-программа «Ночь героического эпоса» и экологическая программа.

Проект реализуется Министерством культуры Республики Хакасия, ГАУК РХ «Хакасский национальный театр кукол «Сказка» имени Л.Г. Устинова», Фондом «Поддержка творческих инициатив «Чир Чайаан».

Еще одно масштабное мероприятие, поддержанное НКО – Всероссийский пленэр художников. Традиция проведения пленэра в Хакасии берет свое начало с середины XX века. В 2012 году пленэр приобрел статус всероссийского. Проект реализуется Министерством культуры Республики Хакасия, ГАУК РХ «Республиканский методический центр», некоммерческим партнерством «Абаканский Союз художников».

Мастера кисти ценят наш регион за невероятное разнообразие ландшафтов, собранных на относительно компактной территории – степи, горы, альпийские луга, горная тундра, тайга, озера, крупные реки и стремительные горные потоки. Кроме того, Хакасия обладает своим неповторимым этнокультурным обликом. Участники пленэра каждый день работают в новых локациях в сопровождении этнографа, который рассказывает об историко-культурном образе конкретной местности.

Проект объединяет признанных мастеров и юных художников, что способствует решению проблемы профориентации и «кадрового голода». Начинающие художники слушают лекции, участвуют в мастер-классах, творческих встречах. Всероссийский пленэр включает в себя четыре направления: пленэрная работа заслуженных художников, художников-преподавателей и молодых художников с историко-культурным компонентом в сопровождении этнографа Балахчина В.П.

Помимо оттачивания профессиональных навыков, проект укрепляет связи в профессиональном сообществе. По итогам Всероссийского пленэра проводятся выставки, а муниципальные музеи пополняются лучшими пейзажными работами. Часть работ художники из других регионов и стран забирают с собой, популяризируя красоты Хакасии далеко за ее пределами.

Некоммерческие организации в сфере культуры и искусства Хакасии оказывают огромное влияние на формирование креативных индустрий и помогают популяризации нашего региона на федеральном и международном уровнях.

Практики Республики Хакасия

Рассмотрим более подробно наиболее значимые практики негосударственных организаций и местных инициатив, имеющие потенциал для развития территории посредством социально-предпринимательских инициатив в культуре и творческих индустрий, основанных на народных художественных промыслах, декоративно-прикладном ис-

кустве, проектах сохранения историко-культурного наследия, реализуемые в республике Хакасия.

Инициатором одного из таких проектов выступает АНО «*Центр сохранения, развития и пропаганды народного творчества и любительского искусства Республики Хакасия*», которая осуществляет деятельность по сохранению традиционной культуры и общего культурного пространства посредством проведения республиканского национального праздника «Тун пайрам», вовлекающего жителей Республики Хакасия и юга Краснодарского края в празднование события республиканского масштаба.

*Республиканский праздник «Тун пайрам»** отмечается один раз в два года в последнюю пятницу-субботу июня с 1980 года. Это единственный национальный праздник, который попал в шорт-лист Международного конкурса коммуникационных проектов «Eventiada Awards-2016» в номинации «Лучший event года». В 2016 году он стал участником V Всероссийской открытой Ярмарки событийного туризма «Russian open Event Expo» при поддержке Министерства культуры РФ и вошел в национальный календарь культурных событий. Праздник является объектом нематериального культурного наследия и брендом российской карты локальных культурных брендов «Живое наследие». В мероприятия праздника вовлечены 13 муниципальных образований республики, творческие коллективы разных жанров (театр, фольклор, этно-студии, мастера декоративно-прикладного искусства и так далее), работающие на базе различных учреждений и ведомств вне зависимости от организационно-правовой формы, религиозной и национальной принадлежности.

В рамках праздника (накануне, в день мероприятия) совершаются традиционные хакасские ритуалы и обряды, характерные для праздников весеннего цикла. Всего для жителей и гостей работает 13 различных площадок, в том числе для детских. С участием выдающихся деятелей культуры и искусства реализуются мероприятия различных форматов: презентации этно-костюмов, молодежных объединений, эпических юрт и национальной кухни «Чайлаг», конкурсы на лучший айран, талган, выставка-ярмарка мастеров «Устар аалы», выставка-ярмарка трав Хакасии «Хазых пайы», национального костюма «Алтын чазы», концерт национальных коллективов, детские аттракционы, национальные игры, фестиваль-конкурс носителей и исполнителей традиционного музыкального творчества «Айтыс» и другие. На спортивной площадке проходят соревнования по национальной борьбе «К рес», различные хакасские игры и состязания: «Хапча тас», «Агаснан тартыс», «Охчаадан атыс», «Тобит», на ипподроме – конноспортивные соревнования. В рамках проекта проводятся мастер-классы

* Материал представлен АНО «Центр сохранения, развития и пропаганды народного творчества и любительского искусства Республики Хакасия»

по народным художественным промыслам, традиционной музыкальной культуре, презентация и конкурс лучших образцов традиционной культуры посредством фольклора, выставка-продажа блюд хакасской кухни, дегустация айрана и презентация его рецепта и проч. Обучение нацелено на различные возрастные группы. Традиционно мероприятия посещают не менее 40 тысяч человек, у которых формируется устойчивый интерес к народному творчеству, появляется желание знакомиться с разнообразными жанрами фольклора; актуализируется представление о народных праздниках, обычаях и традициях. Проведение традиционного народного праздника с привлечением мастеров декоративно-прикладного творчества и самодеятельных коллективов народного творчества способствует популяризации местных традиционных ремесел и песенно-танцевальных жанров, что соответствует стратегии социально-экономического развития Республики Хакасия и основным задачам национальной культурной политики. Для специалистов и широкой общественности, заинтересованных в получении достоверных знаний и практик, открываются новые страницы культурных традиций народов, проживающих на территории Республики Хакасия.

Праздник успешно «прижился» на территории Хакасии и фактически стал брендом республики. Практика проведения мероприятия показывает, что после каждого праздника происходит всплеск творческой активности национальных диаспор, жители республики охотно носят национальные украшения, здороваются на хакасском языке, говорят на нем, коллективам поступают приглашения на гастроли в другие регионы, коллективы из других регионов активнее приезжают на гастроли в Хакасию. Увеличивается спрос на приобретение изделий хакасских мастеров (украшение, одежда, утварь, посуда, кожгалантерея, инструменты, картины, объекты деревянной резьбы, настенные панно, войлочные игрушки, обувь, головные уборы и прочее).

Заметной практикой, связанной с обращением к культурному наследию, является *салон «Этно Стиль»*^{*}, развивающийся в рамках деятельности индивидуального предпринимателя Чарковой Ю.С. Рынок ювелирных украшений давно пресытился похожими друг на друга кольцами и серьгами из золота и серебра, и с течением времени люди стали искать более оригинальные украшения, которые могли бы выразить их индивидуальность. Хакасия имеет настолько древнюю и глубокую культуру, полную символики, что стало возможным выразить это и в украшениях, и в одежде. Именно такую этническую направленность выбрал для себя салон «Этно Стиль».

Салон «Этно Стиль» предлагает жителям Хакасии эксклюзивные этнические украшения, сувениры ручной работы, обереги и одежду в стиле этно. Это современные изделия с глубоким смыслом, которые

* Материал представлен ИП Ю.С.Чарковой // <https://vk.com/club57941881>

несут национальный колорит Сибири и могут быть использованы как обереги и символы благополучия. Каждый узор несет свой уникальный смысл, поэтому украшение станет оригинальным и желанным подарком. Именно изделия народных художественных промыслов и декоративно-прикладного искусства станут для туриста наилучшим напоминанием о чужой стране, поскольку наиболее ярко передают её культурные особенности.

Этно украшения из серебра передают традиции народа, и подсознательно человек ощущает их близость к своим ценностям, к своей культуре. Достаточно всмотреться в узоры, чтобы уловить то культурное наследие, которое передавалось веками, и которое было заложено в изделии. Хакасия – республика с неограниченной природной силой, глубокой символикой и национальным колоритом. И теперь все эти особенности родного уголка земли могут быть выражены в украшениях, которые будут напоминать о корнях, оберегать своего носителя всегда и везде. В условиях глобализации, когда стираются различия между странами, декоративно-прикладные изделия, в силу своей индивидуальности и самобытности становятся объектом пристального внимания не только на местном, но и на международном уровне.

Еще одним значимым проектом, признанным на международном уровне является *Международный эколого-этнический фестиваль театров кукол «Чир Чайаан»**, который мы уже упоминали выше. Остановимся более подробно на содержании и механизмах реализации данного проекта.

Основным организатором фестиваля выступает Фонд «Поддержка творческих проектов «Чир чайаан» Foundation for creative projects «Chir chayaan», одной из целей деятельности которого является открытие свободного доступа к театральному искусству, популяризация театр, приобщение к театральному искусству разных слоев населения, в том числе детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья.

Международный эколого-этнический фестиваль театров кукол «Чир Чайаан» – это место творческих встреч, знакомств с передовыми практиками в театральном искусстве и обмен опытом профессиональных театров. Фестиваль «Чир Чайаан» – некоммерческий театральный проект, популяризирующий профессиональное искусство российских и зарубежных театров кукол в контексте культурных традиций регионов и стран, представленных этими театрами. Особенностью программы фестиваля является направленность спектаклей театров-участников на экологию планеты и экологию души. Важным событием фестиваля является социокультурная акция, в рамках которой театры выезжают в отдаленные районы Республики Хакасия со своими спектаклями. В 2021 году фестиваль стал еще более социаль-

* Материал представлен Фондом «Поддержка творческих проектов «Чир Чайаан» Foundation for creative projects «Chirchayaan» // <https://chirchayaan.ru/intro>

но ориентированным, так как вовлек в свою орбиту театры, работающие для зрителей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

В результате реализации проекта произошло открытие доступа жителям города Абакана, других населенных пунктов Республики Хакасия (г.Саяногорск, с. Белый Яр Алтайского района) к театральному искусству мирового уровня, в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья. Значительно обогатилась культурная повестка Республики Хакасия. Произошло вовлечение жителей Республики Хакасия с ограниченными возможностями здоровья в творческий процесс реабилитации и адаптации в обществе посредством арттерапии и куклотерапии. Состоялся обмен опытом и контактами для дальнейшего творческого сотрудничества между представителями театров, что способствует продвижению хакасских театров в общероссийской и зарубежной культурной среде.

В 2019 году был проведен X юбилейный Международный эколого-этнический фестиваль «Чир Чайаан». За годы своего развития фестиваль успешно фактически стал брендом республики. Практика его проведения показывает, что после каждого фестиваля происходит всплеск творческой активности региональных театров, активно осуществляется постановка новых спектаклей, в театры поступают приглашения на гастроли в другие регионы, а театры из других регионов активнее приезжают на гастроли в Хакасию. Так, по результатам проведения юбилейного фестиваля, театр кукол «Сказка» был приглашен на Международный фестиваль театров кукол «Шомбай-fest» в Республику Татарстан (г. Казань), который состоялся в октябре 2019 года со спектаклем «Кавказский меловой круг» (по пьесе Б. Брехта). Также по приглашению театр провел гастроли в г. Буинске Республики Татарстан с тем же спектаклем.

Спектакль «Кавказский меловой круг» в 2020 году вошел в Лонг-лист самых заметных театральных постановок 2018-2019 годов Всероссийского театрального фестиваля «Золотая маска». После фестиваля завязалась дружба между Хакасским национальным театром кукол «Сказка» и «Театром юного зрителя «Саби» (Владикавказ), в результате обменные гастроли между театрами пройдут в 2021 году в рамках федеральной программы «Большие гастроли для детей и молодежи».

Программа Фестиваля постоянно пополняется новыми идеями. Так в рамках юбилейного фестиваля «Чир Чайаан» в Год театров была реализована обширная образовательная программа для профессионального сообщества, включающая форсайт-сессию, круглый стол, мастер-классы для артистов и менеджеров от культуры, выставочные проекты. В рамках XI фестиваля в 2021 году проведена театральная лаборатория, посвященная вопросам предоставления профессиональных театрально-зрелищных услуг для граждан с ограниченными возможностями здоровья, а также рассмотрена возможность реабили-

литации и адаптации в обществе данной категории граждан средствами арт-терапии и куклотерапии. Фестиваль всегда вызывает большой интерес у жителей Республики Хакасия и соседних регионов.

Таким образом, представленные проекты и культурные практики способствуют выявлению и поддержке молодых талантов, вовлечению всех без исключения категорий населения в социокультурную и творческую деятельность, формируют бренд региона, способствуя созданию и развитию креативных общественных пространств. Значимую роль при реализации проектов играют некоммерческие организации, способствующие развитию социального предпринимательства, инклюзии и вовлечению населения в творческую деятельность.

Крузе Юлия Львовна

кандидат юридических наук, доцент кафедры юридических дисциплин
ОЧУВО «Международный инновационный университет»

Практика участия коллективного субъекта развития и сохранения историко-культурного наследия в государственно-общественном партнерстве в Нижегородской области

В настоящей статье прослеживается динамика развития нижегородского градозащитного сообщества от волонтерского движения «Том Сойер Фест», далее – «ТСФ» и его первого фестиваля в 2018 г. через создание частного АНО «Центр сохранения и развития исторической среды «Заповедные кварталы» в 2019 г. до учреждения в 2021 г. АНО «Агентство по сохранению и развитию объектов исторической среды Нижегородской области» («АСИРИС»)*, далее по тексту – «Агентство» или «Асирис», как коллективного субъекта развития территории. Достижением на сегодня является тот факт, что Агентство является координатором работы по сохранению и развитию объектов исторической среды и исторических территорий Нижегородской области за счет привлечения внебюджетных средств, работает как „единое окно“ по поиску, подбору и сопровождению инвесторов для реставрации до получения необходимых согласований, положительных экспертиз и ввода объекта в эксплуатацию.

Такое современное управленческое решение появилось в ходе сложившегося за несколько лет конструктивного диалога общественности, экспертного сообщества и власти, в результате которого городское градозащитное и экспертное сообщество получило возможность формировать условия привлечения инвесторов, участвовать в приспособлении и реставрации пустующих объектов культурного наследия (ОКН), проводить общественный контроль за качеством проектирования и реставрации. Этот важный шаг в выстраивании системной работы по развитию и сохранению исторической застройки общественности и региональной власти произошел в следствие формирования из локального градозащитного сообщества коллективного субъекта развития исторической застройки Нижнего Новгорода на протяжении нескольких лет.

Категория «коллективный субъект» в контексте социальной психологии рассматривается как один из ключевых участников процесса вовлечения граждан в урбанистические практики и способа оживления поселений с помощью их жителей.

В качестве объединяющего членов градозащитного сообщества, волонтеров ТСФ движения смысла в урбанистическом контексте уместно применить понятие «право на город». В России термин по-

* АНО «Асирис», ОГРН 1215200008870, ИНН 5260476802, 603000, г. Нижний Новгород, ул. Короленко, д. 18, директор Ивагин Дмитрий Андреевич +7 920 254 92 02

явился на рубеже XXI века, активно реализуется в первую очередь в праве на участие жителей в процессах выбора и благоустройства общественных пространств, в инициативном бюджетировании. По мнению автора, актуальное наполнение «права на город» более широкое и комплексное – это разные формы самоорганизации и участия жителей в процессах развития города на уровне партнера, участие в выработке, в реализации и контроле таких решений по принципу «Ничто для нас – без нас!».

Рассмотрим понятие, признаки коллективного субъекта, сокращенно – «КС», его критерии для применения в нижегородском кейсе. Коллективный субъект есть всякая совместно действующая или ведущая себя группа людей, который практически реализуется посредством совместных усилий многих индивидуальных психологических субъектов. Коллективный субъект не сводится к простой сумме индивидуальных субъектов и относительно них автономен.

Понятие «коллективный субъект» достаточно полно описано в рамках отечественной социальной психологии, раскрывается в таких характеристиках как активность, способность к развитию и интеграции, самодетерминации, саморегуляции, самодвижению и самосовершенствованию.

В социально-психологических подходах к коллективному субъекту А.В. Петровского, Л.И. Уманского, А.Л. Журавлева, А.И. Донцова, К.М. Гайдар и др. в качестве критериев выделяются: 1) предметность совместной деятельности; 2) социальная значимость деятельности; 3) ценностно-ориентационное единство членов группы; 4) деятельностьное опосредствование межличностных отношений членов группы; 5) идентификация членов с группой; 6) перцептивное единство группы, способность к саморефлексии; 7) высокая референтность членов группы по отношению друг к другу; 8) распределение и закрепление за отдельными членами конкретных действий и операций совместной деятельности; 9) объективность в возложении и принятии ответственности за результаты совместной деятельности; 10) преобразование групповым субъектом ситуации и самого себя; 11) способность группы к самостоятельной организации и творческому управлению своим развитием.

Какие же свойства (качества) группы делают ее коллективным субъектом? В социальной психологии выделяют, по крайней мере, три важнейших свойства группы, которые, согласно утверждению А.Л. Журавлева, можно принять за критериальные характеристики „коллективного субъекта”. «Первый критериальный признак – это взаимосвязанность и взаимозависимость в группе, как условие любой группой активности. Критериальность данного качества, подчеркивает А.Л. Журавлев, состоит в том, что только при его наличии группа становится коллективным субъектом. Учитывается интенсивность взаимных связей и показатели, указывающие на содержание или предмет взаимных связей в

группе. Второй признак – это способность группы проявлять различные формы совместной активности, то есть быть единым целым по отношению к другим социальным объектам. Третий критериальный признак характеризует способность группы к саморефлексии, в результате которой формируется чувство переживания своей принадлежности к группе и единения со своей группой. Другими словами, формируется «Мы»-образ, как групповое представление о своей группе и ее оценка.»

Далее Журавлев Л.А. отмечает, что содержание “коллективного субъекта” – не просто группа людей, это есть определенное **качество коллектива** (группы), качество быть субъектом, которое в разной степени характеризует коллективы. В последние годы это качество стало обозначаться “субъективностью”, хотя и не получило пока широкого распространения. Следовательно, разные коллективы являются коллективными субъектами в различной степени*.

Козлова Н.С. подчеркивает, что «в психике человека как социального существа возникает потребность самому стать организатором коллективного субъекта, чтобы собственными силами способствовать его сохранению и развитию (идея принадлежит И.Р. Сушкову). Эта потребность, детерминируя сознание личности, заставляет ее идентифицироваться с сообществами, которые предоставлены ей реальным социальным контекстом индивидуальной жизнедеятельности**».

Рассмотрим, как именно «качества субъективности» и персональная потребность в КС проявилась в «праве на город» среди участников градозащитного сообщества, волонтеров ТСФ и команды, сложившейся вокруг квартала исторической застройки конца XIX века в самом центре Нижнего Новгорода.

В любом городе, где есть историческая застройка возникает комплекс сложных вопросов: как интегрировать объект с историей не всегда в удовлетворительном состоянии в новую ткань города; по каким веским и объективным причинам это необходимо сделать; каковы правовые основания для подобных решений; как присвоение какого-либо охранного статуса объекту повлияет на прилегающие территории; заморозит их развитие или будет способствовать трансформации городского пространства; за счет каких средств будет производиться та или иная работа с объектами исторической среды; как систематизировать работу, соблюдать баланс между тотальным сохранением и редевелопментом исторических территорий?

Первым условием для формирования устойчивого КС развития территории из разрозненных сообществ является наличие коммуникационной площадки. В Нижнем Новгороде такой площадкой стала Общественная палата города первого созыва (2017-2019г.), где по

* Журавлев А.Л. Коллективный субъект: основные признаки, уровни и психологические типы // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 5. С. 75–80.

** Козлова Н.С. Коллективный субъект как среда проявления жизнедеятельности личности // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2015. Т.21. С. 57.

инициативе ее членов были сформированы архитектурная и социокультурная рабочая группы, активно взаимодействующие друг с другом. Градозащитное сообщество города носило скорее протестный характер, регулярно проводило акции по защите домов ОКН, имело устойчивое ядро и лидеров, которых выдвигало кандидатами в палату, но в ее состав они не были включены по решению органов местного самоуправления. В 2018 г. для проведения в городе ТСФ был самоорганизован открытый организационный комитет. Таким образом началась коллективная практическая деятельность, требующая в период фестиваля ежедневного внимания, участия и физического присутствия на объекте членов штаба ТСФ и волонтеров. Локальное градоохранное сообщество дополнилось волонтерами, существенно расширился функционал проектных менеджеров.

Важным фактором формирования устойчивого КС развития исторической территории города стало знакомство с менеджментом наследия и авторской методикой Д.Б. Ойнаса по капитализации культурного наследия в 2016 г. на площадках форума «Будущее города», проблемного семинара «Зачем нам этот Горький?», весной 2019 г. в рамках выездной Школы Живых городов. Летом 2019 г. ТСФ был организован второй раз и проходил еще более масштабно уже на нескольких объектах ОКН. При всей успешности фестиваля стало очевидно, что «фестивальщина» и яркий проект не дают системного подхода к эффективному развитию исторической застройки. Необходима регулярная деятельность и независимая организационная структура, которая возьмет на себя эти задачи.

Так команда пришла к созданию частного АНО «Центр сохранения и развития исторической среды «Заповедные кварталы» в ноябре 2019 г., целью организации которого являются оказание услуг в области сохранения, развития и популяризации объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), выявленных объектов культурного наследия, ценных элементов историко-градостроительной среды с особым фокусом на объекты деревянного зодчества, реализация программ, а так же услуг в области развития культурного, градостроительного и экономического потенциала исторических территорий, расположенных в границах города Нижнего Новгорода.

То есть произошел переход от самоорганизации в проектной деятельности к самоорганизации в постоянном процессе в рамках юридического лица. Однако «Заповедные кварталы» не имели никаких прав на объекты ОКН и предлагали свои услуги на практически несформированном рынке. Поэтому необходимо было сделать еще несколько шагов параллельно по нескольким направлениям.

Градозащитное сообщество и его эксперты постоянно вели работу по анализу и инвентаризации исторической среды и исторически ценным расселенным домам. Необходимо было отвести от них угрозу сноса, определить историко-культурную ценность, организовать

постановку на госохрану их как объектов культурного наследия, выяснить, в чьей они собственности для того, чтобы продолжать с ними работать.

Из реально действующих экономических моделей работ с наследием была выбрана туристско-рекреационная. Командой АНО «Заповедные кварталы» была предложена концепция ревитализации исторического квартала Трехсвятской церкви. В команду проекта по разработке концепции вошли правительство Нижегородской области, АНО «Заповедные кварталы», а также команда опытных российских экспертов. Таким образом произошло объединение интересов представителей разных сообществ от общества и бизнеса и начало складываться государственно-общественное партнерство.

Ничто так не сближает партнеров, как совместное проектирование будущего и обучение. На средства гранта Роскультпроекта при участии УГООКН и Минимущества области в декабре 2019 г. была проведена стратегическая сессия «Наследие и экономика: туристско-рекреационная модель». Ее цель – разработка экономической модели по реализации проектов, основанных на культурных и исторических ресурсах (были выбраны реальные дома, предложенные инвесторам). Эта стратегическая сессия позволила смоделировать реальные процессы, которые предполагают межсекторное взаимодействие между балансодержателем, муниципалитетом, учреждениями культуры, городским сообществом, малым и средним бизнесом. Стало понятно, что сформировался городской актив из представителей общественности, бизнеса и власти, способный к сложному командному взаимодействию. Основным итогом стратегической сессии стало решение совместно с Минимущества и УГООКН подготовить предложения по ревитализации исторического квартала для губернатора области.

В итоге было принято решение о создании Асириса, которое будет заниматься комплексной работой по сохранению и управлению ОКН. В основе концепции – экономическая модель развития знаковых (аттракторов) и рядовых объектов исторической среды на основе капитализации локального наследия. Рабочая формула капитализации локального наследия такова: объект культурного наследия + продукт или услуга с историей = музейный продукт и музейный сервис (создает точку притяжения, формирует турпоток). Концепцией предусмотрено, что пустующие в настоящее время исторические здания будут переоборудованы в гостиницы, кафе, выставочные залы, общественные пространства для социального проектирования, а прилегающие дворовые территории и сады планируется задействовать для проведения фестивалей и городских мероприятий*.

Основные направления работы АНО «Асирис»: консервация, неотложные противоаварийные работы, обслуживание до передачи ин-

* По материалам сайта: Том Соьер Фест Нижний Новгород

весторам; разработка и совершенствование правовых механизмов льготной передачи объектов инвесторам с учетом использования передового опыта; разработка комплексных концепций восстановления и развития объектов и территорий; поиск инвесторов и подрядчиков; привлечение внебюджетных источников финансирования; сопровождение документации и проектов реставрации до получения соответствующих согласований и положительных заключений; сопровождение работ от проектирования до ввода в эксплуатацию, общественный контроль качества проектирования и реставрации; создание собственной научно-производственной базы по реставрации объектов деревянного зодчества, организация обучения, переподготовки и стажировки соответствующих специалистов (архитекторов и представителей рабочих строительных специальностей и ремесел); организация событийности исторических территорий; вовлечение общественности в сохранение ОКН и реновацию исторических территорий города.

Нижегородский кейс дает положительный пример как на протяжении нескольких лет формируется устойчивый коллективный субъект развития исторической территории для общественно-государственного партнерства при реализации локальных творческих инициатив в культуре, основанных на капитализации символических ресурсов, концепции «гения места» в проектах сохранения и вовлечения объектов историко-культурного наследия в современную жизнь.

Список литературы

1. Журавлев А.Л. Коллективный субъект: основные признаки, уровни и психологические типы // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 5. С. 75–80.
2. Козлова Н.С. Коллективный субъект как среда проявления жизнедеятельности личности//Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2015. Т.21. С. 57.

Кузаева Ирина Викторовна

заместитель начальника управления государственной культурной политики, начальник отдела культурно-досуговой деятельности и народного творчества Министерства культуры Новосибирской области

Механизмы сохранения историко-культурного наследия и развития народных художественных промыслов: опыт Новосибирской области

27 сентября 2017 года состоялось заседание совета по туризму при Правительстве Новосибирской области, где рассматривался вопрос сохранения и развития народных художественных промыслов и ремесленничества в Новосибирской области (далее НСО). На заседании был выявлен большой интерес и актуальность указанной темы. В то же время необходимо отметить, что подавляющее большинство мастеров НСО, занимающихся прикладным творчеством, ведут свою деятельность без регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей и уплаты налогов. Также на данном заседании было принято решение о создании межведомственной рабочей группы по разработке «дорожной карты» поддержки развития народных художественных промыслов и ремесленничества.

12 октября 2017 года министерство экономического развития Новосибирской области провело совещание с участием представителей министерства культуры Новосибирской области, министерства промышленности, торговли и развития Новосибирской области, министерства региональной политики Новосибирской области и министерства труда и социального развития Новосибирской области.

На совещании министерство экономического развития Новосибирской области предложило региональным ведомствам:

1) разработать электронный каталог изделий народных художественных промыслов для последующего размещения на Туристическом портале Новосибирской области <http://turizm.nso.ru>;

2) проработать вопросы организации сувенирных лавок на площадях отдельных музеев и театров, других учреждений культуры, а также ежегодной ярмарки народных умельцев или ряда ярмарок в рамках других мероприятий с предоставлением им бесплатных мест для реализации продукции;

3) создать художественный совет при Губернаторе Новосибирской области, который будет отбирать наиболее высокохудожественные изделия для рекомендации размещения их в электронном каталоге, реализации в сувенирных лавках и на ярмарках.

Было принято решение о том, что вышеперечисленные возможности будут доступны только для ремесленников и народных умельцев, зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей, оформивших патент, и, следовательно, уплачивающих налоги.

По итогам совещания региональным ведомствам был направлен Протокол совещания по вопросу поддержки ремесленничества от 12.10.2017 №1 (далее – Протокол).

Во исполнение Протокола министерство культуры Новосибирской области в адрес министерства экономического развития Новосибирской области направило предложения о формировании художественного совета при Губернаторе Новосибирской области, и указало, что в его состав должны войти представители министерства культуры Новосибирской области, государственного автономного образовательного профессионального учреждения Новосибирской области «Новосибирский областной колледж культуры и искусств», государственного автономного учреждения культуры Новосибирской области «Новосибирский государственный областной Дом народного творчества», государственных и муниципальных музеев. При этом отбор членов художественного совета должен осуществляться на конкурсной основе.

Кроме этого, министерство экономического развития Новосибирской области разработало проект положения о художественном совете.

Художественно-экспертный совет по народным художественным промыслам и ремеслам как средство развития декоративно-прикладного искусства: опыт регионов

Полномочия по созданию и ведению работы художественно-экспертного совета по народным художественным промыслам в большинстве регионов РФ возложены на министерства (департаменты) промышленности, министерства туризма, или экономического развития. В редких случаях это возложено на министерства (департаменты) культуры.

Ремесленничество, как вид деятельности, относится к малому и среднему предпринимательству. Функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса осуществляются Министерством экономического развития Российской Федерации. Кроме того, согласно п. 1 Положения о Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства РФ от 05.06.2008 №438, все вопросы по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности отнесены к компетенции Минпромторга России.

Рассмотрим опыт деятельности художественно-экспертных советов по народным промыслам в различных регионах России. Так, художественно-экспертный совет по народным художественным промыслам Ярославской области создан при органе исполнительной власти области, уполномоченном на организацию работы в сфере народных

художественных промыслов – департаменте промышленной политики Ярославской области в целях отнесения изготавливаемых изделий к изделиям народных художественных промыслов и координации деятельности расположенных на территории Ярославской области организаций (независимо от их организационно-правовой формы) и индивидуально работающих мастеров, занимающихся изготовлением изделий народных художественных промыслов в местах их традиционного бытования.

Художественно-экспертный совет по народным художественным промыслам Ростовской области создается при министерстве культуры Ростовской области в целях отнесения изготавливаемых изделий к изделиям народных художественных промыслов и координации деятельности расположенных на территории Ростовской области организаций (независимо от их организационно-правовой формы) и индивидуально работающих мастеров, занимающихся изготовлением изделий народных художественных промыслов в местах их традиционного бытования.

В целях возрождения, сохранения и развития декоративно-прикладного искусства и народных художественных промыслов в республике и в соответствии с Федеральным законом «О народных художественных промыслах» и постановлением Правительства Российской Федерации от 4 декабря 1999 г. N 1349 «Об утверждении Типового положения о художественно-экспертном совете по народным художественным промыслам и о перечне видов производств и групп изделий народных художественных промыслов» Правительство Республики Дагестан постановило образовать художественно-экспертный совет по народным художественным промыслам при Правительстве Республики Дагестан.

Министерство культуры Новосибирской области в соответствии с пунктом 10 Положения о министерстве культуры Новосибирской области, утвержденным постановлением Правительства Новосибирской области от 21.06.2017 № 167-п готовит проекты правовых актов Правительства Новосибирской области по вопросу установления порядка отнесения изделий, изготавливаемых на территории Новосибирской области, к изделиям народных художественных промыслов и порядка создания художественно-экспертного совета по народным художественным промыслам.

Следовательно, Минкультуры НСО самостоятельно не определяет, относится ли изделие, изготавливаемое на территории Новосибирской области, к изделиям народных художественных промыслов, а устанавливает порядок вышеназванного отнесения и порядок создания художественно-экспертного совета по народным художественным промыслам, в который должны входить квалифицированные эксперты.

О состоянии народных художественных промыслов на территории Новосибирской области: история вопроса

В соответствии со ст. 3 Федерального закона Российской Федерации от 06.01.1999 № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах»: народный художественный промысел определен как одна из форм народного творчества, деятельность по созданию художественных изделий утилитарного и (или) декоративного назначения, осуществляемая на основе коллективного освоения и преемственного развития традиций народного искусства в определенной местности в процессе творческого ручного и (или) механизированного труда мастеров народных художественных промыслов.

Местом традиционного бытования народного художественного промысла является территория, в пределах которой исторически сложился и развивается в соответствии с самобытными традициями народный художественный промысел, существует его социально-бытовая инфраструктура и могут находиться необходимые сырьевые ресурсы.

С 1996 года на территории Новосибирской области существовали предприятия народных художественных промыслов и ремесел, занимающиеся изготовлением изделий народных художественных промыслов, такие как: ООО «Опыт» (г. Новосибирск; художественная керамика), ООО «Феникс» (г. Новосибирск; художественная керамика), ООО «Корн» (г. Новосибирск; художественная керамика), ООО ПП «Калина-Иня» (с. Новолуговое; Художественная керамика), ЗАО «Сидек» (г. Бердск; художественная керамика), ООО ПТБ «Клен» (г. Новосибирск; изделия из природного камня), ООО «Зенит» (г. Новосибирск; роспись по дереву, железу), ООО «Пелси» (г. Новосибирск; изделия из дерева), ООО «Селигер» (г. Барабинск, изделия из лозы).

Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.01.2001 г. № 35 была введена регистрация изделий предприятий народных художественных промыслов, осуществлять которую было поручено Министерству промышленности, науки и технологий Российской Федерации.

Согласно новым утвержденным правилам регистрации, необходимо было установить места традиционного бытования в Новосибирской области (ст. 9 Федерального закона Российской Федерации от 06.01.1999 № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах»).

Регистрация изделий народных художественных промыслов была введена с целью борьбы с выпуском подделок предприятиями под изделия знаменитых промыслов России таких как «Гжель», «Хохлома», «Вологодское кружево» и т.д.

Таким образом, в целях исполнения Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.01.2001 г. № 35, осуществления государственной поддержки предприятиям было принято решение о принятии на территории Новосибирской области Постановления Гла-

вы администрации Новосибирской области от 05.07.2001 г. № 509 «О местах традиционного бытования народных художественных промыслов», согласно которому местами традиционного бытования народных художественных промыслов в Новосибирской области являлись территории, где осуществляли свою деятельность предприятия: город Новосибирск (изделия из керамики, лозы, дерева, камня, роспись по железу), город Бердск (изделия из керамики), город Барбинск (изделия из лозы) и село Новолуговое Новосибирского района (изделия из керамики). (В настоящее время данное постановление признано утратившим силу по причине отсутствия мест традиционного бытования народных художественных промыслов.)

В Новосибирской области с 1996 года при управлении культуры Новосибирской области работал областной художественно-экспертный совет по народным художественным промыслам, который на основании разработанных министерством экономического развития Российской Федерации методических рекомендаций на соответствие художественных промыслов оценивало представленные изделия местных предприятий на соответствие статуса «изделие народного художественного промысла признанного художественного достоинства». Художественно-экспертный совет по народным художественным промыслам выдавал решение совета и экспертное заключение на соответствие. Если предприятие выпускало более 51% изделий признанного художественного достоинства, то оно имело льготы по налогам. Организации, не прошедшие регистрацию изделий в Москве, автоматически лишались налоговых льгот, что привело к ухудшению их деятельности.

Таким образом, право регистрации изделий предприятий народных художественных промыслов переданное Министерству промышленности, науки и технологий Российской Федерации Постановлением правительства Российской Федерации от 18.01.2001 г. № 35 в 2001 году нарушило сложившуюся систему поддержки промыслов и как следствие, привело к сокращению числа местных предприятий, и ухудшило их состояние.

На сегодняшний день в Новосибирской области отсутствуют предприятия и организации, которые согласно Федеральному закону от 06.01.1999 № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах», относятся к организациям народных художественных промыслов и производят изделия народных художественных промыслов и ремесел. Изготовлением изделий в основном занимаются самозанятые граждане без регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей. Большая часть изделий народных художественных промыслов в Новосибирской области представлена в виде изобразительного и декоративно-прикладного искусства, создаваемые мастерами, которые не являются производителями продукции.

Поддержка мастеров и ремесленников народных художественных промыслов Новосибирской области

Сохранение культурных ценностей имеет приоритетное значение и для Минкультуры НСО. Так ведомством в рамках государственной программы Новосибирской области «Культура Новосибирской области» (далее – ГП «Культура») выделяются бюджетные ассигнования государственным областным учреждениям культуры, подведомственным министерству культуры Новосибирской области, на организацию и проведение в рамках государственных заданий и за счет субсидии на иные цели межрегиональных, областных фестивалей, конкурсов и выставок, направленных на развитие и поддержку народных художественных промыслов и ремесел, декоративно-прикладного искусства и народного творчества, развитие художественно-творческих способностей через традиции и инновации в декоративно-прикладном искусстве, и на формирование интереса населения Новосибирской области к традиционной народной культуре.

Деятельность в данном направлении осуществляют Новосибирский государственный областной Дом народного творчества, Дом национальных культур им. Г.Д. Заволокина и Областной центр русского фольклора и этнографии.

В 2020 г. в Новосибирской области проведено 5 культурно-массовых мероприятий, направленных на сохранение и развитие народных художественных промыслов и ремесел, в том числе: Межрегиональный фестиваль традиционного славянского костюма «Славенка», Межрегиональный фестиваль-конкурс художественных ремесел «Сибирский сундучок», Межрегиональный Фестиваль юных творцов «Родники культуры», Региональный фестиваль традиционной народной культуры «Бергульский карагод» и другие (посетило более 1,1 тыс. чел.).

Проведено более 43 мастер-классов и семинаров по различным видам декоративно-прикладного искусства, в том числе: Областной семинар «Пермогорская роспись»; областной семинар «Тамбурный шов в традиционной вышивке»; областной семинар «Ткачество поясов на ниту»; областной семинар «Ткачество в реконструкции этнографических костюмов»; областной семинар по вышивке «Сажени по бели»; областной вебинар по казачьему костюму; областной семинар по изготовлению новогодней ватной игрушки; вебинар для детей по изготовлению тряпичной игрушки; региональный семинар по вышивке «Откуда пошли русские мотивы»; мастер по вышивке Полякова Л.М., г. Новосибирск; мастер-класс с мастерами декоративно-прикладного творчества Новосибирской области: Мешкова О.В. (кружево фриволите), Панеева Л.Ф. (писанка), Лебедева В.В. (валяние из шерсти), Бабинцева Т.А. (роспись по дереву); региональный семинар «Валяние из шерсти», мастер Лебедева В.В. г.Бердск; Региональный мастер-класс «Техника акварель. Практические занятия для художников», мастер Семенов Н.И. г.Новосибирск и другие (посетило более 14,9 чел., в том числе в режиме онлайн).

Проведено 31 выставочное мероприятие, в том числе: выставка украинской вышивки и предметов прикладного искусства, материалов посвященных творчеству Т.Г. Шевченко; выставка предметов быта, музыкальных инструментов, одежды, культа тюрко-язычных народов Новосибирской области; Областная выставка ДПИ «Чудо Рождества», Областная выставка ДПИ «Масленичные проделки», Областная детская выставка «В гостях у русской сказки», экспозиция из архивных фондов Центра фольклора «Заповедные острова», Областная выставка лоскутного шитья «Лоскутная мозаика» и другие (посетило более 22,5 тыс. чел., в том числе в режиме онлайн).

Отдел традиционной народной культуры и ремесел Новосибирского государственного областного Дом народного творчества разработал стратегию – программу развития популяризации народных ремесел «Мастера Сибири», которая включает в себя:

1. Проект Региональная школа ремесленника «Мастер и подмастерье». Школа предназначена для мастеров-ремесленников, работающих в техниках традиционных ремесел, в качестве подмастерье (учеников) привлекаются дети и молодежь в возрасте от 14 лет до 30 лет для перенимания опыта «от мастера к ученику», сохранения ремесла, а также дальнейшее создание промысла на основе традиционных сибирских ремесел.

2. Цикл документальных фильмов о мастерах декоративно-прикладного творчества и народных ремесел, с одноименным названием «Мастера Сибири». В 2020 году состоялась презентация фильма о мастере – создателе «Ордынской росписи» Нине Ивановне Мухлыниной (Ордынский район); в память о жизни и творчестве мастера – создателя узелковой вышивки из Сузунского района – Анне Викторовне Аникеевой.

3. Студия ремесел «Терем мастериц». В рамках студии организованы курсы по направлению традиционных ремесел и современных техник декоративно-прикладного искусства, а также издание буклетов «Уроки мастера» по направлениях народных ремесел.

4. Виртуальная «Карта ремесел и народных традиций Новосибирской области», (<http://www.sibculture.ru/remesla/>). Электронный каталог представляет собой фотоматериал изделий и работ с краткой информацией о мастерах. Каждый мастер имеет возможность разместить информацию о своих работах в каталоге на бесплатной основе.

5. Реестр ремесел и мастеров ремесленников.

6. Реестр сувенирной продукции.

7. Передвижные выставки традиционных ремесел по Новосибирской области.

8. Проект Межрегиональная ассамблея «Мастера Сибири». Проект создаст новый туристический облик Новосибирской области, сочетающий в себе: сохранение и приобщение к сокровищам нематериального культурного наследия, выявление и поддержка мастеров

народных традиционных и современных ремесел, стимулирование их творческой деятельности, направленной на сохранение и развитие народных художественных промыслов и ремесел Сибирского федерального округа; межрегиональная Ассамблея «Мастера Сибири» – это масштабное мероприятие событийного туризма.

9. Межрегиональная выставка народных ремесел и декоративно-прикладного искусства «Мастера Сибири». В 2018 году выставка стартовала в статусе «Регионального фестиваля» и прошла в рамках Всероссийской акции «Ночь в музее», на базе Новосибирского государственного художественного музея. Учитывая большой интерес и популярность данного направления, с 2019 года выставка расширяет свои границы и становится «Межрегиональной».

10. Фонд «Лучших образцов ремесленной культуры». В фонде размещены работы мастеров по бересте, керамике, плетению из корней, росписи по дереву, хохломская роспись, ручному ткачеству, кружевоплетению, резьбе по дереву, традиционной вышивке, текстильные куклы, традиционные костюмы старожилов Сибири и др.

Издательская деятельность Новосибирского государственного областного Дома народного творчества, направленная по сохранению и развитию народных художественных промыслов и ремесел, декоративно-прикладного творчества в 2020 году:

- в I квартале выпустил каталог «Выставочный зал НГОДНТ-2019» по итогам выставок в 2019 году (тираж 100 шт.);

- в III квартале издан сборник методических рекомендаций «От замысла до реализации» по подготовке и проведению народного праздника, один из разделов методических рекомендаций посвящен «Подготовке к участию в выставке декоративно-прикладного творчества» (тираж 100 шт.);

- в IV квартале издан буклет методических рекомендаций «Тот и умен, кто красно наряжен». Буклет предназначен для специалистов культурно-досуговых учреждений различного профиля: начинающих руководителей фольклорных коллективов, студий и мастеров декоративно – прикладного искусства» (тираж 100 шт.).

В рамках ГП «Культура» ежегодно проводится конкурсный отбор на предоставление субсидии из областного бюджета Новосибирской области на организацию и проведение Международного Сибирского фестиваля керамики.

Целью фестиваля является пропаганда и популяризация искусства керамики в целом. В рамках мероприятия проходят: выставка художественной керамики; детский творческий конкурс; профессиональный конкурс в двух направлениях: лепка и гончарное дело; круглый стол с участием представителей и педагогов детских художественных школ, студий, кружков, высших и средних специальных учебных заведений; гончарное мастер-шоу и демонстрация коллекций керамических

украшений. Участие в конкурсном отборе могут принимать некоммерческие организации.

На территории Новосибирской области создана целая система по изучению и сохранению традиционного ремесла, это творческие мастерские, студий и кружки декоративно-прикладного творчества общее количество более 650 коллективов, из них со званием «Образцовый самодеятельный коллектив» – 30 коллективов; со званием «Народный» – 10 коллективов. Сегодня изучают ремесло дети и молодежь в таких направлениях как: гончарное мастерство, плетение из лозы и соломки, ткачество, вышивка, роспись и резьба по дереву, лоскутное шитье, изучение и изготовление традиционного костюма, традиционная игрушка (тряпичная кукла, ватная, глиняная, деревянная), писанка, валяние из шерсти. В жанре декоративно-прикладного искусства занимается более 7 000 участников.

Практически в каждом муниципальном районе и городском округе Новосибирской области присутствуют мастера декоративно-прикладного искусства и народного творчества, ремесленники. По данным органов местного самоуправления Новосибирской области на 01.01.2021 года деятельность в сфере народных художественных промыслов и ремесел осуществляют более 750 мастеров. Наиболее распространенными видами декоративно-прикладного искусства и народного творчества являются: резьба и роспись по дереву, лозоплетение, соломоплетение, керамика, вязание, лоскутное шитье, кружевоплетение и другие.

В то же время данные мастера (ремесленники) не являются производителями продукции народных художественных промыслов. Результаты своего творчества они демонстрируют в течение года на ярмарках, выставках и фестивалях, которые организуют учреждения культуры и организации Новосибирской области.

За счет средств областного бюджета Новосибирской области Минкультуры НСО финансирует подготовку специалистов по специальности 54.02.02 «Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы (по видам)» в подведомственных профессиональных образовательных организациях: Новосибирском областном колледже культуры и искусств и его Барабинском филиале. По окончании учебного процесса выпускнику присваивается квалификация: мастер-художник, преподаватель.

Жанкова Елена Александровнаспециалист по связям с общественностью
АНО «Музей городской жизни»

Развитие социального предпринимательства и проектной деятельности АНО «Музей городской жизни» (Калининград)

Деятельность АНО «Музей городской жизни» включает в себя развитие целого ряда объектов культуры и социокультурных проектов. Рассмотрим их подробнее.

Музей-квартира Altes Haus

Музей-квартира Altes Haus была создана в апреле 2014 года как частная инициатива супругов Быченко Александра и Натальи. Экспозиция представляет собой детально отреставрированную квартиру в доме 1912 года постройки. Представлены аутентичный интерьер, оригинальная мебель и предметы быта рубежа XIX – XX веков. Все экспонаты – подлинные вещи той эпохи, найденные на старых чердаках, купленные на блошиных рынках и европейских аукционах.

Значительную часть коллекции составляет старинная мебель родом из Кёнигсберга, присутствуют оригинальная кухонная утварь и туалетные принадлежности, а также много предметов обычных для людей начала прошлого века и назначение которых современному человеку трудно себе представить.

Экскурсия проходит в интерактивном формате: гостям предлагается отгадать назначение предметов, сегодня вышедших из обихода. Во время экскурсии также проходит знакомство с историей застройки Кёнигсберга и его района Амалиенау, по каким градостроительным правилам возводился этот район и сам дом, в котором находится музей.

Музей не имеет ограждений, витрин и вахтеров. До пандемии коронавируса гости Altes Haus имели возможность примерить на себя и сфотографироваться в старинных цилиндрах, женских шляпках и антикварных мехах. За время существования проект менял площадку, и сейчас располагается по адресу: Калининград, улица Красная 11, квартира 1.

С помощью архивных данных удалось выяснить, что до начала Второй мировой войны в этой квартире проживал неготиант Густав Гроссманн. По тому же адресу он открыл Lebensmittelgeschäft (продовольственную лавку). На её месте с 2019 года работает одноимённый музейный магазин и кафетерий – Gustav Grossmann.

Со временем музей стал не только объектом туристического показа, но и местом просветительской деятельности, направленной на изучение истории области, памятников археологии и культуры. В музее регулярно проходят лекции и выступления историков, искусствове-

дов, художников, архитекторов. Проводятся выставки, тематические вечера, литературные чтения и встречи с представителями творческой интеллигенции.

Так, например, в декабре 2020 года в рамках «Фестиваля музейных мистерий» в Altes Haus состоялась выставка «Бывшие вещи». В неё вошли видеоработы Александры Митлянской и скульптурные композиции Евгения Уманского. Работы художников были рассредоточены по комнатам музея, гостям выставки предстояло отыскать их – стать участником так называемого квеста, вступить в коммуникацию с произведениями и пространством, чтобы в конце этого приключения понять: вещи уязвимы для времени и в конечном итоге смертны, как и люди. Выставка была подготовлена Балтийским филиалом Государственного музея изобразительных искусств имени А.С. Пушкина.

Совместно с историком-археологом Романом Широуховым была разработана серия путешествий по Калининградской области и ближне-му зарубежью «Мир Прусского Периода». Всего было создано 12 исторических туристических маршрутов. Участники путешествий знакомились с самыми уникальными и интересными уголками региона, связанными как с историей Тевтонского Ордена, так и с пруссами и тем, что было до них. Сопровождали путешественников не только профессиональные гиды, но и историки, искусствоведы, художники. В дальнейшем эти наработки послужили основой для создания экскурсионного бюро «Altes Haus Тур».

В 2015 году была зарегистрирована Автономная Некоммерческая Организация «Музей городской жизни». Это позволило принять участие в грантовых конкурсах и реализовать ряд культурных инициатив. Сегодня на сайте Tripadvisor Altes Haus входит в тройку лучших музеев Калининградской области. Сайт музея – <https://alteshaus.ru/>

Музейный кафетерий Gustav Grossmann

В июле 2019 году в помещении бывшей лавки Александр и Наталья Быченко открыли музейный магазин и кафетерий, который назвали в честь основателя – Gustav Grossmann. Кафетерий стал продолжением музея: интерьер выполнен в стилистике того же временного периода, напитки и еда подаются в старинной посуде. Здесь располагается музейная касса и сувенирная лавка. В продаже также представлены предметы антиквариата, не вошедшие в экспозицию Altes Haus.

При содействии проекта была восстановлена старинная рецептура и налажено производство Кенигсбергского марципана. Сегодня он выпускается под товарной маркой «Gustav Grossmann» (зарегистрированный товарный знак). В работе кафетерия задействована Faema E61 Legend – кофемашина оригинального дизайна 1961 года. В меню представлена выпечка и разнообразные десерты.

В сентябре 2020 года на площадке Gustav Grossmann состоялась выставка японского фотохудожника Икуру Куваджимы «Я, Обломов». Она прошла в рамках калининградского фестиваля фотографии и ме-

диа-арта «ФотОН». Проект был посвящён роману «Обломов», написанному Иваном Гончаровым в середине XIX века. Икуру Куваджимы представил свою интерпретацию феномена «обломовщины» через серию автопортретов и фотографий интерьеров, сделанных в поездках по России, Украине, Казахстану и Киргизии.

Проект «Янтарный Путь. От Балтики до Аквилеи»

В 2016 году АНО «Музей городской жизни» была признана победителем в номинации «Страна-музей» грантового конкурса благотворительной программы фонда Владимира Потанина «Музейный гид». Проект «Янтарный Путь. От Балтики до Аквилеи» поставил перед собой цель актуализировать на территории Калининградской области объекты, связанные с древним торговым Янтарным путём.

Янтарный путь – древний исторический торговый маршрут Европы. Калининградская область – начало Янтарного пути, с древнейших времён связующего Запад и Восток. Проект был сфокусирован на объектах, находящихся на маршруте Янтарного пути и имеющих историко-археологическую, эстетическую и образовательную ценность. По итогам проекта были созданы 10 информационных стендов и 6 гранитных памятных знаков, которые стали основой специального туристического маршрута. На информационных модулях была размещена информация об истории мест, около которых они размещены, а также карта с указанием маршрута и основных достопримечательностях, расположенных неподалеку.

Карта проекта «Янтарный Путь. От Балтики до Аквилеи» распространялась бесплатно в Региональном информационном центре по туризму, а также доступна на сайте проекта*. Здесь можно найти описание, иллюстрации, карту проезда и GPS координаты каждого из 10 главных объектов. Кроме того, размещена информация и GPS координаты других интересных исторических и археологических ландшафтов и памятников, которые находятся в непосредственной близости от места посещения.

Дом китобоя

Естественным продолжением проекта довоенной квартиры (Altes Haus) стал «Дом китобоя» – музей Калининграда советского периода.

В 2016 году музей стал победителем грантового конкурса «Музейный десант» в 2016 году Благотворительного фонда Владимира Потанина в номинации «Приглашение музейных команд». Вместе с командой музейных проектировщиков «Художественно-придумывательного сообщества» (ХПС) из Санкт-Петербурга была создана концепция музея Калининграда 1960-1980 годов.

После презентации концепции Правительство Калининградской области включило проект в государственную программу «Развитие культуры» и выделило помещение под будущий музей площадью 139 м.кв. в центре города по адресу проспект Мира 9.

* www.amberroute.ru.

Экспозиция музея представляет собой реконструкцию коммунальной квартиры 1960-80 годов. В центре повествования история и быт одной семьи китобоя и их соседа по коммунальной квартире. Специально для проекта был разработан особый формат посещения. Он позволил не только погрузить посетителей во время и пространство «квартиры», но и сделать их активными участниками освоения этого пространства. Сценарий сочетает в себе функции аудиогuida с элементами игрового квеста. Это – аудиоспектакль с использованием современных цифровых технологий

В основу аудиоспектакля легли художественно переработанные воспоминания калининградцев, собранные в ходе проекта «Народный архив Калининграда. Повседневность 60-80-х годов». Он был реализован АНО «Музей городской жизни» в декабре 2017 – ноябре 2018 гг. с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

Данный проект был нацелен на сохранение памяти о Калининграде 1960-80 годов и налаживание преемственности поколений. Молодёжь и люди среднего возраста обучались работе с семейными архивами и воспоминаниями более старших поколений.

Был создан архив повседневности «портового периода» города. Его презентация прошла в различных форматах, в том числе, на празднике «День китобоя» в июле 2018 года, итоговой выставке «Народный архив» в ноябре 2018 года.

Первоначальной целью проекта было стремление собрать и передать молодому поколению воспоминания о советском Калининграде – городе моряков и рыбаков. Идея встречи поколений на материале местной истории оказалась невероятно плодотворной. Все, кто соприкоснулся с архивом, делились особым опытом, который они получили: «Время уходит, но оно остаётся в воспоминаниях. Я благодарна «Народному архиву» за сохранение памяти о моей семье»; «Это невероятно, у меня такое ощущение, что я побывал в детстве»; «Это странно, но я только сейчас по-настоящему понял, что я – калининградец» – множество подобных откликов было получено в ходе проекта.

Дом китобоя собрал уникальную коллекцию аутентичных, именно калининградских предметов эпохи социализма, воспоминания местных жителей о том времени и при помощи новых, музейно-театральных технологий с применением мультимедиа, интерпретировал историческое наследие Калининграда, позволяя посетителям музея зафиксировать один из периодов жизни города, важный для определения самоидентификации горожан.

Помимо работы постоянной экспозиции в Доме китобоя планируется организация временных выставок, конференций, семинаров и других мероприятий. Специально для этого предусмотрены два специальных зала – 50 и 70 м². Они оснащены профессиональными системами света и необходимым мультимедийным оборудованием.

Так в сентябре 2021 года Гёте-Институтом в России была открыта выставка Data CTRL Centre – первая для Дома китобоя. Проект направлен на популяризацию медиаграмотности и защиты данных в интернете. Его главная цель – вдохновить посетителей выставки на изменение отношения к персональным данным, конфиденциальным сведениям и любой другой информации в сети. Сайт музея – <https://domkitoboya.ru/>

Музейный фестиваль «Острова»

Вокруг музеев Altes Haus и Дом китобоя сложился круг партнёров самого высокого профессионального уровня в самых разных областях. Сейчас команда АНО «Музей городской жизни» может смело реализовывать задачи любого уровня сложности.

Подтверждением этого является то, что в 2020 году калининградские музеи и Министерство по культуре и туризму Калининградской области выбрали эту команду в качестве оператора «Ночи музеев 2020» и музейного фестиваля «Музейные мистерии 2020», а также проведение ею уже третий год общегородского детского музейного фестиваля «Острова»^{*}.

Фестиваль «Острова» проводится ежегодно с 2019 года и является главным музейным событием осени. Он объединяет все музейные площадки города, а с этого года к нему присоединились музеи области. Принципиальной особенностью фестиваля является его семейная направленность – он ориентирован на посещение музеев детьми в сопровождении родителей. Возрастная аудитория фестиваля – дети от 5 лет и старше, в этом году в фестивальную программу включены маршруты и для старшей школьной группы – подростки от 13 до 17 лет на нескольких площадках найдут для себя интересные и адекватные их возрасту музейные программы.

В дни фестиваля музеем выпускается отдельный фестивальный билет с ценой общей для всех площадок, участвующих в фестивале. Сопровождает посещение специально разработанный для фестиваля музейный путеводитель, который помогает семье или родителю с ребёнком построить свой маршрут внутри музейной экспозиции. Путеводитель представляет собой игровой «навигатор» по музею, в котором посетители ищут и открывают для себя экспонаты, включенные в маршрут, они читают задания, связанные с экспонатами, и выполняют их. В 2020 году в фестивале приняли участие 13 000 взрослых и детей.

Таким образом, деятельность АНО «Музей городской жизни» направлена не только на сохранение культурного наследия Калининграда, но и развивает культуру соучастия горожан и гостей самого западного города России, вовлекая их в социокультурные проекты, создаваемые как на базе частных музеев самого АНО, так и на других площадках с привлечением как бюджетных, так и частных ресурсов.

* <https://detivmuzee.ru/>

Лонская Ольга Владимировна,

директор краевого туристического центра «Горная Аптека»
г. Барнаул

Музей «Горная аптека» vs туристический центр «Горная аптека»: от музеефикации наследия к креативному предпринимательству

Историко-культурные основания для музеефикации объекта наследия

В исторической части г. Барнаула расположено здание, сочетающее в себе признаки, позволяющие говорить о нем, как об уникальном объекте культурного наследия^{*}. Это выстроенное в 1793-1794 годах в стиле классицизма здание горной аптеки, которое является, в первую очередь, старейшим из сохранившихся каменных зданий города. Во-вторых, оно представляет собой часть единого комплекса зданий и сооружений, обеспечивающих деятельность Барнаульского сереброплавильного завода и Колывано-Воскресенского горного округа в целом. В-третьих, горная аптека является зданием, связанным с историей развития медицинского обслуживания на Алтае, а также с именами таких людей как Ф.В. Геблер, А.И. Молчанов, Я.Н. Попов. Но особенной отличительной чертой, определяющей уникальность здания, является то, что оно единственное в городе с первого дня и до настоящего времени используется только по своему первоначальному назначению. Более того, основанная еще в 1752 году горная аптека никогда не меняла свое местонахождение. На плане города 1752 года под номером «54» значится «Вновь построенная каменная аптека, и притом дом аптекарского гезеля под литерою М». Под номером «62», за аптекой, значится место, «где просушивают литрованную лекарственную соль»^{**}. Очевидно, что строительство аптеки из кирпича, в то время, когда все остальные здания завода и заводского поселка были деревянными, означало повышенное внимание начальства к физическому здоровью рабочих и служащих. Особенно примечательным это выглядит на фоне того, что в Барнауле практически не было мастеров-каменщиков, а кирпич употреблялся в основном для строительства плавильных печей и горнов. Большинство побывавших в Барнаульском заводе путешественников, например, Э. Лаксман, И. Фальк и другие, особо отмечали наличие здесь «каменной аптеки», академик П.С. Паллас сообщал, что при аптеке был разбит сад, «в коем растут всякие травы, и с амбарами»^{***}.

* Указ Президента Российской Федерации от 20.02.1995 № 176 «Об утверждении перечня объектов исторического и культурного наследия федерального (общероссийского) значения» // Режим доступа: <https://government-npov.ru/?id=156922> (дата обращения 01.10.2021)

** Барнаул. Научно-справочный атлас. Новосибирск. 2007, С. 44-47.

*** Барнаул. Летопись города. Барнаул. 2007, С. 20.

Необходимость строительства горной аптеки (она, кстати, вошла в первую сотню российских аптек) определила высокая смертность среди рабочих на заводах и рудниках Колывано-Воскресенского округа не только от несчастных случаев и травм, но и от заболеваний, в результате чего в 1751 году многие работы были приостановлены. Как сообщал начальник заводов А.В. Беэр «В Барнаульском заводе мрут больше из пришлых люди... Так несчастливо нынешнее лето болезнями, что ... народу наполовину больных и теперь еще много лежат. Так было худо, что многие работы принуждены были остановить за неимением работных людей». Сам А.В. Беэр скончался в июле того же 1751 года^{*}.

Имя строителя первого здания аптеки сейчас вряд ли возможно установить, но в описи казенных построек Барнаульского завода 1786 года присутствует ее краткое описание: «... была складена из кирпича... пол был настлан кирпичом... в ней было шесть окон со ставнями, одна кирпичная печь, стол в три ряда с выдвигаемыми ящиками, раскрашенный...»

Снабжение Барнаульской горной аптеки необходимыми материалами осуществлялось, как свидетельствовал в 1762 году главный заводской лекарь Н.Г. Ножевщиков, в основном, из Московской Главной аптеки. Единственное, что поставлялось в аптеку собственно из Барнаула – стеклянная посуда, производимая на основном в 1755 г. стеклянном заводе прибывшими из столицы мастерами И. Калашниковым и И. Кормовесицким.

К 1792 году простоявшее сорок лет каменное здание аптеки обветшало и было разобрано. План строительства новой аптеки был составлен первым профессиональным архитектором Алтая А.И. Молчановым^{**}. Строгость композиции вновь построенного, ясность решения и простота рисунка архитектурных форм отражают характерные черты русской архитектурной школы конца XVIII века. Значительная часть помещения отводилась под казенную квартиру для провизора (зал, спальня, горница, передняя, кухня, погреб). Аптека же включала в себя аптечное помещение, лабораторию, склад для хранения материалов, учебную комнату, погреб. Разбитый при горной аптеке ботанический сад, лекарственные растения, выращенные в нем, и их семена, согласно рапорту инспектора томской управы Поддубного, посетившего Барнаул в 1809 году, «... распространяются по всей Сибири».

В 1837 году было принято решение о расширении существующего ботанического сада. Для его разбивки выделялось место на правом берегу пруда в 400 саженях от плотины. Однако этот проект не был реализован на основании «весьма малого числа команды при Барнаульском заводе».

* Барнаул. Летопись города. Барнаул. 2007, С. 15.

** Каширина Л.В. История строительства здания Главной аптеки Колывано-Воскресенских заводов. // Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края. Вып. XIII. Барнаул. 2003. С. 196.

В декабре 1839 года инспектор медицинской части Алтайского горного округа Ф.В. Геблер докладывает в Алтайское горное правление, что «... помещение Барнаульской аптеки ныне недостаточное, неудобное и тесное как для заготовления медикаментов так и для сохранения их, нужных инструментов и вещей... Лаборатория непомерно тесная и в зимнее время холодная, материальная также весьма тесна, и от сырости в ней портятся медикаменты, сама аптека тоже тесна, а от проходящего из печей и лаборатории дыма везде черно, в подполье сырость...». В связи с этим Ф.В. Геблер предлагал либо выстроить новое здание аптеки в ином «удобном» месте или пристроить к существующему зданию еще один этаж деревянный или «для лучшей безопасности от пожара каменный...»*. Переносить аптеку не стали, но и идея надстройки не была осуществлена по причине непрочности фундамента и слабости стен: «... оный устроен был по лежням из двух бревен рядом, а по ним во всю глубину рвов набойка сделана из крупного кирпичного щебня, стены тонки и во многих местах треснули**». В 1844 году здание было реконструировано главным архитектором Колывано-Воскресенского горного округа Я.Н. Поповым, учеником К.И. Росси. Попов увеличил площадь аптеки, спроектировал пристройку к дворовому фасаду, изменил обработку главного фасада: руст был затерт, появились четыре лопатки, Треугольный фронтон, акцентировавший главный вход, заменен ступенчатым аттиком, окна и дверной проем центрального ризалита объединены общим сандриком.

В 1873 году архитектором Н. Шульдалем была проведена очередная реконструкция здания, вероятно именно в это время вместо сандрика над главным входом появился металлический навес.

Изменились и внутренние помещения. Актом обследования базисной аптеки г. Барнаула (бывшая горная аптека) от 18 июня 1928 года в числе прочего зафиксировано следующее:

1. Подпольное помещение каменного здания, используемого частично под хранение медикаментов, залито подпочвенной водой слоем в 15 сантиметров;
2. На деревянных и каменных частях здания обнаружен грибок (домовая губка);
3. Пол под комнатой для изготовления лекарств прогнил.

Комиссия рекомендовала откачать воду из подпольного помещения, сделать бетонную стяжку, оштукатурить внутренние плоскости фундамента цементным раствором, заменить сгнившие балки, сделать вытяжку в подвальном помещении***.

С конца 1930-х годов в здании базисной аптеки размещается аптечный склад, фактически функционировавший в 1941-1942 годах. В 1942 году здесь начинает работу галеново-фармацевтическая лабо-

* ГААК, ф. 2, оп. 2, д. 5233, лл. 2-5.

** ГААК, ф. 2, оп. 2, д. 5233, лл. 8-9.

*** ГААК, ф. 529, оп. 1, д. 409.

ратория, выпускавшая спирт камфорный, настойку йода, зубной порошок, детскую присыпку, настой кранного перца, мазь цинковую, основу для мазей, спирт мыльный, мазь скипидарную, перекись водорода и массу другой продукции.

В 1949 году на главном фасаде здания была установлена чугунная мемориальная доска, гласящая: «Памятник архитектуры XVIII века б. Горная аптека. Построена в 1793-1794 гг. Архитектор Молчанов А.И. Охраняется государством».

В 1975 году на базе лаборатории создана Барнаульская фармацевтическая фабрика, выпускающая настойки и экстракты из местного и привозного лекарственного сырья. С 1991 года освоено производство фиточаев, пантокрина, биоженъшеня, косметических лосьонов.

В 2010 – 2012 годах после проведенной по инициативе НПФ «Алтайский букет» и при поддержке администрации Алтайского края реконструкции здания бывшей горной аптеки, здесь открыт музей аптечного дела, офисные помещения. Проект реставрации и приспособления помещений для нужд музея был подготовлен НПЦ «Наследие».

К истории создания музея аптечного дела «Горная аптека»

В рамках международной акции «Музейная ночь» в мае 2012 года в г. Барнауле был открыт первый на Алтае музей истории аптечного дела «Горная аптека». Музей располагается в здании второй половины XVIII века, являющемся историко-архитектурным памятником федерального значения. В связи с интенсивным промышленным освоением Алтая в XVIII веке наблюдался быстрый рост населения в округе и его центре – Барнауле. Суровый климат, тяжелейшие условия труда, сопряженные с большим травматизмом на рудниках и заводах, обусловили высокую смертность горнозаводских рабочих. Отсутствие медицинской помощи приводило к сокращению и без того малочисленного населения Алтая. Все это послужило фактором появления в г. Барнауле первой аптеки.

Горная аптека занимает особое место в истории города, медицины и архитектуры и является важной частью культурно-исторического наследия. На Алтае сегодня осталось совсем немного памятников архитектуры XVIII века, поэтому сохранение каждого из них имеет важное значение для города. Летом 2010 г. здание Горной аптеки было взято в аренду научно-производственной фирмой «Алтайский букет», возглавляемой С.А. Мухортовым. В связи с тем, что объект находился в полуразрушенном состоянии, было принято решение о начале реставрационных работ. В ходе реставрации был обнаружен ряд уникальных предметов, раскрывающих историю аптечного дела в Сибири. В связи с обнаруженными артефактами возникла идея о создании музея истории аптечного дела.

Авторами и создателями экспозиции музея «Горная аптека» выступили заместитель директора по научной работе Алтайского государ-

ственного краеведческого музея И.В. Попова и член союза дизайнеров России М.Г. Гизатулин. И.В. Поповой была разработана концепция и структура экспозиции, раскрывающей историю аптечного дела на Алтае во второй половине XIX – начале XX в. Главная задача музея – знакомство посетителей с историей аптечного дела и его роли в освоении Сибири. Кроме того, над созданием музея работала целая группа экспертов: музееведов, архивариусов, историков, искусствоведов, дизайнеров, ученых-фармацевтов.

На сегодняшний день экспозиция музея «Горная аптека» состоит из двух разделов. Первый раздел посвящен истории организации аптечного дела на Алтае второй половины XVIII – первой половины XIX в. Здесь представлен материал, раскрывающий историю города Барнаула как крупного промышленного центра России и причины организации первой аптеки на Алтае. Выставлены экспонаты по исследованию сибирской флоры и созданию аптечного огорода при Горной аптеке. Рассказывается о первых медиках Алтая, внесших вклад в исследование сибирской флоры.

Во втором разделе прослеживается история развития аптечного дела и фармации во второй половине XIX – начале XX в. С помощью материальных и письменных источников раскрыта статистика открытия аптек в округе, реклама аптек и препаратов. В этом же разделе реконструирована аптечная лаборатория по изготовлению препаратов. Размещенные в лаборатории экспонаты воссоздают этапы переработки растительного сырья и приготовление из него лекарств: измельчение, просеивание, высушивание, прессование, получение настоек и экстрактов. Аптекари ручными траворезками измельчали растения, дисковыми мельничками размалывали корни, кору, плоды. Для выдавливания из растений сока использовали ручные прессы различных конструкций. Из приготовленного сырья изготавливали пилюли и таблетки, используя пилюльницу или таблеточную машинку.

Завершает музейную экспозицию аптека для отпуска лекарств, в которой посетитель может увидеть реконструкцию аптечного шкафа и прилавка с кассовым аппаратом конца XIX в. На полках аптечных шкафов выставлены многочисленные аптечные флаконы, бутылки для препаратов с этикетками, рецепты, медицинский инвентарь: шприцы, грелки хирургические наборы, градусники, другие медицинские предметы, которые можно было купить в аптеке в XIX в.

Результатом проделанной работы стала созданная коллекция, сформирован музейный фонд из копий архивных материалов Государственного архива Алтайского края и Алтайского государственного краеведческого музея. Вещевой фонд был скомплектован путем закупа предметов и дарения. Особенно интересными находками стали предметы, найденные при реставрации – сигнатуры, рецепты, этикетки, рабочие журналы провизора, чеки, аптечные флаконы, бутылки, ампулы с неизвестной жидкостью внутри, ручные траворезки, каменные ступы с пестами, раз-

новесы, кованые предметы, монеты, аптечная утварь датируемая XIX – первой половиной XX века.

Рождение проекта: туристический центр «Горная Аптека» как пример креативного предпринимательства и творческих индустрий

Открытие музея «Горная аптека» явилось началом большого проекта под названием туристический центр «Горная аптека» – центр алтайского гостеприимства, автором и создателем которого является генеральный директор научно-производственной фирмы «Алтайский букет», С.А. Мухортов.

Сегодня в когда-то заброшенном здании кипит жизнь. Посещая «Горную аптеку» впервые, ни гости, ни жители Барнаула не могут остаться равнодушными – настолько это необычное, созданное с душой заведение. Переступая порог «Горной аптеки», вы буквально попадаете в другую реальность и совершаете удивительное путешествие во времени, открывая для себя невиданные доселе вещи.

Так, на *гастрономической экскурсии «Купеческое чаепитие»* посетителей весело и радушно встретит купчиха Авдотья Филипповна Полякова*. Авдотья Филипповна обязательно пригласит к столу «испить горячего чая». Тем временем на столе уже дожидается кипящий самовар и вкусные угощения: сушки, баранки, прянички, алтайский мёд, протёртая с сахаром облепиха, травяные бальзамы и настойки. Авдотья Филипповна разливает чай по фарфоровым чашкам, учит гостей пить его из блюдеч вприкуску с сахаром и ведёт душевную беседу о жизни, о традициях русского чаепития, о том, когда на Руси появился первый самовар, и почему русские купцы и бояре поначалу восприняли чай с огромным недоверием. По праздникам у Поляковых особые забавы: в Сочельник девицы гадают на суженых, на Масленицу пекут блины и играют в весёлые игры, на Пасху устраивают яичные бои.

Вдоволь напившись чаю, гости отправляются на экскурсию в музей аптечного дела. Молодые профессионалы-экскурсоводы, облачённые в одеяния провизоров этой эпохи, расскажут об истории Барнаула, о том, почему так популярна была в те времена среди учёных-ботаников единственная в Барнауле аптека. Экскурсоводы также продемонстрируют процесс приготовления травяных пилюль, оборудование и аптечную утварь того времени, познакомят гостей с премудростями аптекарского дела времён освоения Сибири, расскажет об истории и назначении редчайших экспонатов, представленных в музейной экспозиции.

При желании в музее аптечного дела можно принять участие в мастер-классе по изготовлению натурального мыла с эфирными мас-

* Историческая справка, Поляков И.И. – купец 1-й гильдии, крупный барнаульский промышленник и торговец, в разные годы занимал должность старосты домовая церквкв при Барнаульском духовном училище, избирался гласным думы, в 1907-1908 гг. исполнял должность городского головы.

лами и травами, либо овладеть технологией приготовления травяных эликсиров, которыми гостеприимная Авдотья Филипповна с удовольствием потчует своих гостей.

Из аптечного музея провизор проводит гостей в потайные подвалы. С зажжёнными свечами они спускаются вниз по крутой лестнице и оказываются в старинных подземельях с кирпичными стенами и сводчатыми потолками, выложенными ещё в XVIII веке. В былые времена эти подземелья предназначались для хранения аптечного сырья. Различные спирты, ароматные воды, эфирные масла и эссенции содержались в больших стеклянных бутылках, фарфоре, глине или дубовых бочках, а корни лекарственных растений – в специальных деревянных коробах. Подвалы были случайно обнаружены и раскопаны в процессе реставрации. Сейчас они используются не только для экскурсий, но и как залы ресторации. В меню ресторации – только такая еда, которая могла быть в XIX веке – без майонезов и кетчупов, без пива, но с медовухой, без водки, но с самогонном. Гостям ресторации подают скобянку по-демидовски, пельмени с мясом марала и хариуса, фирменные блюда от шеф-повара, русские пироги, традиционные напитки – морсы, сбитень, квас.

В основе концепции помещения лежит образ купеческого дома XIX столетия. Здесь есть традиционная гостиная с буфетом и фортепиано, уютный хозяйский кабинет с тёплым камином, романтический зал под кирпичными сводами настоящего потайного подвала. Есть даже специально оборудованный погреб, где хранятся домашние заготовки собственного производства. Здесь же, в ресторации, проходят музыкальная и театральная гостиные. Для посетителей играет живая классическая музыка, звучат романсы под гитару и фортепиано, разыгрываются театральные постановки в исполнении профессиональных артистов.

Побывав на театрализованных экскурсиях в ресторации «Горная аптека», посетители могут также посетить бутик натуральных оздоровительных продуктов Алтая, пользующейся постоянным спросом у гостей и жителей г. Барнаула. Бутик находится в левом крыле здания и включает в себя просторный выставочный зал.

Общеизвестно, что Алтай является лидером в России по производству натуральных продуктов для здоровья и активного долголетия. Его природа является источником огромного количества уникального лекарственного сырья. Именно поэтому здесь сосредоточено так много предприятий, занимающихся производством оздоровительных продуктов – бальзамов, продуктов функционального питания, фармацевтических препаратов, натуральной лечебной косметики. В выставочном зале «Горной аптеки» представлена наиболее полная коллекция продукции лучших алтайских производителей. Всё понравившееся, включая уникальные подарочные наборы для здоровья и красоты,

здесь можно приобрести. Определиться с выбором помогут приветливые и отзывчивые провизоры-консультанты.

Какие бы развлечения в «Горной аптеке» вы для себя ни выбрали, очевидно одно: побывав здесь однажды, вы захотите возвращаться сюда снова и снова, ведь здесь вам гарантирована масса новых впечатлений и положительных эмоций и, конечно, заряд бодрости и энергии на долгое время. Ведь «Горная аптека» – это не просто место, где прошлое встречается с настоящим, это, прежде всего, главный гостеприимный дом Алтая, где всегда рады посетителю, где его всегда ждет новая программа и незабываемые впечатления.

Список литературы

1. Астафьева О.Н., Егоров В.К. Культурное наследие в территориальных проектах развития / О.Н. Астафьева, В.К. Егоров // Музеефикация фортификационных сооружений: проблемы и пути их решения : Сборник материалов Международного научно-практического семинара-конференции, посвященного 425-летию начала строительства Смоленской крепостной стены / сост. С.А. Пиляк, канд. архит. Смоленск: Свиток, 2021. С. 30 – 41.
2. Астафьева О.Н. Социокультурная среда как основа для формирования музейных кластеров: базовые концептуализации // Музейные тетради Крымской музеологической школы: методологические, методические и информационно-справочные материалы. – Вып. 3 / М-во культуры РК, Музей-заповедник «Киммерия М. А. Волошина» – Дом-музей М. А. Волошина, Исслед. группа «Российская музейная энциклопедия»; отв. ред. Н. М. Мирошниченко, И. В. Чувилова. Коктебель; Симферополь: ООО «Антиква», 2018. С. 108 – 119.
3. Барнаул. Научно-справочный атлас. Новосибирск. 2007, С. 44-47.
4. Барнаул. Летопись города. Барнаул. 2007, С. 20.
5. Барнаул. Летопись города. Барнаул. 2007, С. 15.
6. Каширина Л.В. История строительства здания Главной аптеки Колывано-Воскресенских заводов. // Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края. Вып. XIII. Барнаул. 2003, С. 196.
7. ГААК, ф. 2, оп. 2, д. 5233, лл. 2-5.
8. ГААК, ф. 2, оп. 2, д. 5233, лл. 8-9.
9. ГААК, ф. 529, оп. 1, д. 409.
10. Указ Президента Российской Федерации от 20.02.1995 № 176 «Об утверждении перечня объектов исторического и культурного наследия федерального (общероссийского) значения» // Режим доступа: <https://government-nnov.ru/?id=156922> (дата обращения 01.10.2021)

Цаллагов Заурбек Викторович

руководитель проекта «Родовые башни»,
председатель СОРО «Родовые башни»
Республика Северная Осетия-Алания

Проект «Родовые башни»

Родовые башни – символ Кавказа. Тысячелетиями башни служили гарантом безопасности для горских народов, сегодня башни являются символом истории и единения, а также центром притяжения туристов в качестве архитектурных памятников. «Северный Кавказ – одно из немногих мест, где сохранились уникальные памятники традиционной архитектуры – башни. Одиночные башни и башенные ансамбли – неотъемлемая часть пейзажа высокогорных районов Кабардино-Балкарии, Осетии, Ингушетии, Чечни. Типология башенных сооружений фактически представляет весь типологический диапазон традиционной архитектуры горских народов: башенное жилище; родовые (или боевые) башни; башни-склепы; башенные монументы; сигнальные и сторожевые башни. Башни Северного Кавказа, будучи своеобразным архитектурно-художественными вершинами народного домостроительного творчества, стали знаковым явлением всей горской культуры, символическим выражением ее неповторимости и гармонической целостности»*.

На территории проживания осетин расположено большое количество архитектурных памятников, самыми выдающимися из которых являются средневековые башни и замки, широко распространённые в горной зоне. С 2017 года команда проекта «Родовые башни» планомерно занимается восстановлением исторической части высокогорного селения Унал, расположенного в центральной части РСО-Алания. Целью проекта является создание исторически достоверной площадки, приспособленной для проведения мероприятий в современных форматах.

К настоящему времени восстановлена главная каменная башня высотой 6 этажей (17 метров) и утраченные во время Великой отечественной войны оборонительные стены крепости; создан амфитеатр; проводятся кинопоказы под открытым звездным небом; частично благоустроена территория и проведено озеленение. Данный проект является единственным в своем роде живым интерактивным музеем в Северокавказском федеральном округе, победителем многих всероссийских конкурсов и премий. Проект «Родовые башни» включен в программу поддержки Президентской платформы «Россия страна возможностей» которая обеспечивает трансляцию крупных культурно-массовых мероприятий на таких телеканалах как «1канал», «Россия 1», «Россия-Культура», «НТВ» и других федеральных СМИ.

* Сулименко С.Д. Архитектура в традиционной культуре горских народов Северного Кавказа: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора архитектуры, М., 2000. С. 3

В 2018 году проект «Родовые башни» был презентован Президенту РФ в качестве лучшей практики СКФО за последние 10 лет, где получил высокую оценку от В. В. Путина, а также стал победителем Всероссийской премии «Доброволец России 2018»^{*}.

С 2017 года при поддержке региональных властей и творческих коллективов СКФО на восстанавливаемой территории ежемесячно проходят культурно-массовые мероприятия, этнические фестивали, межнациональные праздники, выставки, мастер-классы, кинопоказы и многое другое, однако вместимость используемых площадей ограничена. Существует необходимость расширения музейных пространств, полезных для проведения мероприятий, за счет восстановления прилегающих исторических территорий, а именно восстановление родовой башни-ганаха. Команда проекта сложилась в социокультурное сообщество, объединяющее местных жителей высокогорного района, 24 региональных экспертов и 300 волонтеров (студенты и школьники, входящие в состав «Волонтеры культуры РСО-Алания»), участвующих в реализации многочисленных мероприятий, которые ежегодно посещают более 8000 жителей и гостей региона.

Тем самым создается уникальное открытое общественное культурное пространство. В 2021 году данный проект вновь стал победителем конкурса и выделенная грантовая поддержка позволит в следующем году качественно расширить возможности для проведения мероприятий, благодаря освоению прилегающей территории, тем самым создав основу для дальнейшего проведения крупных этно-культурных мероприятий. Также, по многочисленным просьбам, планируется установка онлайн камер, с трансляцией на официальном сайте проекта для тех, кому интересна культурная жизнь региона, но нет возможности личного участия.

Проект позволит расширить этно-культурный музей и создать пространство для дальнейшего проведения крупных культурно-массовых мероприятий таких как фестивали, форумы, детские образовательные лагеря, выставки и многое другое, чего ждут жители республики, ежегодно посещающие создающийся «Культурный центр в родовых башнях». Также проект обеспечит реализацию Национального проекта «Культура», увеличив число посетителей и развитие культурно-исторических мест республики.

Список литературы

1. Видеоматериалы об этно-фестивале «Родовые башни Цаллаговых // Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=zfZRBrtmEjM>

^{*} <https://priderussia.ru/horosheedelo/zaurbek-tsallagov-vmeste-svoei-komandoi-vozsozdaet-bashennii-kompleks-razvivaet-poznavatelnoi-turizm-svoem-regione>

2. Дзаттиаты Р. Г. Культура позднесредневековой Осетии / Руслан Дзаттиаты. – Владикавказ: Ир, 2002 (РИПП им. В.А. Гассиева). – 431 с.
3. Официальная страница проекта в социальных сетях // https://www.instagram.com/tsallagti_towers/
4. Сулименко С.Д. Архитектура в традиционной культуре горских народов Северного Кавказа: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора архитектуры. – М., 2000. 52 с.

Назарой О.В.заместитель директора
АНО «Центр молодежи и общественных инициатив»

Из опыта работы с некоммерческими организациями в сфере культуры Псковской области

В 2020 году Управлением общественных проектов и молодёжной политики были инициированы встречи Комитета по культуре с победителями конкурса Фонда президентских грантов с проектами в сфере культуры. В рамках встреч были выявлены вопросы значимости административного ресурса, с которым могли бы помочь профильные органы власти.

Встречи послужили толчком для проведения серии мероприятий по созданию тематических сообществ некоммерческих организаций в сфере культуры, образования, спорта и социальной защиты. Активисты сообществ приняли участие во встречах и форсайт-сессиях, направленных на разработку совместных планов работы, с профильными комитетами Администрации Псковской области. Тематика профессионализации данных сообществ была заложена в основу форума СОНКО Псковской области «Содействия».

Касаемо некоммерческих организаций в сфере культуры, сотрудниками Управления общественных проектов были проведены вебинары с руководителями бюджетных учреждений культуры из районов Псковской области, в рамках которых были обсуждены вопросы важности взаимодействия некоммерческого сектора и бюджетных организаций с точки зрения совместного инфраструктурного развития, привлечения дополнительного финансирование через грантовую деятельность и через региональные конкурсы субсидий. В данных вебинарах приняли участие более 100 бюджетных учреждений в сфере культуры.

В том числе для повышения уровня культурных проектов на территории Псковской области, в частности в районах, с лета 2020 года в каждом муниципальном образовании на базе Домов культуры ведётся деятельность по созданию НКО. В настоящий момент создано уже 19 подобных НКО. В оставшихся 5 районах некоммерческий сектор находится в процессе регистрации. Стоит отметить, что часть созданных на базе ДК НКО уже смогли зарекомендовать себя и стать победителями региональных и федеральных грантовых конкурсов. Так, Дедовичская районная общественная организация «Центр социальных услуг «Досуг.Проект» получила субсидию в региональном конкур-

се 2021 год, а АНО культуры, искусства и спорта «Центр талантов», а также представители Палкинского и Дновского районов смогли получить финансовую поддержку своих проектов в конкурсе президентского фонда культурных инициатив.

Новосозданным НКО на территории районов оказывается всяческая поддержка со стороны органов власти. С августа 2021 года на базе подведомственного учреждения Комитета по культуре Псковской области – ГАУК «Театрально-концертная дирекция» начал деятельность консультационный центр по вопросам участия в грантовых конкурсах. Любая культурная НКО региона может получить безвозмездную консультацию по подготовке заявки, доработке проекта или по любым другим сопутствующим вопросам. За два месяца работы были оказаны консультации по подготовке заявок для регионального конкурса субсидий, а также для участия в первом конкурсе 2022 года Фонда президентских грантов. В настоящий момент в штате консультационного центра – два специалиста: руководитель консультационного центра оказывает методическую помощь для участия в грантовых конкурсах, а ведущий специалист работает по направлению «Волонтеры культуры», курируя работу добровольческих культурных отделений в муниципалитетах Псковской области. За последнее полугодие только в городе Пскове к помощи в проведении культурных мероприятий было привлечено более 300 волонтеров разного возраста. Аналогичная работа проводится во всех районах региона. Добровольцы помогают не только в организационных вопросах, но зачастую и сами становятся участниками творческой деятельности – выступают на концертах в отдаленных населённых пунктах Псковской области.

На базе подведомственного учреждения Управления общественных проектов и молодежной политики Администрации Псковской области – АНО «Центр молодежи и общественных инициатив» – с июля 2021 года появился отдел социального проектирования и грантовой деятельности в штате которого работают 3 специалиста, консультирующие некоммерческие организации по вопросам социального проектирования, отчетной документации, сопровождению проектов, продвижению проектов.

Специалистами двух указанных подведомственных организаций в феврале 2022 года планируется провести для НКО в сфере культуры трехдневную школу по подготовке грантовых заявок и продвижению информации об организации в социальных сетях.

Варшавская Людмила Ефимовна

директор Национального этнокультурного центра «СЭНКЭ»,
п.Ванино Хабаровский край,
Заслуженный работник культуры
Хабаровского края

Народные традиции: от меховой мозаики до рыбьей кожи

В конце XVII – начале XVIII веков негидальцы сформировались как этнос. Были установлены тесные контакты с территориальными соседями – ульчами, нивхами, нанайцами и эвенками и это оказало влияние на язык, культуру и традиции негидальского этноса. В конце XIX в. на Амгуни возникли русские золотые прииски. На территории прежнего расселения негидальцев и других аборигенов поселились русские, корейцы. Действовала миссионерская школа. В 1682 году возводятся первые русские зимовья – Усть-Дукинское и Усть-Нимеленское. Историки утверждают, что местные народы были весьма доброжелательны к русским и в XVII и XIX веках, когда здесь обосновались переселенцы из российских губерний, контакты с местными жителями стали более тесными. Не противились негидальцы принятию новой веры. Православные священники совершали таинство крещения и давали новообращенным другие имена и фамилии. Так среди «людей, живущих по берегам рек», появились Евдокимовы, Надеины, Соловьевы, Семеновы, Яковлевы, Максимовы.

Нелегким был жизненный путь женщины, родившейся 25 октября 1916 года. Анна была вторым ребенком в большой многодетной семье охотника Никифора Порфирия Алексеевича. Мать девочки Алла Ивановна была из древнего рода Дигор. Родители проживали в селе Дуки Нижнеамурской области (Солнечный район Хабаровского края). В 1922 году во время «великого голода» от кори умирает мама, когда Анечке было 6 лет. Отец в скором времени вновь женился, и на плечи девочки легло много, отнюдь не детских забот: смотреть за младшими сестрами и братьями, следить за домом, помогать мачехе готовить и шить, а старшему брату – рыбачить, собирать дикоросы. В 19 лет Анна выходит замуж за Надеина Ивана Васильевича. Вскоре родились дети. У Анны Порфирьевны и Ивана Васильевича их было девять.

С раннего детства Анна занималась пошивом национальной одежды. Вся одежда и обувь северных народов шилась из шкур, меха и рыбьей кожи. Выделка была делом непростым, требующим терпения, умений, навыков и сил. Такие навыки оченьгодились, когда пришло время обшивать своих собственных детей и мужа. Мастерница меняла национальную одежду на продукты питания на золотых приисках. Национальное искусство утратило свою актуальность, в 60-е годы появилась в продаже фабричная одежда, ткани, обувь. Трудолюбивая, добросовестная, усидчивая и старательная Анна Порфирьевна пере-

дала эти качества своим детям. Многолетний опыт шитья не прошел даром. Ковры, кумаланы, торбаза, сумки, тапочки, рукавицы, перчатки и другие изделия народного промысла и художественных ремесел экспонировались на выставочных площадках различных городов и стран мира.

В 2016 году Анна Порфирьевна отметила 100-летний юбилей. Благодаря неустанному труду и особой жизненной закалке пронесла через годы молодость души, щедрость таланта и доброжелательность. Негидальцы, один из самых малочисленных народов Севера Хабаровского края, его численность менее 500 человек. С каждым годом всё меньше становится людей, владеющих негидальским языком, традиционной национальной культурой этнической группы. В 2010 году была создана родовая община коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ «ОСИКТА», в переводе «Звезда». Возглавила общину С.В. Надеина.

Основная деятельность была направлена на сохранение языка, национальных традиций, обрядов, орнаментального искусства, выделки меха, кожи и возрождение утраченных видов ремесла. Деятельность кружковой работы организовали в дошкольном учреждении детского сада села Владимировка, района имени Полина Осипенко. В основу программы легли профессиональные качества педагога – одной из дочерей Анны Порфирьевны Дарьи Ивановны. Стаж работы в организациях и учреждениях района – 58 лет, из них в сфере образования – 32 года. Дарья Ивановна работает по авторской программе «Негидальская культура», ее разделы включают изучение: национального языка, подвижных игр, компонентов декоративно-прикладного творчества, орнамента, работы с берестой. С 2012 года община активно занимается проектной деятельностью и привлекает инвестиции.

В 2013 году был реализован социально-творческий проект «Руки мастериц». Цель – сохранение самобытности национальной культуры, языка и традиций негидальцев, посредством проведения выставок и мастер-классов в сёлах района имени П. Осипенко. Партнером проекта выступило ОАО Полиметалл УК».

В 2014 году – социально-творческий проект «Мой этнос силён традицией». В рамках его реализации были организованы тематические беседы о мастерах декоративно-прикладного искусства на базе образовательного учреждения – начальной школы. Изготовлено 10 национальных экспонатов для выставочной деятельности, один из которых вошел в экспозицию музея, как результат совместной партнерской деятельности проекта. Проведены мастер-классы по национальным видам народного ремесла: вышивка, изготовление ровдуги, выделка и пошив из меха. Особое внимание на курсах было уделено по сохранению родного языка. Партнерами проекта выступила районная газета «Амгуньская правда», которая широко освещала ход реализа-

ции проекта. Жители города Комсомольска-на-Амуре познакомились с экспозицией национального творчества в краеведческом музее.

В 2015 году был реализован социально-творческий проект «Юбилею Великой Победы посвящается». Партнёром выступила администрация муниципального района имени Полины Осипенко. Социально-творческий проект «Традиции руками мастеров» состоялся при поддержке Правительства Хабаровского края. Социально-творческий проект «Следами предков» получил поддержку ОАО «Полиметалл УК». Основными задачами проектов являются сохранение самобытности национальной культуры, языка и традиций одной из малочисленных этнических групп Хабаровского края. Участники проектов получили практический навык, опыт, знания о работе с орнаментом, мехом; познакомились с национальными играми, традициями, обычаями, легендами, сказками. По результатам реализации проектов выпущен и ратифицирован русско-негидальский разговорник.

В 2016 году были реализованы:

- социально-творческий проект «Сохраним наследие предков». Партнером проекта выступило ОАО «Полиметалл УК»;

- социально-творческий проект «Наследие предков» при поддержке Правительства Хабаровского края. Реализация грантового проекта «Наследие предков» на территории Ванинского и Советско-Гаванского муниципальных районов Хабаровского края проходила в период с 24 декабря по 19 марта 2017 года. За период работы передвижной персональной выставки художественных и народных ремесел традиционной национальной культуры негидальцев «Меховая мозаика» рода Надеиных села Владимировка, муниципального района имени Полины Осипенко охват посетителей выставки составил 3270 человек. Из них: дети – 800 посетителей, подростков – 541 и взрослых – 1929 человек. Передвижная выставка демонстрировалась в учреждениях культуры. За время реализации проекта были проведены два выездных семинара-практикума «Развитие и сохранение традиционной культуры коренных народов Хабаровского края»: 02-04 ноября 2016 года и 10-19 марта 2017 года за счет средств грантополучателя. Были организованы мастер-классы по изготовлению открыток с применением национального орнамента для детей детского сада села Владимировка; по снятию кожи с рыб лососевых пород; по заготовке натурального сырья лососевых пород; по выделке рыбьей кожи; по крою и пошиву сувенирной продукции из рыбьей кожи.

Посетители выставки оставляли отзывы мастерам художественных и традиционных ремесел национальной культуры негидальцев «Меховая мозаика» рода Надеиных, пожелания руководителю проекта (Надеина С.В.) и организаторам передвижной выставки: НП «Центр «Ремесла и промыслы Земли Дерсу» (Исполнительный директор Баята О.И.), Национальный этнокультурный центр «СЭНКЭ»*, (Заведу-

* <https://ethnocentrs.ru/dalnij-vostok/khabarovskij-kraj/natsionalnyj-etnokulturnyj-tsentr-senke>

ющий Варшавская Л.Е.). Из книги отзывов: «Замечательная выставка, особая. Один их самых малочисленных народов Севера сохранил уникальную самобытную культуру, благодаря таланту, любви к своему нарду. Род Надеиных совершенствуя, но сохраняя свои традиции, передает из поколения в поколение свое мастерство. Светлана Валерьевна, огромное спасибо за продолжение семейных традиций. Успехов и достижений. С глубоким уважением, Г.М. Волкова»; «Спасибо дорогим мастерам! За ваш талант и труд!»; «Побывала на открытии выставки и увидела работы таких мастериц как Надеина Анна Порфирьевна, Надеина Дарья Ивановна, Надеина Светлана Валерьевна. Была восхищена талантом, разнообразием орнамента и рисунком. Также узнала обозначение символики негидальского искусства. Спасибо Вам за возможность своими глазами посмотреть и ощутить культуру такого малочисленного народа»; «Спасибо большое за выставку и возможность познакомиться с искусством талантливых и единственных в своем деле великих мастеров. Крепкого здоровья и счастья».

Дарья Ивановна является носителем негидальского языка, ее знания, жизненный опыт, мудрость, ответственность легли в основу работы с учёными лингвистами, филологами из Москвы, Санкт-Петербурга, Якутии, Кореи. Два года Надеина Д.И. и Казарова А.В., преподаватель начальных классов в селе Владимировка, вели работу по созданию фонетического пособия по негидальскому языку совместно с ООО «Портал Хабаровск», Берелтуевой Д.М., кандидатом филологических наук, доцентом, деканом факультета Народов Севера ДВГУ (г. Хабаровск). В 2009 году вышло в свет электронное фонетическое справочное пособие по негидальскому языку – учебное пособие для учащихся начальных классов общеобразовательных учреждений с изучением негидальского языка, студентов филологических факультетов вузов, преподавателей. В 2016 году она готовила учащихся к литературному конкурсу для детей коренных малочисленных народов Сибири и Дальнего Востока. Рассказ учащегося Малюга Д. опубликован в книге «Волшебные сказки детства», изданной при поддержке Хабаровского отделения Русского географического общества. Дарья Ивановна является соавтором «Негидальского букваря», учебного пособия для не владеющих негидальским языком 1-го года обучения, который издан в 2016 году. В 2021 году она приняла активное участие в Курсе профессиональной переподготовки по профессии «Художник народных промыслов» с мастер-классом по изготовлению изделий из меха и кожи на базе ГБОУ «Краевой детский центр «Созвездие». У негидальцев везде в узоре присутствует трилистник – будь это коврик, платье или обувь. Почему именно трилистник? Раньше, когда не было никаких лекарств, с помощью отвара из этого растения лечили практически все болезни – воспаление легких, туберкулез и другие. К тому же этот цветок, который по-научному называется вахта трилистная – не путайте с клевером – растет на границе между твердой землей и бо-

лотом. И любой человек, увидев его, понимал, что дальше идти опасно. Вот в знак уважения к этому растению, которое спасло многих негидальцев, и решили его увековечить. В орнаментальном творчестве его используют мастера народного ремесла.

Работы Дарьи Ивановны широко представлены на выставочных проектах страны и за рубежом. «Традиционное и современное искусство коренных народов Приамурья», «История и современное развитие Хабаровского края», краевой фестиваль-эстафета фольклорных обрядовых праздников «Бубен дружбы», Дальневосточный международный фестиваль художественных ремесел коренных народов «Живая нить времен», Международная выставка-ярмарка «Сокровища Севера. Мастера и художники России », краевой фестиваль эвенкийской культуры «Бакалдын» (Встреча), Международный фестиваль Российско-Китайская ярмарка культуры и искусства г. Благовещенск – г. Хэйхэ, КНР, Международный фестиваль национальных культур мира, г. Тояма, Япония и другие площадки. За многолетний труд Дарья Ивановна имеет награды: 1982 год – присвоено звание «Ветеран труда»; 1998 год – награждена юбилейной медалью за большой вклад в развитие экономики и культуры; 2001 год – присвоено звание «Почетный гражданин района имени Полины Осипенко»; 2006 год – награждена Почетной грамотой в честь 100-летия со дня образования Государственной Думы Российской Федерации; 2006 год – награждена Почетной грамотой в честь 60-летия со дня образования с. Владимировка; 2017 год – награждена медалью «За верность Северу». Обобщая многолетний опыт сотрудничества с Дарьей Ивановной, можно сказать, что так сохраняется и преумножается нематериальное наследие и культурный код Отечества. «Каким бы малым ни был мой народ, он все равно меня переживет...» эти слова К. Кулиева можно адресовать каждой этнической группе.



**Развитие творческих
индустрий и поддержка
культурных инициатив
в субъектах Российской
Федерации: диагностика
состояния и региональный
опыт**

Дядьков Олег Николаевич,

начальник управления развития инфраструктуры и аналитической работы Министерства культуры Московской области

Ломаев Роман Леонидович,

заведующий отделом аналитики и сопровождения региональных проектов Управления развития инфраструктуры и аналитической работы Министерства культуры Московской области

Участие негосударственных организаций и креативных инициатив в развитии творческих индустрий и социального предпринимательства в культуре

Методология и методы исследования

Сбор и обобщение информации об участии негосударственных организаций и креативных инициатив в развитии творческих индустрий и социального предпринимательства в культуре произведен в 24 субъектах РФ. Отбор субъектов для сбора информации осуществлен методом простой случайной шаговой выборки (шаг 4) из общего списка субъектов РФ по всем федеральным округам (8 федеральных округов). Кроме того, в качестве дополнительного субъекта в список регионов для сбора информации была включена Московская область. В результате количество регионов для сбора информации составило 25. В список были включены следующие регионы:

Центральный федеральный округ: Воронежская область, Курская область, Рязанская область, Тульская область, Московская область;

Северо-Западный федеральный округ: Республика Карелия, Вологодская область, Новгородская область;

Южный федеральный округ Республика Адыгея, Краснодарский край, Город федерального значения Севастополь;

Северо-Кавказский федеральный округ Республика Дагестан, Карачаево-Черкесская Республика;

Приволжский федеральный округ: Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Кировская область, Самарская область;

Уральский федеральный округ: Курганская область, Челябинская область;

Сибирский федеральный округ: Республика Алтай, Алтайский край, Новосибирская область

Дальневосточный федеральный округ: Республика Бурятия, Камчатский край, Магаданская область

Сбор информации осуществлялся по 10 показателям разработанным на основе экспертных мнений и характеризующим создание среды для участия негосударственных организаций и креативных инициатив в развитии творческих индустрий и социального предпринимательства в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, со-

хранения историко-культурного наследия. Для сбора информации были определены следующие показатели:

1. Число негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия), в разрезе ОКВЭД на основе данных ФНС России (для социальных предпринимателей), в разрезе данных об участии СО НКО в конкурсах Фонда президентских грантов и конкурсах Российского фонда культуры (для СО НКО).

2. Наличие специального раздела на сайте органа власти по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

3. Наличие в субъектах реестров негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

4. Наличие мероприятий по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия), в государственных программах региона.

5. Наличие и перечень мер по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

6. Наличие грантов и субсидий по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

7. Наличие онлайн сервисов для негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

8. Наличие конкурсов для негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоратив-

но-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

9. Наличие общественных органов по координации негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

10. Наличие региональных центров по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Аналитический обзор результатов исследования по установленным критериям и показателям

Результаты анализа данных по 10 показателям позволили представить общую картину состояния творческих индустрий в регионах России и составить характеристику деятельности некоммерческого сектора в развитии социального предпринимательства в культуре.

Приводим основные показатели по данному исследованию.

1) Число негосударственных организаций (СОНКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия), в разрезе ОКВЭД на основе данных ФНС (для социальных предпринимателей) и сайта Фонда президентских грантов, Российского фонда культуры (для СО НКО) – по конкурсам.

1.1. Анализ негосударственных организаций, имеющих статус «социальное предприятие» (Таблица 1) был проведен по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России по 5 ОКВЭД (по состоянию на 10.09.2021 г.):

ОКВЭД 32.99.8 – Производство изделий народных художественных промыслов;

ОКВЭД 90.03 – Деятельность в области художественного творчества;

ОКВЭД 91.03 – Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры;

ОКВЭД 91.02 – Подкласс «Деятельность музеев»;

ОКВЭД 90.04.3 – Подгруппа «Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества».

Таблица 1

Анализ негосударственных организаций, имеющих статус «социальное предприятие» (по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России)/ОКВЭД	32.99.8	90.03	91.03	91.02	90.04.3	ИТОГО
Республика Адыгея	0	0	0	0	0	0
Республика Башкортостан	1	0	0	0	3	4
Воронежская область	0	0	0	0	1	1
Курская область	0	0	0	1	2	3
Рязанская область	6	0	0	5	0	11
Тульская область	1	0	0	1	3	5
Московская область	8	1	0	0	18	27
Курганская область	0	0	0	0	0	0
Челябинская область	0	0	0	0	1	1
Республика Алтай	1	0	0	0	0	1
Алтайский край	1	0	0	1	1	3
Новосибирская область	0	0	0	0	0	0
Республика Бурятия	2	0	0	0	2	4
Республика Карелия	3	0	0	0	0	3
Вологодская область	1	1	0	0	5	7
Новгородская область	7	0	0	0	0	7
Краснодарский край	0	0	0	1	9	10
г.Севастополь	2	0	0	0	0	2
Республика Дагестан	3	0	0	0	0	3
Карачаево-Черкесская Республика	0	0	0	0	0	0
Республика Татарстан	12	0	0	0	4	16
Кировская область	8	1	0	0	4	13
Самарская область	0	2	0	0	3	5
Камчатский край	0	1	0	1	0	2
Магаданская область	0	0	0	0	0	0
ВСЕГО	56	6	0	10	56	128

По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России (далее – реестр) из 25 регионов, включенных в выборку организации, ведущие деятельность в социокультурной сфере по указанным ОКВЭД представлены в 20 субъектах РФ. В 5 субъектах социальные предприятия по указанным ОКВЭД отсутствуют (Магаданская область, Карачаево-Черкесская Республика, Новосибирская область, Курганская область, Республика Адыгея). Всего в реестр включено 128 субъектов хозяйственной деятельности, имеющих статус «социальное предприятие». В основном это индивидуальные предприниматели (ИП) (Таблица 2). Представляется, что это может свидетельствовать о высоком потенциале включения активных граждан в процесс развития социального предпринимательства в культуре.

Наибольшее количество социальных предприятий включено в реестр по ОКВЭД 32.99.8 – Производство изделий народных художественных промыслов (56 ед.) и 90.04.3 – Подгруппа «Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества» (56 ед.). Отсутствуют социальные предприятия, ведущие деятельность по ОКВЭД 91.03 – Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры. Представляется, что потенциал организаций, ведущих деятельность музеев (ОКВЭД 91.02— Подкласс «Деятельность музеев») слабо используется в контексте развития социального предпринимательства в культуре и получения организациями, включенными в реестр, мер установленных 209-ФЗ (статья 14 Федерального закона о развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации от 24.07.2007 № 209 -ФЗ).

Таблица 2

Организационно-правовые формы социальных предприятий в культуре	ООО	ИП	ИТОГО
Республика Адыгея	0	0	0
Республика Башкортостан	0	4	4
Воронежская область	0	1	1
Курская область	1	2	3
Рязанская область	8	3	11
Тульская область	3	2	5
Московская область	14	13	27
Курганская область	0	0	0
Челябинская область	1	0	1
Республика Алтай	0	1	1
Алтайский край	2	1	3
Новосибирская область	0	0	0
Республика Бурятия	0	4	4
Республика Карелия	1	2	3
Вологодская область	2	5	7
Новгородская область	3	4	7
Краснодарский край	2	8	10
г.Севастополь	0	2	2
Республика Дагестан	0	3	3
Карачаево-Черкесская Республика	0	0	0
Республика Татарстан	4	12	16
Кировская область	8	5	13
Самарская область	2	3	5
Камчатский край	1	1	2
Магаданская область	0	0	0
ВСЕГО	52	76	128

1.2. Наличие и наименование проектов СО НКО, поддержанных Фондом президентских грантов, Российским фондом культуры (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия), имеющих потенциал для развития в качестве творческих индустрий и укрепления туристического капитала территорий оценивалось по материалам открытых источников – сайта Фонда президентских грантов и сайта Российского фонда культуры.

Согласно данным анализа названий проектов, получивших поддержку Фонда президентских грантов в 2020-2021 гг., хотя бы один проект НКО в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия реализован в 2/3 субъектов РФ, вошедших в выборку для анализа (16 регионов из 25 вошедших в выборку). Список регионов с примерами проектов приведен в Приложении 1.

Также согласно данным сайта Российского фонда культуры (далее – фонд) в 2020 году из 139 проектов, получивших поддержку фонда, 26 проектов (18,7%) поддержано по направлениям «проекты в области народных промыслов» (18 проектов) и «проекты в области «декоративно-прикладного искусства» (8 проектов)*.

В 2021 году поддержку фонда получили 15 проектов по направлениям «проекты в области народных промыслов» (8 проектов) и «проекты в области «декоративно-прикладного искусства» (7 проектов), что составляет 12,7% от числа всех поддержанных проектов (118)**.

Достаточно широкий охват субъектов, в которых СО НКО реализовали проекты в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия при поддержке Фонда президентских грантов, свидетельствует о потенциале СО НКО в области реализации креативных проектов.

2) Наличие специального раздела на сайте органа власти по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Из 25 регионов, вошедших в выборку, специальный раздел на сайте органа власти по поддержке негосударственных организаций есть только у 5 субъектов РФ (Курская, Московская, Челябинская области, Республика Адыгея, Республика Алтай).

3) Наличие в субъектах реестров негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере

* <https://konkurs.rcfoundation.ru/public/news/c2d5fe06-891f-48ae-81fa-3502386d8b06>

** <https://rcfoundation.ru/spisok.html>

(в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Реестры негосударственных организаций опубликованы у всех регионов. Вместе с тем не все регионы размещают информацию о реестрах негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия). Представляется важным всем субъектам не только опубликовать подобные реестры, но и постоянно обновлять их.

4) Наличие мероприятий по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия), в государственных программах региона.

Мероприятия по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия) прописаны в основном в государственных программах поддержки СО НКО (Приложение 2). В государственных программах по культуре в основном зафиксированы меры финансовой поддержки СО НКО. Меры поддержки социальным предприятиям предоставляются в рамках региональных программ поддержки организаций МСП. Подобное отраслевое разграничение мер поддержки, с одной стороны позволяет негосударственным организациям получать многостороннюю поддержку, с другой стороны – создает риски для организаций, которые могут «провалиться» между различными отраслями и выпасть из их поля зрения ввиду отсутствия эффективного межведомственного взаимодействия.

5) Наличие и перечень мер по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Во всех регионах основными мерами поддержки являются меры консультационной, информационной, финансовой, имущественной поддержки. Такие меры поддержки могут получить все НКО, в т.ч. реализующие проекты (ведущие деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

6) Наличие грантов и субсидий по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной

сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Во всех проанализированных субъектах в рамках региональных госпрограмм предоставляется финансовая поддержка НКО (Приложение 3). Вместе с тем, не во всех субъектах есть победители из числа социокультурных организаций (в т.ч. реализующих проекты в сфере декоративно-прикладного искусства, народного творчества, сохранения историко-культурного наследия). В частности, в 2021 году социокультурные НКО не получали поддержку в рамках региональных программ в Карачаево-Черкесской республике, Республике Дагестан.

7) Наличие онлайн сервисов для негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Специальных онлайн сервисов для негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия) в виде отдельных платформ в ходе анализа не обнаружено. В основном онлайн сервисы представлены в виде государственных услуг для предпринимателей на региональных порталах. Одним из ярких примеров является экосистема сервисов для поддержки предпринимателей в Московской области, которым могут воспользоваться в том числе социальные предприниматели в социокультурной сфере. Услуги поддержки предприниматели могут получить на сайте «Малый бизнес Подмосковья» (mb.mosreg.ru), а также в Центре развития предпринимательства Московской области (mspmo.ru), на сайте госуслуги Московской области (uslugi.mosreg.ru).

Представляется необходимым рекомендовать органам власти обратить внимание на создание и расширение онлайн сервисов для поддержки социальных предпринимателей по принципу одного окна. Также стоит обратить внимание на повышение информированности социальных предпринимателей, работающих в сфере культуры об имеющихся возможностях для онлайн-взаимодействия с органами власти.

8) Наличие конкурсов для негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области ДПИ, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

По данным анализа сайтов органов власти в сфере культуры, во всех регионах, вошедших в выборку, СО НКО информировались о предстоящих конкурсах на предоставление гранта в форме субсидий социально ориентированным некоммерческим организациям на реализацию программ (проектов) в сфере культуры на 2021 год.

9) Наличие комиссий (советов, рабочих групп, иных коммуникативных площадок) при органах власти в сфере культуры по взаимодействию с негосударственными организациями (СО НКО, социальными предпринимателями), реализующими проекты (ведущими деятельностью) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусств, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия).

Специализированные коммуникативные площадки для взаимодействия с негосударственными организациями (СО НКО, социальными предпринимателями), реализующими проекты (ведущими деятельностью) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусств, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия) в субъектах практически отсутствуют. Вместе с тем практически при каждом уполномоченном органе власти созданы профильные общественные советы. Также функции площадок для взаимодействия могли бы играть координационные советы по вопросам поддержки СО НКО и региональные общественные палаты (Таблица 3). Представляется, что этот потенциал необходимо активно использовать для организации взаимодействия социокультурных НКО и органов власти.

Таблица 3.

Регион	Комиссии
Центральный федеральный округ	
Воронежская область	консультационный совет
Курская область	общественный совет при комитете по культуре Курской области
Рязанская область	комиссия при Правительстве Рязанской области
Тульская область	координационный совет
Московская область	
Северо-Западный федеральный округ	
Республика Карелия	общественная палата
Вологодская область	координационный совет
Новгородская область	консультационный совет
Южный федеральный округ	
Республика Адыгея	координационный совет
Краснодарский край	рабочая группа
Город федерального значения Севастополь	общественный совет при Департаменте культуры города Севастополя
Северо-Кавказский федеральный округ	
Республика Дагестан	отдел по работе с государственными программами
Карачаево-Черкесская Республика	коммуникативных площадок в сфере культуры отсутствуют
Приволжский федеральный округ	
Республика Башкортостан	общий Координационный совет

Республика Татарстан	общественный совет
Кировская область	общественный совет
Самарская область	общественная палата
Уральский федеральный округ	
Курганская область	общественный совет
Челябинская область	общественный совет
Сибирский федеральный округ	
Республика Алтай	координационный совет
Алтайский край	общественный совет
Новосибирская область	общественный совет
Дальневосточный федеральный округ	
Республика Бурятия	общественный совет
Камчатский край	общественный совет
Магаданская область	не найдено

10) Наличие региональных центров по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия) (креативных кластеров, творческих инкубаторов, ресурсных центров, центров инноваций социальной сферы и пр.).

Региональные центры различного уровня по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей) существуют практически во всех вошедших в выборку для анализа регионах (Таблица 4). Вместе с тем, не обнаружено специализированных центров именно для НКО, реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия) (креативных кластеров, творческих инкубаторов, ресурсных центров, центров инноваций социальной сферы и пр.). Стоит учесть, что существует определенная отраслевая специфика работы негосударственных организаций, ведущих деятельность в социокультурной сфере и в этой связи было бы целесообразно создавать специализированные центры или включать в уже существующие центры программы работы именно с социокультурными негосударственными организациями, учитывающие отраслевую специфику.

Таблица 4

Регион	Сайт регионального центра (креативных кластеров, творческих инкубаторов, ресурсных центров, центров инноваций социальной сферы и пр.) по поддержке негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей)
Центральный федеральный округ	
Воронежская область	http://nkovrn.ru/

Курская область	Мало информативный https://rrcrsono.kursksu.ru/ https://www.atlas-nko.ru/ https://vk.com/public_center46
Рязанская область	https://vk.com/rcsonko Поддержка Малого и среднего пред-ва https://mb-62.ru/czentr-innovaczij-soczialnoj-sfery-ryazanskoj-oblasti/
Тульская область	https://nko71.ru/
Московская область	https://cissmo.ru/2021/02/25/поддержка-социально-ориентированных/
Северо-Западный федеральный округ	
Республика Карелия	http://развитие-пк.пф/index.php/dlya-so-nko
Вологодская область	https://sonko35.ru/
Новгородская область	Не найден
Южный федеральный округ	
Республика Адыгея	https://vk.com/nko01
Краснодарский край	http://kubanrc.ru/ https://www.facebook.com/groups/rcsonko.ru/
Город федерального значения Севастополь	https://rcnko.ru/ru/
Северо-Кавказский федеральный округ	
Республика Дагестан	https://vk.com/public201993094
Карачаево-Черкесская Республика	Центр инноваций социальной сферы https://businesskchr.ru/social-predrinator/
Приволжский федеральный округ	
Республика Башкортостан	http://sonkorb.ru/
Республика Татарстан	https://fpprt.ru/
Кировская область	https://znanie43.ru/project/4-regionalnyj-resursnyj-centr-podderzki-sonko
Самарская область	http://sonko.samregion.ru/sonko/type/help
Уральский федеральный округ	
Курганская область	https://rrc.ow-tour.ru/
Челябинская область	https://vk.com/chelnko
Сибирский федеральный округ	
Республика Алтай	https://vk.com/sibcst_rc
Алтайский край	https://www.nko22.ru/community-councils/
Новосибирская область	https://nko.nso.ru/
Дальневосточный федеральный округ	
Республика Бурятия	Не найдено
Камчатский край	https://sonko-kamchatka.ru/
Магаданская область	https://www.nko49.ru/nko-oblasti/

Выводы и итоговые показатели

По результатам проведенного анализа данных открытых источников по 25 субъектам Российской Федерации установлено, что поддержка развития социального предпринимательства и СО НКО осуществляется во всех субъектах в виде консультационных, информационных, финансовых и имущественных мер поддержки. Вместе с тем механизмы и инструменты реализации мер поддержки являются не однородными. В частности, существуют, как отдельные мероприятия в государственных программах субъектов Российской Федерации (Магаданская область, Московская область) так и отдельные региональные законы (например, Закон «О государственной (областной) поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций в Воронежской области» (Воронежская область)).

При этом стоит отметить, что у 10 из 25 субъектов Российской Федерации на официальных сайтах органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере культуры отсутствует информация о механизмах поддержки СО НКО (Рязанская область, Республика Карелия, Вологодская область, Краснодарский край, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Башкортостан, Республика Алтай, Алтайский край, Новосибирская область, Республика Бурятия).

Также стоит отметить, что в рассматриваемых субъектах Российской Федерации финансовая поддержка СО НКО в сфере культуры осуществляется на конкурсной основе на реализацию творческих проектов, при этом социокультурные СО НКО слабо принимают участие в данных конкурсах, что не способствует развитию креативных индустрий и росту их вложений в ВВП.

Вместе с тем, ежегодно большое число СО НКО, являются получателями средств бюджетов субъектов Российской Федерации и грантов Фонда президентских грантов. Это позволяет развивать потенциал социокультурных организаций для их дальнейшего развития в формате творческих индустрий.

Потенциал социального предпринимательства для поддержки и развития социокультурных инициатив и проектов негосударственных организаций пока используется слабо. Не смотря на то, что в 80% субъектов, вошедших в выборку для анализа есть социальные предприятия в социокультурной сфере, вошедшие в Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России, их абсолютное число составляет 126 организаций. При этом, совсем не большое число социальных предприятий (10 ед.) ведут деятельность в соответствии с ОКВЭД 91.02 — Подкласс «Деятельность музеев». Только 6 организаций в 25 субъектах РФ ведут деятельность в соответствии с ОКВЭД 90.03 – Деятельность в области художественного творчества. Нет ни одной организации вошедшей в реестр по ОКВЭД 91.03 – Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры. Вместе с тем большая часть социальных предприятий зарегистрирована в форме ИП, что позволяет судить о высоком потенциале гражданского общества для создания и реализации социальных предпринимательских креативных проектов.

Итоги исследования данных открытых источниках по 25 субъектам РФ в части наличия информации о мерах и механизмах поддержки социального предпринимательства и СО НКО на территории субъектов Российской Федерации, показывают, что информация публикуемая на официальных органов исполнительной власти в сфере культуры является не полной и не отражает всех мер поддержки, а за частую носит общий характер в виде информации о проведении конкурса на предоставление субсидии (гранта) на реализацию творческих проектов в сфере культуры. На указанных интернет ресурсах отсутствует информация о региональных ресурсных центрах поддержки социально ориентированных организаций, центрах развития креативных (творческих) индустрий и т.д.

3. Предложения по расширению участия некоммерческого сектора в развитии творческих индустрий и поддержки социального предпринимательства в сфере культуры

В связи с принятием Правительством Российской Федерации Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее – концепция) ориентированной на включение результата творческой деятельности человека в экономику муниципального образования, субъекта Российской Федерации и Российской Федерации в целом, актуализировалась потребность в нормативно-правовом регулировании мер государственной поддержки развития социального предпринимательства и СО НКО в социокультурной сфере.

В частности, в действующем законодательстве Российской Федерации меры государственной поддержки (малого и среднего бизнеса, промышленности, экспорта) сформированы для приоритетных отраслей индустриальной экономики, стимулируется приобретение основных средств и оборудования (субсидируются процентные ставки и пр.), при этом данные меры не распространяются на оплату труда, которая для творческих индустрий является наиболее затратной. С учетом концепции субъектами Российской Федерации принимаются точечные меры по развитию творческих индустрий. Создаются арт-резиденции и арт кластеры, на площадки которых приглашаются творческие граждане и предприятия, в результате создается творческий продукт от разработки программного обеспечения до создания одежды и изделий народных художественных промыслов и декоративно-прикладного творчества.

В целях выработки единых подходов по поддержке и развитию социального предпринимательства и СО НКО на территории субъектов Российской Федерации необходимо на уровне постановлений Правительства Российской Федерации, подзаконных актов федеральных органов исполнительной власти, в ведение которых относятся вопросы развития социального предпринимательства и СО НКО, унифицировать формы их поддержки, закрепив соответствующие полномочия в Федеральном законе от 06.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных орга-

нов государственной власти субъектов Российской Федерации». При этом отдельным направлением работы также должно стать нормативно-правовое регулирование вопросов развития и поддержки творческих индустрий.

Необходимо разработать методические рекомендации для субъектов Российской Федерации по вопросам реализации мер, направленных на поддержку участия СО НКО в сфере культуры, в частности народных промыслов, декоративно-прикладного искусства, сохранения историко-культурного наследия.

Имеющиеся меры поддержки СО НКО и социальных предприятий стоит дополнить такими мерами, как: льготное налогообложение, возможность выхода на рынки, в целях реализации продукции, поддержка и субсидирование создание арт-кластеров, возможность выкупа неиспользуемых строений (сооружений) и оснащение их необходимым оборудованием. При необходимости в целях стимулирования создания и сохранения рабочих мест, возможно внедрение механизма выплаты таким предприятиям МРОТ, по аналогии с программой поддержки организаций и предприятий, в связи с распространением новой коронавирусной инфекции.

Одновременно субъектам Российской Федерации необходимо: усилить работу консультационных и координационных органов по развитию социального предпринимательства и СО НКО включив в их составы представителей указанных организаций в сфере культуры; создать на территории субъектов Российской Федерации единый центр инноваций в социальной сфере и поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, который в своей деятельности являлся бы организацией специализированно представляющей информационную, консультационную, образовательную, организационную и иную ресурсную поддержку субъектам социального предпринимательства, социально ориентированным некоммерческим организациям и лицам, предполагающим вести деятельность по оказанию услуг в сфере культуры;

обеспечить размещение на официальных интернет ресурсах органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере культуры, соответствующих разделов по мерам и механизмам поддержки социального предпринимательства и социально ориентированных НКО;

предусмотреть создание на территории субъектов арт-кластеров и арт резиденций, в целях предоставления на безвозмездной основе субъектам социального предпринимательства, СО НКО и организациям творческих индустрий имущественной поддержки в целях скорейшего создания ими творческого продукта, способного выйти на рынок.

Органы местного самоуправления Российской Федерации также должны быть включены в процессы поддержки и развития социального предпринимательства и творческих индустрий через:

обеспечение на местном уровне мер поддержки аналогичных предусмотренным в Российской Федерации и субъектах Российской Федерации;

обеспечение наличия соответствующего раздела на официальных сайтах органов местного самоуправления;

создания арт резиденций на территории действующих организаций культуры, обеспечив преемственность народного творчества и включения его в процесс развития креативных индустрий, через развитие форм народных художественных промыслов и декоративно-прикладного творчества, учитывая, что действующее законодательство Российской Федерации позволяет на базе организаций культуры размещать соответствующие частные и социально ориентированные организации на праве аренды без проведения торгов, либо осуществлять предпринимательскую деятельность непосредственно самой организацией культуры в виде реализации сувенирной продукцией, которая по своей сути может также являться результатом создания произведений народных художественных промыслов и декоративно-прикладного искусства.

Приложение 1

Список субъектов РФ, в которых в 2020-2021 гг. реализованы проекты в области сохранения историко-культурного наследия, декоративно-прикладного искусства, народных художественных промыслов (с примерами проектов)

Воронежская область

2020 год

Проект: Фестиваль народного творчества и ремёсел «Праздник Сапога». Организация: ФОНД СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ БУТУРЛИНОВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА «БЛАГОДАР»

Проект: Передвижная музейная экспозиция «Петровские корабли». Организация: АНО «ВИТЦ «ПЕТРОВСКИЕ КОРАБЛИ».

Рязанская область

2020 год

Проект: Фестиваль Есенинджаз 2020. Организация: АССОЦИАЦИЯ «ТЦ «ФИЛИНЗ»

2021 год

Проект: Онлайн-акселератор «Путь ремесленника». Организация: ФОНД ПОДДЕРЖКИ И СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Московская область

2020 год

Проект: Инклюзивный творческий форум «Пасхальная радость». Организация: Автономная некоммерческая организация «Сергиево-Посадское агентство социальных инициатив»

Проект: Фестиваль «Культурный код». Организация: ФОНД ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

- Республика Карелия
2020 год
Проект: Пряжинский район – от берега до берега. Организация: АСОЦИАЦИЯ «ТЦ «ФИЛИНЗ»
- Проект: Северная колесница. Организация: АНО «ЗАОНЕЖСКАЯ ИЗБА»
- Проект: Когда деревни были большими. Организация: ТОС «УСТЬ-КОЛОДА»
- 2021 год
Проект: Ремесло – источник жизни моего села. Организация: МОО «СВЯТОЗЕРСКИЕ КОРНИ»
- Проект: Инициативы для сельских музеев Карелии: Гридино. Организация: АНО «ГИП»
- Вологодская область
2020 год
Проект: Соль – в традициях! Организация: ФОНД РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВ «СОЛЬ ЗЕМЛИ»
- 2021 год
Организация: АНО КВЦ «ВОЛОГОДСКИЙ МУЗЕЙ ДЕТСТВА». Проект: «Игрушечная Вологда»
- Новгородская область
2020 год
Проект: Программа возрождения традиционных ремёсел для подростков и молодёжи Ремесленный квартал. Организация: АССОЦИАЦИЯ «СКРИЖАЛЬ»
- 2021 год
Проект: Интерактивный музей древнего города в шаговой доступности. Организация: АНО «СВИТАНОК» (РАССВЕТ)
- Краснодарский край
2021 год
Проект: Современный музей в селе. Организация: КОНОКОВСКОЕ ХУТОРСКОЕ КАЗАЧЬЕ ОБЩЕСТВО
- Город Севастополь
2021 год
Проект: VIII Международный Большой Севастопольский Офицерский Бал «Симфония будущего». Организация: СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ИСТОРИЧЕСКИЙ КЛУБ «КЛИО»
- Республика Дагестан
2020 год
Проект: Фестиваль народных промыслов и этнической культуры «Мо-заика». Организация: ДРОО «ФОНД КУЛЬТУРЫ»
- Республика Башкортостан
2020 год
Проекты: Больше, чем библиотека. Организация: БФ ПСР БУРЗЯНСКОГО РАЙОНА

Проект: МУЗЕЙ, ЖИВИ! Организация: АНО КПЦ «ОТКРЫТАЯ БИБЛИОТЕКА»

Проект: Создание публичной общественной музейной экспозиции посвященной Валериану Альбанову и полярникам уроженцам города Уфы и Республики Башкортостан. Организация: РО ВОО «РГО» В РБ

Проект: Создание творческой мастерской – Магия войлока. Организация: БФ ПОДДЕРЖКИ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ БИЖБУЛЯКСКИЙ РАЙОН РБ

2021 год

Проект: Этнодеревня в селе Воскресенское. Организация: АНО «ЭКСПЕРТНО-ДИАГНОСТИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ»

Проект: Этнотурфест «Многоцветье Башкортостана». Организация: АССАМБЛЕЯ НАРОДОВ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Республика Татарстан

2020 год

Проект: Фестиваль волжского традиционного образа жизни и ремёсел «Народная лодка». Организация: АССОЦИАЦИЯ «СТАРАЯ ВОЛГА»

Проект: Музей истории анимации. Организация: АНО «МАСТЕРСКАЯ БРАТЬЕВ ВАСИЛЬЕВЫХ»

2021 год

Проект: Виртуальный музей художника Константина Васильева. Организация: «ФОНД ХУДОЖНИКА КОНСТАНТИНА АЛЕКСЕЕВИЧА ВАСИЛЬЕВА»

Проект: Возрождение Пестречинской керамики XX века в месте ее традиционного бытования. Организация: АНО «5 СТИХИЙ»

Кировская область

2020 год

Проект: Мастерские вятских деревень. Организация: ФОНД ПОДДЕРЖКИ ВЯТСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИМЕНИ В.М. И А.М.ВАСНЕЦОВЫХ

Проект: Родной край. Организация: МЕСТНАЯ РЕЛИГИОЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАВОСЛАВНЫЙ ПРИХОД ПОКРОВСКОЙ ЦЕРКВИ С. АДЫШЕВО ОРИЧЕВСКОГО РАЙОНА КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВЯТСКОЙ ЕПАРХИИ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ (МОСКОВСКИЙ ПАТРИАРХАТ)

Самарская область

2020 год

Проект: Возрождение народных традиций деревянного судостроения Древней Руси. Организация: ЧУДО ДВПК «СВЯТОРУССКОЕ БОГАТЫРСТВО»

2021 год

Проект: Музей для развития села Кандабулак. Организация: ЧУК «МОЛОДЕЖЬ-МУЗЕЙ-КУЛЬТУРА»

Проект: Мастерская-музей «Дом гончара». Организация: АНО РНХП «ДОМ ГОНЧАРА»

Челябинская область

2020 год

Проект: Проект сохранения наследия легендарного русского скульптора Владимира Павловича Жарикова «Мастерская В.П. Жарикова». Организация: «ФОНД ВЛАДИМИРА ЖАРИКОВА»

2021 год

Проект: Фестиваль славянских традиций и сельского Экотуризма «АГНЕРУ». Организация: АНО СЭПР «УРЕНЬГА»

Республика Алтай

2020 год

Проект: Город мастеров. Организация: РОО «АНХП РА «АРЖАН»

2021 год

Проект: Этно-музей алтайской культуры в городе Горно-Алтайске. Организация: НЕКОММЕРЧЕСКИЙ ФОНД СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ «ФОНД ПОДДЕРЖКИ УЧАСТНИКОВ СОЮЗА СОЗИДАТЕЛЕЙ»

Проект: Гончарная мастерская «Яракы (Кувшин)». Организация: РОО «СИНЯЯ ПТИЦА (КОК КУШ)»

Алтайский край

2020 год

Проект: Бийск. Живая история. Этнопарк «Былина». Организация: АКОО ЦНК «МИРОЛАД»

Новосибирская область

2020 год

Проект: Молодёжная «Интегральная площадка» Новосибирского Академгородка. Организация: АНО КИЦ «ИНТЕГРАЛ 2.0»

Республика Бурятия

2021 год

Проект: Школа Мастера. Дарование новых смыслов бытия. Организация: МОО ТОС «НАРОДНЫЙ УМЕЛЕЦ»

Приложение 2

Региональные НПА, регулирующие предоставление мер поддержки негосударственных организаций (СО НКО, социальных предпринимателей), реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия)

Регион	НПА
Центральный федеральный округ	
Воронежская область	Закон Воронежской области от 06.10.2011 № 134-ОЗ (ред. от 09.12.2015) «О государственной (областной) поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций в Воронежской области»
Курская область	Постановление от 29.04.2021 г. №458-па «Об утверждении плана мероприятий (дорожной карты) по формированию комплексной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций в Курской области и повышению рейтинга региона по реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»

Рязанская область	–
Тульская область	Постановление Правительства Тульской области от 29 декабря 2017 года № 642 № «Об утверждении государственной программы Тульской области "Государственная поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в Тульской области»
Московская область	Государственная программа Московской области «Культура Подмосковья», утвержденная постановлением Правительства Московской области от 13.10.2020 № 730/33
Северо-Западный федеральный округ	
Республика Карелия	–
Вологодская область	-
Новгородская область	Постановление Правительства Новгородской области от 20 июня 2019 г. № 229 № «О государственной программе Новгородской области «Государственная поддержка развития местного самоуправления в Новгородской области и социально ориентированных некоммерческих организаций Новгородской области на 2019 – 2026 годы»
Южный федеральный округ	
Республика Адыгея	Распоряжение Главы Республики Адыгея от 29 июля 2016 г. № 131-рг «О Комплексном плане мероприятий Республики Адыгея по обеспечению поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению, на 2016 – 2020 годы»
Краснодарский край	–
Город федерального значения Севастополь	–
Северо-Кавказский федеральный округ	
Республика Дагестан	–
Карачаево-Черкесская Республика	–
Приволжский федеральный округ	
Республика Башкортостан	–
Республика Татарстан	Подпрограмма «Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в Республике Татарстан на 2014 – 2021 годы»
Кировская область	Постановление Правительства Кировской области от 6 марта 2017 года № 51/125 «О реализации Комплекса мер, направленных на обеспечение поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению, на 2016 – 2020 годы»
Самарская область	–
Уральский федеральный округ	

Курганская область	Постановление Правительства Курганской области от 14 октября 2013 года № 481»О государственной Программе Курганской области «Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в Курганской области»
Челябинская область	Распоряжение Правительства Челябинской области от 3 апреля 2020 года № 186-рп «О мерах поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций – исполнителей общественно полезных услуг в Челябинской области»
Сибирский федеральный округ	
Республика Алтай	–
Алтайский край	–
Новосибирская область	–
Дальневосточный федеральный округ	
Республика Бурятия	–
Камчатский край	–
Магаданская область	Постановление Правительства Магаданской области от 9 августа 2019 года № 532-пп «Об утверждении государственной программы Магаданской области «Содействие развитию институтов гражданского общества, укреплению единства российской нации и гармонизации межнациональных отношений в Магаданской области»

Приложение 3

Информация о предоставлении мер финансовой поддержки НКО, реализующих проекты (ведущих деятельность) в социокультурной сфере (в области декоративно-прикладного искусства, народных промыслов, сохранения историко-культурного наследия)

Воронежская область

В 2021 году СО НКО в сфере культуры получили субсидии в размере 5,8 млн. руб.

Курская область

Общая сумма грантового конкурса для СОНКО в 2021 году составила 14 млн рублей. Победителями стали 17 организаций из разных сфер, в том числе в сфере культуры и искусства.

Рязанская область

В 2021 году из бюджета грантов в форме субсидий в Рязанской области было выделено суммарно по всем направлениям поддержки СОНКО 827 859, 10 руб.

Тюльская область по итогам конкурса предоставления в 2021 году из бюджета грантов в форме субсидий социально ориентированным некоммерческим организациям было выделено 19125000,00 руб.

Московская область

По результатам конкурсного отбора некоммерческих организаций, не являющихся государственными (муниципальными) учреждениями,

на предоставление субсидий за счет средств бюджета Московской области на реализацию проектов в сфере культуры на территории Московской области в 2021 году субсидии получили 7 некоммерческих организаций в размере 10 000 000,00 руб.

Республика Карелия

Для НКО, занимающихся сохранением и защитой самобытности, культуры, языков и традиций народов РФ, проживающих в Карелии, сохранением этнокультурного наследия Русского Севера в 2021 году предусмотрена субсидия в размере 5 млн руб. Каждая номинация конкурса субсидий для НКО имеет свой бюджет: «Земля наших предков» – два миллиона рублей, максимальная сумма, выделяемая на один комплексный проект, – 500 тыс. рублей; номинация «Карелия – территория согласия» – два миллиона рублей, максимальная сумма выделяемая на один комплексный проект, – 500 тыс. рублей. «Поддержка проектов, реализуемых на территории одного-двух муниципальных образований в Республике Карелия» – фонд номинации составляет один миллион рублей, максимальная сумма на комплексный проект – 250 тыс. рублей.

Вологодская область

В 2021 году Правительством области направлено 60 млн рублей на поддержку 144 проектов НКО.

Новгородская область

По итогам конкурса социально ориентированных некоммерческих организаций на право получения субсидий из областного бюджета на реализацию общественно полезных программ (проектов) в 2021 году в Новгородской области субсидии получили 18 НКО в размере 5 035 294,61 руб. Из них в сфере культуры 1 НКО Фонд развития Старорусского края – 398 099,97 руб.

Республика Адыгея

По сравнению с 2020 годом в 2021 году увеличилось финансирование для предоставления грантов социально ориентированным НКО – с 10 млн. рублей до 15 млн. рублей, кроме этого, софинансирование Фонда президентских грантов составило 9 337 517 рублей.

Краснодарский край

В рамках национального проекта «Культура» в Краснодарском крае на мероприятия национального проекта культуры в 2021 году из всех уровней бюджета запланировано 116,4 млн рублей. На поддержку социально ориентированных некоммерческих и добровольческих организации из бюджета Краснодарского края выделено 133 млн руб. В 2021 году на поддержку НКО Кубани выделено более 65 млн рублей.

Город федерального значения Севастополь

В 2021 году в результате конкурсного отбора некоммерческие организации Севастополя получают господдержку в форме субсидии на общую сумму 41 млн 105 тысяч рублей.

Республика Дагестан

В 2021 году **размер субсидий составил 23183600 руб. Победителей в социокультурной сфере нет.**

Карачаево-Черкесская Республика

Из федерального и республиканского бюджетов на реализацию социально значимых проектов выделено более 10 миллионов рублей. Победителей в социокультурной сфере нет.

Республика Башкортостан

В 2021 году на поддержку некоммерческих организаций Башкирии выделено 74,85 млн рублей из Фонда президентских грантов РФ.

54 проекта НКО Башкортостана стали победителями первого конкурса президентских грантов 2021 года, которые привлекли в республику грантовые средства на общую сумму более 44 млн. рублей, из них 7 победителей НКО в сфере культуры.

Республика Татарстан

Некоммерческие организации Татарстана в 2021 году привлекли 138,8 млн рублей. Среди победителей были проекты по сохранению исторических памятников

Кировская область

В 2021 года для победителей конкурсного отбора социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета на реализацию социально значимых проектов (инициатив) из областного бюджета на реализацию проектов выделено – 13 715 654,04 рублей. Из них для популяризации керамического промысла Немского района – 499,750.00 рублей.

Самарская область

В 2021 году для СО НКО на реализацию проектов регион направит почти 40 млн. рублей. 10 самарских проектов в области культуры и искусства получили губернские гранты на второе полугодие 2021 года. Общий размер субсидий составил около 4 млн руб.

Курганская область

По итогам первого в 2021 году конкурса Фонда президентских грантов 10 некоммерческих общественных организаций Курганской области получают на реализацию своих социальных проектов почти 14 млн рублей.

Челябинская область

В 2021 года для победителей конкурсного отбора социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета на реализацию социально значимых проектов (инициатив) из областного бюджета на реализацию проектов выделено 13616 732, 88 руб. Размер субсидий в 2021 году социально-ориентированным некоммерческим организациям, осуществляющих деятельность в сферах культуры, искусства и военно-исторической деятельности составил 3 млн руб.

Республика Алтай

По итогам первого конкурса Фонда президентских грантов в 2021 году. Некоммерческие неправительственные организации Республики Алтай победителями признаны 18 проектов. Они получили гранты на общую сумму около 11,5 млн рублей. В сфере культуры и искусств 2 победителя.

Алтайский край

В 2021 году общая сумма грантов на реализацию проектов алтайскими некоммерческими организациями составляет 43 464 494,86 рубля. По одному победителю оказалось в направлениях поддержки проектов в области культуры и искусства, сохранения исторической памяти, развития институтов гражданского общества, укрепления межнационального и межрегионального согласия. И один проект направлен на выявление и поддержку молодых талантов в области культуры и искусства.

Новосибирская область

В 2021 году 84 проекта стали победителями в конкурсном отборе по предоставлению грантов в форме субсидий из областного бюджета Новосибирской области социально ориентированным некоммерческим организациям на реализацию социально значимых проектов в 2021 г.

Общая сумма поддержки составляет 79 774 525,48 рублей.

Республика Бурятия

Для 52 некоммерческие организации в 2021 г софинансирование Фондом президентских грантов составило 40 876 527 (сорок миллионов восемьсот семьдесят шесть тысяч пятьсот двадцать семь) рублей и было направлено на предоставление субсидий социально ориентированным некоммерческим организациям, на финансовое обеспечение затрат в связи с реализацией социального проекта или программы.

Камчатский край

В 2021 году Камчатскому краю предоставлено софинансирование для проведения Конкурса на предоставление НКО субсидий из краевого бюджета. 25 мая Фондом президентских грантов издан приказ о предоставлении Камчатскому краю гранта Президента Российской Федерации в размере 7 млн 650 тыс. руб. на поддержку на конкурсной основе проектов НКО. Таким образом, общий бюджет конкурса – 15 млн 300 тыс.руб., которые будут направлены на поддержку социально значимых проектов НКО в 2021 году.

Магаданская область

В 2021 году 19 организаций получили субсидии из областного бюджета для реализации социально значимых проектов. На проекты Магаданских НКО в 2021 году выделили 14 млн руб.



Приложение

Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года

I. Общие положения

Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее Концепция) определяет цели, задачи, приоритеты, принципы, направления и механизмы государственной поддержки творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации.

Концепция разработана с учетом положений Основ государственной культурной политики, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики», Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», и направлена на достижение целей, задач и приоритетов пространственного развития Российской Федерации, определенных Стратегией пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р.

Реализация Концепции будет способствовать достижению следующих национальных целей развития Российской Федерации, определенных Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»:

возможность для самореализации и развития талантов;
достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство;
цифровая трансформация.

Правовую основу Концепции составляют Конституция Российской Федерации, Закон Российской Федерации «Основы законодательства Российской Федерации о культуре», Гражданский кодекс Российской Федерации, федеральное и региональное законодательство в сфере культуры, поддержки малого и среднего предпринимательства.

Для целей настоящей Концепции используются следующие понятия:

«креативная экономика» – тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом

творческой деятельности. Ядром креативной экономики являются творческие (креативные) индустрии;

«креативный кластер» – взаимосвязанные организации и предприятия, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости. Креативные кластеры развиваются управляющей компанией под единым брендом и объединяют резидентов (арендаторов) из секторов творческих (креативных) индустрий, субъектов творческого (креативного) предпринимательства в целом, имеют необходимую инфраструктуру для творческой и (или) предпринимательской деятельности, являются центром для создателей и потребителей творческого продукта и позитивно воздействуют на территорию своего присутствия;

«творческие (креативные) индустрии» – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества.

К творческим (креативным) индустриям относятся в том числе: индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);

индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.);

современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блоггерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.);

прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т. п.).

С точки зрения территориальной привязки субъектов творческих (креативных) индустрий можно выделить:

«локальные творческие (креативные) индустрии» – совокупность субъектов, деятельность которых направлена преимущественно на создание рабочих мест, обустройство и достижение привлекательности, в том числе туристской, конкретных территорий;

«инвестиционные творческие (креативные) индустрии» – совокупность субъектов, деятельность которых направлена на создание и (или) использование результатов творческой деятельности, преимущественно не связанных с конкретной местностью или способом производства. Консолидированным показателем развития субъектов в таких индустриях является объем инвестиций в основной капитал и формирование нематериальных активов, а влияние на другие сектора экономики

обусловлено мультипликативным эффектом от использования принадлежащей им интеллектуальной собственности;

«творческий (креативный) инкубатор» – отдельный вид бизнес-инкубатора, специализирующегося на поддержке и развитии творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства в целом. Задачи творческого (креативного) инкубатора заключаются в содействии и оказании услуг, необходимых для формирования устойчивого бизнеса, доработке и актуализации творческой идеи для соответствующего вида предпринимательской деятельности;

«творческое (креативное) предпринимательство» – экономическая деятельность, направленная на получение прибыли за счет создания и (или) использования результатов интеллектуальной деятельности и являющаяся необходимой платформой и ресурсом для формирования и развития творческих (креативных) индустрий; «экосистема творческих (креативных) индустрий» – совокупность институциональных условий и механизмов взаимодействия субъектов, участвующих в формировании и развитии творческих (креативных) индустрий, включая производство, дистрибуцию и популяризацию творческих (креативных) товаров и услуг, а также подготовку кадров.

«экосистема творческих (креативных) индустрий» – совокупность институциональных условий и механизмов взаимодействия субъектов, участвующих в формировании и развитии творческих (креативных) индустрий, включая производство, дистрибуцию и популяризацию творческих (креативных) товаров и услуг, а также подготовку кадров.

II. Основные тенденции развития творческих (креативных) индустрий

В соответствии с подходами Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) творческие (креативные) индустрии сочетают создание, производство и коммерциализацию товаров и услуг, которые преимущественно основаны на использовании результатов интеллектуальной деятельности.

По состоянию на 2020 год ярко прослеживается ряд глобальных трендов:

основную долю добавленной стоимости различных товаров и услуг во все большем количестве секторов экономики обеспечивают именно результаты интеллектуальной, творческой деятельности;

во всех видах творческой деятельности активно распространяются дистанционные формы работы, а доступность результатов такой работы для создания новых товаров и услуг крайне высока вследствие масштабного внедрения информационно-телекоммуникационных технологий;

распространение и воспроизводство многих товаров и услуг происходит исключительно в цифровой среде, а унификация материальных производств и развитая транспортная система сделали рынки глобальными.

Кризис, связанный с пандемией и сопутствующими ей экономическими, технологическими и социальными процессами, определил ряд структурных изменений, которые делают своевременным принятие Концепции. Так, форсированная цифровизация и трансформация структуры занятости населения в целом способствуют росту сектора креативной экономики и увеличению его доли в национальной экономике даже в кризисных условиях.

Согласно прогнозам в среднесрочном периоде развитие цифровых технологий (в том числе технологий машинного обучения и искусственного интеллекта, современных технологий производств) приведет к сокращению до половины существующих рабочих мест.

Одним из наиболее перспективных направлений сохранения рабочих мест и создания новых являются творческие (креативные) индустрии, неразрывно связанные с творческой деятельностью человека, которая не может быть автоматизирована. Кроме того, сектор творческих (креативных) индустрий открывает широкие возможности для альтернативной занятости, в том числе для женщин, молодежи и лиц с ограниченными возможностями здоровья, что особенно актуально в период кризисных явлений в экономике.

Сектор творческих (креативных) индустрий обладает потенциалом создания высокой добавленной стоимости, что делает его привлекательным как для предпринимателей, так и для инвесторов. Для многих направлений сектора характерен относительно низкий барьер входа на рынок, что дает возможность развития своего дела широким слоям населения (в том числе женщинам, лицам с ограниченными возможностями здоровья, людям, проживающим в сельской местности и в малых городах), позволяет преодолеть ограничения развития, связанные с недостаточным объемом локального рынка и удаленностью места проживания предпринимателя, сохранять человеческий капитал в регионах и муниципальных образованиях, обеспечить сбалансированное территориальное развитие.

Таким образом, творческие (креативные) индустрии можно отнести к гуманитарным секторам экономики.

Сектор творческих (креативных) индустрий обеспечивает значимый вклад в мировую экономику: средняя доля сектора творческих (креативных) индустрий в мировом ВВП составляет 6,6 процента, в развитых странах эта доля достигает 8 – 12 процентов при среднегодовом росте в 15 процентов, что существенно превышает средние темпы роста мировой экономики (прогнозируется сохранение этой тенденции в среднесрочном периоде).

Однако в Российской Федерации, несмотря на высокий уровень образованности, развития науки и богатое историческое, культурное наследие, потенциал сектора креативной экономики недостаточно реализован – доля творческих (креативных) индустрий в экономике Российской Федерации составляет лишь 2,23 процента.

Вместе с тем сектор творческих (креативных) индустрий в силу отсутствия привязки к локальному рынку, и обладая существенным экспортным потенциалом, растет.

Согласно Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года одной из основных проблем пространственного развития Российской Федерации является недостаточное количество центров экономического роста для обеспечения ускорения экономического роста Российской Федерации.

К числу основных проблем пространственного развития Российской Федерации также отнесены высокая доля малопроизводительных и низкотехнологичных производств в структуре экономик субъектов Российской Федерации, а также низкий уровень предпринимательской активности в большинстве малых и средних городов, на сельских территориях за пределами крупных и крупнейших городских агломераций.

С учетом этих тенденций при реализации Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года необходимо фокусироваться и выбирать в качестве приоритетов поддержки виды предпринимательства, базирующиеся на использовании результатов творческой, интеллектуальной деятельности, вне зависимости от конкретных видов экономической деятельности, отраслей экономики и (или) доли материальной (производственной) составляющей в итоговом товаре и услуге.

Приоритетами деятельности органов государственной власти всех уровней должно стать увеличение доли такого предпринимательства во всех секторах экономики и особенно в тех, которые определены как перспективные экономические специализации субъектов Российской Федерации, а также поэтапное включение творческих (креативных) индустрий в число таких специализаций.

Развитие творческих (креативных) индустрий как в стоимостном плане, так и в объеме влечет за собой мультипликативный экономический эффект, выражающийся в том числе в:

расширении налогооблагаемой базы за счет выхода более качественной, клиент-ориентированной продукции и услуг с большей добавленной стоимостью на местные, региональные и международные рынки;

создании новых рабочих мест как в локальных творческих (креативных) индустриях, так и в инвестиционных творческих (креативных) индустриях и росте вклада творческих (креативных) индустрий в экономику страны в целом;

сокращении диспропорций социально-экономического развития, в том числе отставания уровня жизни населения сельских территорий от уровня жизни жителей городов, повышении уровня комфортности городской среды, в том числе в крупных и крупнейших городских агломерациях, за счет использования потенциала творческих (креативных) индустрий;

повышении туристической привлекательности территорий субъектов Российской Федерации, содействию узнаваемости отечественных

брендов, создании позитивного имиджа страны за рубежом, росте туристического и инвестиционного потенциала как Российской Федерации в целом, так и отдельных регионов.

III. Проблемы и барьеры развития творческих (креативных) индустрий

Понятие творческих (креативных) индустрий непосредственно связано с региональной и национальной спецификой, отличается от страны к стране, универсального прикладного понимания творческих (креативных) индустрий в мире не существует. В результате простые, очевидные и сквозные для всех отраслей экономики критерии распознавания компаний, которые относятся к сектору креативной экономики, отсутствуют.

Меры государственной поддержки (малого и среднего бизнеса, промышленности, экспорта) сформированы для приоритетных отраслей индустриальной экономики и не учитывают специфику развития творческих (креативных) индустрий.

В частности, на всех уровнях государственной власти стимулируется приобретение основных средств и оборудования (субсидируются процентные ставки и пр.), но не субсидируется оплата труда, что составляет основу затрат сектора креативной экономики. Создание экосистем поддержки инноваций при всей схожести ориентировано исключительно на технологические проекты (IT-сектор, медицина, фармацевтика, энергетический кластер и пр.).

Федеральные, региональные и муниципальные программы, за счет которых возможна поддержка, разрознены и не скоординированы. Ведомственный характер финансовых инструментов приводит к тому, что большинство перспективных компаний, создающих продукты на стыке культуры, цифровых технологий, промышленности, оказываются «вне контура» внимания государства.

Налоговое законодательство Российской Федерации и система налогового администрирования не в полной мере учитывают специфику творческого (креативного) предпринимательства – особые механизмы поощрения авторов, а также то, что оборот интеллектуальных прав на стадии создания товара и (или) услуги не создает добавленной стоимости, а монетизация результатов творческого труда происходит, как правило, в момент потребления конечного продукта.

Творческие (креативные) индустрии сталкиваются с невозможностью однозначно определить оптимальный режим налогообложения создаваемых продуктов и услуг, у предпринимателей возрастают риски переквалификации сделок, административных штрафов и других санкций.

Творческие (креативные) индустрии критически зависят от защищенности и эффективности управления интеллектуальной собственностью. Однако существующие режимы оборота интеллектуальных прав, государственной регистрации сделок с такими правами и механизмы их защиты не позволяют многократно увеличить количество оборачиваемых результатов.

Недостаточно развиты современные инструменты контрактации и заключения лицензионных договоров, механизмы отслеживания нарушений исключительных прав как в онлайн (незаконное использование товарных знаков, распространение копий авторских моделей одежды или цифрового контента), так и в офлайн («материальный» контрафакт и ввоз продукции, нарушающей интеллектуальные права российских компаний, с других территорий). Недостаточно развита судебная практика в части использования доказательной базы, особенно в цифровой среде, объективного и обоснованного определения размера ущерба.

Инфраструктура для развития творческого (креативного) предпринимательства и формирования устойчивых творческих (креативных) индустрий в регионах недостаточно развита. Креативные кластеры, несмотря на высокие риски этого вида предпринимательства, ставятся в один ряд с бизнес- и торговыми центрами.

Объем средств, как грантовых, так и возвратных (венчурных, инвестиционных) недостаточен для ускоренного развития творческого (креативного) предпринимательства. По данным рейтинга банков за 2018 год и Бюллетеня о текущих экономических тенденциях российской экономики № 43, инвестиции в создание нематериальных активов за счет кредитов банков не превышают 0,05 процента. Основным источником квазиинвестиций в развитие творческого (креативного) предпринимательства и поддержки творческих (креативных) индустрий по-прежнему остаются государственные программы, однако их доля в общем потоке инвестиций в экономику составляет не более 0,1 процента (23,4 и 26,8 млрд. рублей в 2018 году и 2019 году соответственно).

Регионы и города Российской Федерации крайне неравномерно включены в процесс развития творческих (креативных) индустрий и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности, зачастую конкурируют между собой вместо развития уникальной специализации и кооперации с учетом сильных сторон друг друга, а подавляющая наблюдаемая статистикой часть результатов интеллектуальной деятельности создается в г. Москве.

Крайняя степень неравномерности в оформлении прав на результаты интеллектуальной деятельности и извлечения коммерческого эффекта ведет к негативным последствиям – переезду людей в столичные регионы, расслоению и угрозе потери единого культурно-образовательного пространства, утраты возможностей экономического развития ряда территорий.

Глобальный характер сектора креативной экономики имеет в качестве оборотной стороны масштабный характер конкуренции за творческие и (или) предпринимательские кадры. Недостаточное внимание развитию и усилению присутствия российских товаров и услуг с высокой долей творческой, интеллектуальной составляющей на глобальных рынках создает риски оттока капитала и наиболее талантливой мобильной молодежи.

Творческие (креативные) индустрии в России не обеспечивают в полной мере потребности внутреннего рынка, чья емкость превышает возможности отечественных творческих (креативных) индустрий. Дефицит предложения покрывается за счет импорта, который незначительно сократился с 2015 года преимущественно за счет неблагоприятного изменения курса валют.

Значительные расстояния и рассредоточенность людей, обладающих необходимыми творческими, исследовательскими, инженерными и предпринимательскими компетенциями, препятствуют созданию целостного, устойчивого и успешного бизнеса (необходимая «критическая масса» специалистов во многих регионах отсутствует).

Этот же вызов создает препятствия для распространения успешного опыта и практик по всей территории страны – расширению рынка культурных практик, технологическому трансферу.

IV. Цели, задачи, приоритеты и принципы государственной политики развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства

Целью Концепции является развитие национальной креативной экономики, основанной на человеческом капитале и историко-культурном наследии народов Российской Федерации.

Концепция определяет необходимый и достаточный набор механизмов для государственной поддержки творческого (креативного) предпринимательства в целом, а также создания необходимых условий для формирования и устойчивого развития творческих (креативных) индустрий с учетом «умной» специализации территорий.

Механизмы, определенные Концепцией, в равной степени реализуются не только в крупных и крупнейших городских агломерациях, но и в малых городах, и на сельских территориях с учетом присущих таким городам и территориям историко-культурных традиций, материального и нематериального наследия.

Для достижения указанной цели необходимо решить в том числе следующие задачи:

определить ключевые параметры развития экосистемы творческих (креативных) индустрий, в том числе:

исследовать сектор творческих (креативных) индустрий и оценить состояние креативной экономики в Российской Федерации в целом;

сформировать перечень приоритетных творческих (креативных) индустрий с учетом специализации и дифференциации субъектов Российской Федерации, сформировать необходимое информационное обеспечение для мониторинга и (или) поддержки;

проанализировать и систематизировать действующие на федеральном, региональном и муниципальном уровнях меры поддержки творческих (креативных) индустрий, определить наиболее эффективные решения и пробелы в таких мерах;

создать условия для производства, распространения и популяризации товаров и услуг отечественных творческих (креативных) индустрий, в том числе:

определить подходы к совершенствованию нормативно-правового регулирования и финансового обеспечения творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства;

определить правовые параметры использования и коммерциализации неиспользуемых объектов организаций народных художественных промыслов и объектов культурного наследия для ведения предпринимательской деятельности;

создать доступную и территориально равномерную инфраструктуру для творческих (креативных) индустрий, включающую креативные кластеры, творческие (креативные) инкубаторы, центры коллективного пользования специальным оборудованием;

создать инклюзивную институциональную среду и инфраструктуру, обеспечивающую творческую самореализацию и трудоустройство в секторе творческих (креативных) индустрий женщин, молодежи, а также лиц с ограниченными возможностями здоровья;

стимулировать рост числа предпринимателей, включая субъектов малого и среднего предпринимательства, а также увеличение количества рабочих мест в творческих (креативных) индустриях;

содействовать созданию и внедрению современных цифровых технологий для создания (производства) и распространения товаров и услуг отечественными творческими (креативными) индустриями;

разработать меры по развитию системы образования и развития компетенций, необходимых для творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства, в том числе созданию благоприятных условий для самореализации женщин, молодежи и лиц с ограниченными возможностями здоровья;

развивать международное сотрудничество в области творческих (креативных) индустрий, включая развитие приграничного сотрудничества в секторе креативной экономики, содействовать экспорту товаров и услуг отечественных творческих (креативных) индустрий.

Приоритетами государственной политики в сфере развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства являются:

создание благоприятной среды (экосистемы) для творческого (креативного) предпринимательства, включая:

создание условий, облегчающих доступ товаров и услуг отечественных творческих (креативных) индустрий на рынок, в том числе международный, обеспечивающих их продвижение и популяризацию;

формирование инклюзивной среды и инфраструктуры для творческой самореализации женщин, молодежи, а также лиц с ограниченными возможностями здоровья;

совершенствование системы образования и развития компетенций в сфере творческих (креативных) индустрий;

создание новых товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью, обусловленной использованием результатов творческой, интеллектуальной деятельности, повышение капитализации нематериальных активов российского бизнеса;

увеличение экспорта (расширение рынков) таких продуктов и (или) интеллектуальных прав;

ускоренный переход к новым направлениям «умной специализации» регионов, своевременное формирование адекватных тенденциям культурного и научно-технологического развития социально-экономических специализаций;

изменение структуры занятости на территориях субъектов Российской Федерации, обеспечение устойчивости такой занятости и рост налогооблагаемой базы;

повышение уровня экономической связанности и кооперации субъектов Российской Федерации, использование «сильных» сторон (ориентир на «умную специализацию») специализации регионов;

сохранение исторического, культурного наследия, айдентики, традиционных рецептов, включая локальный культурный контекст и сырье, возрождение и развитие народных художественных промыслов, их де-локализация и масштабирование, воспроизводство в современных товарах и услугах;

повышение уровня культурной связности посредством воссоздания в исторических поселениях памятников истории и культуры, исторически ценных градоформирующих объектов, развитие сети историко-культурных заповедников и обеспечение роста циркуляции туристов и представителей творческих (креативных) индустрий между территориями;

инициирование и (или) встраивание в национальные и международные творческие, технологические, производственно-экономические сети и платформы, в том числе совместно с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) и международной сетью креативных регионов DC Network;

инициирование совместно с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) создания проекта в сфере поддержки творческих (креативных) индустрий, направленных на развитие и создание сети территорий сохранения и развития традиций и уклада бытования, с учетом опыта стран, входящих в состав Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО);

предотвращение оттока талантов и переход к положительному миграционному и туристическому «сальдо».

Государственная политика в сфере развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства базируется на следующих принципах:

принцип «баланса» – обеспечение государственной поддержки как инициативного творческого (креативного) предпринимательства, так и предпринимательства, соответствующего приоритетам перспективной экономической специализации субъектов Российской Федерации и

Российской Федерации в целом (отдельных индустрий), а также баланса при развитии необходимой инфраструктуры;

принцип «экосистемного подхода» – обеспечение полноты и доступности всех механизмов поддержки творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства на территориях субъектов Российской Федерации, включая не только культурную и экономическую составляющую, но все области и аспекты деятельности;

принцип «инвариантности поддержки» – обеспечение доступности механизмов поддержки для всех типов организаций – как коммерческих, так и некоммерческих, индивидуальных предпринимателей, самозанятых граждан;

принцип «координации» – синхронизация деятельности по поддержке и «бесшовная» стыковка механизмов поддержки творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства органами всех ветвей государственной власти;

принцип «стимулирования роста инвестиций» – обеспечение изменений экономических показателей, в первую очередь объемов инвестиций в основной капитал творческих (креативных) индустрий и стимулирование в случаях, когда это возможно, их перехода из категории локальных творческих (креативных) индустрий в категорию инвестиционных творческих (креативных) индустрий;

принцип «преемственности и инноваций» – опора на этнокультурные, исторические особенности и традиции, включая гарантии прав коренных малочисленных народов, в том числе при создании и масштабировании современных товаров и услуг;

принцип «локализации» – сохранение регионального размещения творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства при глобализации и расширении рынка, в том числе выхода на сетевые и (или) международные платформы.

V. Основные направления государственной поддержки развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства

Основой всех механизмов государственной поддержки развития творческих (креативных) индустрий является закрепление в законодательстве Российской Федерации понятий, необходимых для развития института творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства.

Для ускоренного формирования творческого (креативного) предпринимательства на базе имеющихся учреждений культуры целесообразно закрепить право таких учреждений на создание малых инновационных предприятий по аналогии с механизмом создания таких предприятий в сферах образования и науки.

Это позволит усилить роль существующих учреждений культуры для развития новой творческой (креативной) предпринимательской деятельности, при этом не подменяя ее, а также снизить нагрузку на бюджетную систему.

Государственная поддержка развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства осуществляется по следующим направлениям:

создание территориальной инфраструктуры творческого (креативного) предпринимательства как общего назначения, включая социальную, так и специальной (профессиональной) инфраструктуры, ориентированной на конкретные виды творческой и (или) предпринимательской деятельности;

развитие системы знаний и компетенций как творческого, так и предпринимательского характера, включая приглашение специалистов как из России, так и из-за рубежа, для передачи неформализованных знаний и навыков;

формирование системы информационного обеспечения, включающей в том числе возможность коммерческого и некоммерческого использования элементов историко-культурного, нематериального наследия;

формирование финансовой инфраструктуры, ориентированной на различные стадии зрелости творческого (креативного) предпринимательства, включая «посевную стадию» (малые гранты), стадию обеспечения устойчивости (венчурную) и стадию масштабирования (выхода на новые рынки);

проработка предложений по уточнению механизмов налогообложения, в том числе совместно с субъектами Российской Федерации, по региональным и местным налогам и налогового администрирования с учетом специфики творческого (креативного) предпринимательства в части создания, распространения продуктов с высокой долей творческого труда, создания специализированной инфраструктуры;

развитие системы сервисного обеспечения правовой охраны сделок с интеллектуальными правами и защиты прав результатов интеллектуальной деятельности в онлайн- и офлайн-средах, иных необходимых правовых и финансовых услуг;

создание экосистем, привлекательных для концентрации талантов, реализации амбициозных общественно-государственных проектов, требующих активной коммуникации и взаимодействия различных людей, территорий, институтов;

развитие экспортной инфраструктуры – сервисное сопровождение экспансии товаров и услуг, содействие экспорту интеллектуальных прав на глобальные рынки.

Создание территориальной инфраструктуры осуществляется посредством реализации в формате государственно-частного партнерства проектов реновации существующих городских жилых районов, скоординированного планирования и развития зеленых насаждений, образующих в том числе рекреационные зоны крупных городских агломераций и крупнейших городских агломераций, а также развитие локальных мультимодальных транспортных систем.

Специализированная (профессиональная) инфраструктура для творческого (креативного) предпринимательства формируется за счет:

содействия выводу крупных устаревших промышленных предприятий, находящихся в историческом фонде, из центральных частей городов и переводу освободившихся объектов в статус креативных кластеров как определенного типа (кино, анимация, архитектура, дизайн и т. д.), так и кросс-дисциплинарных;

содействия построению полных цепочек создания и дистрибуции товаров и услуг с высокой долей творческого труда;

оснащения специальных объектов современным, в том числе высокотехнологичным, оборудованием (съемочных и (или) выставочных павильонов, звукозаписывающих студий, дата-центров, помещений для деловой коммуникации и образования), получающих статус центров коллективного пользования;

обеспечения полноценного доступа к цифровой инфраструктуре, соответствующей специфическим потребностям креативных секторов (сервисы в сфере интеллектуальной собственности, платформы монетизации творческих продуктов, краудинвестиционные платформы, сервисы консультационной, в том числе правовой и бухгалтерской, поддержки стартапов в соответствующей сфере предпринимательства).

Соответствующая инфраструктура должна включать специализированные центры, решающие логистические, продюсерские и дистрибуторские задачи, задачи управления коллективными и товарными знаками, брендами территорий, включая наименования мест происхождения товаров и географические указания, информационно-рекламную поддержку.

При формировании территориальной инфраструктуры целесообразно предусмотреть инклюзивную среду и специализированные решения для творческой самореализации лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Система развития знаний и компетенций как творческих, так и предпринимательских, включает:

развитие креативности, творческого мышления как навыка, а также знакомство с практиками творческих (креативных) индустрий в рамках основных общеобразовательных программ и (или) дополнительных общеобразовательных программ;

внедрение практикоориентированных курсов по созданию и (или) продюсированию творческих продуктов, осуществлению предпринимательской деятельности в образовательные программы среднего профессионального образования и образовательные программы высшего образования, расширение перечня таких образовательных программ и увеличение контрольных цифр приема на обучение по профессиям, специальностям, направлениям подготовки и научным специальностям в сфере творческих (креативных) индустрий за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов;

увеличение объемов повышения квалификации и профессиональной переподготовки преподавателей в сфере творческих (креативных) индустрий, а также инклюзивного трека и доступной образовательной инфраструктуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья;

реализацию просветительских и образовательных проектов по основам предпринимательства, в том числе навыкам защиты и коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности;

субсидирование приглашения специалистов-практиков как из Российской Федерации, так и из-за рубежа для участия в творческих (креативных) предпринимательских проектах, в том числе для непосредственной передачи актуальных навыков и знаний, необходимых для работы на глобальном рынке;

субсидирование «креативных стажировок» – программ, по которым молодые специалисты проходят стажировку и (или) практику в успешных российских и зарубежных организациях, инфраструктурных площадках сектора креативной экономики, а также в специализированных образовательных организациях и у конкретных мастеров-наставников;

создание творческих (креативных) инкубаторов на базе как творческих, так и иных профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования.

Система информационного обеспечения, включающая возможность коммерческого и некоммерческого использования элементов историко-культурного, нематериального наследия, формируется за счет создания цифровых копий широкого круга архивных, музейных коллекций, объектов нематериального наследия и закрепления прав на такие цифровые копии за хранителями соответствующих ценностей, а также их использования для создания современных товаров и услуг.

Финансовая инфраструктура образуется региональными и федеральными фондами и институтами развития. «Бесшовная» поддержка творческого (креативного) предпринимательства и безбарьерный переход между различными источниками поддержки обеспечивается за счет общей системы критериев отнесения к творческому (креативному) предпринимательству (вне зависимости от той или иной индустрии) и коллективного договора о взаимном признании экспертизы и оценки эффективности проекта на предыдущей стадии.

Особенностью финансовой инфраструктуры, ориентированной на креативные секторы, должна стать интеграция финансовых организаций, частных инвесторов и региональных органов власти для разработки новых моделей инвестирования и инвестиционных продуктов (специальные инвестиционные фонды, краудфандинг и краудинвестинг, опционные модели и т. д.).

Кроме того, необходимо обеспечить информационный обмен между творческим (креативным) предпринимательством и инвесторами (например, создание питчинг-площадок креативных стартапов и развивающегося бизнеса).

Стадию масштабирования творческого (креативного) предпринимательства обеспечивает институт залога исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности. Для его реализации необходимы: внесение изменений в законодательство Российской Федерации, определяющих механизмы регистрации такого залога;

проработка вопроса, предусматривающего уточнение положений нормативных и методических документов, позволяющее банкам гибко оценивать качество залога интеллектуальных прав;

создание государственных, в том числе региональных гарантийных фондов, обеспечивающих резервы на покрытие возможных рисков невозврата кредитов.

Необходимым элементом финансовой инфраструктуры является поддержка саморегулируемых организаций, вырабатывающих стандарты работы творческих (креативных) индустрий, системы обеспечения качества и оценки стоимости творческих (креативных) товаров, услуг, а также интеллектуальных прав.

Поддержка творческого (креативного) предпринимательства предполагает работу в следующих направлениях:

регулирование сделок с интеллектуальными правами для творческих (креативных) индустрий на основе подходов, апробированных в отдельных отраслях (кинопроизводстве, разработке программного обеспечения, изобретательстве);

выплаты «справедливых вознаграждений» (компенсационных вознаграждений) авторам, включая изобретателей;

содействие экспорту интеллектуальной собственности при условии несения экспортером затрат на надлежащую правовую охрану в странах экспорта;

стимулирование внебюджетных инвестиций, в том числе через краудинвестинговые платформы в творческие (креативные) индустрии и снижение их зависимости от бюджетной поддержки.

Система сервисного обеспечения охраны прав интеллектуальной деятельности и защиты прав на результаты интеллектуальной деятельности может развиваться за счет реализации проектов в форме государственно-частного партнерства на базе технологических решений, созданных в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

В качестве ключевых сервисов различными компаниями развиваются и предоставляются сервисы депонирования, фиксации авторских и смежных прав, цифровые сервисы по защите и охране прав на результаты интеллектуальной деятельности на территории Евразийского экономического союза и в других странах, сервисы формирования «портфелей прав», сделок с ними, включая коммерческую концессию, франчайзинг.

Списки лицензиатов используются для проактивного удаления и (или) блокировки нелегального контента и сведений о промышленных товарах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с

участием операторов поисковых систем, органов судебной власти и Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Аналогичные сервисы строятся для товарных рынков с участием Федеральной таможенной службы, Министерства внутренних дел Российской Федерации.

Для случаев, когда управление интеллектуальными правами затруднено или когда оценить потенциал дохода продукта на стадии формирования творческого результата, лежащего в его основе, невозможно, расширяются механизмы «справедливых вознаграждений» – поощрительных стимулирующих выплат авторам, создателям наиболее востребованных произведений и иных результатов.

Формирование экосистем для концентрации талантов осуществляется посредством реализации амбициозных сетевых общественно-государственных проектов в следующих направлениях:

архитектура, современное градостроительство и «умный» город (поселок);

цифровые продукты и технологии для получения нового культурного опыта – путешествий, доступа к музейным коллекциям, выставкам, архитектурным и ландшафтным памятникам как в режиме виртуальной, так и дополненной реальности (задача – сбалансировать рынки услуг, доступные в реальной среде, а также виртуальной и дополненной реальности для обеспечения устойчивости креативной экономики в ситуациях, аналогичных локдауну 2020 года);

разработки «человекоцентричных» продуктов – функционального питания (гастрономия, «дизайн еды»), современной одежды, средств мониторинга здоровья и здоровьесбережения, медиаконтента и развлечений, включая разнообразные события и фестивали.

Соответствующие проекты реализуются посредством сочетания творческого (креативного) и технологического предпринимательства в симбиозе с реализацией Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации и Национальной технологической инициативы.

Сервисное сопровождение экспансии товаров и услуг, экспорта интеллектуальных прав на глобальном рынке создается в рамках национального проекта «Международная кооперация и экспорт» и включает:

поддержку участия в профессиональных выставках и международных конкурсах, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья;

содействие в охране и защите интеллектуальных прав на зарубежных рынках, распространении (дистрибуции) продуктов на международных и зарубежных платформах;

содействие международному франчайзингу, образованию экспортных консорциумов;

взаимодействие с деловыми акселераторами и объединениями, международным инвестиционным сообществом.

Перечисленные меры могут применяться как к широкому кругу творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства, так и адресно с учетом следующих критериев:

определенной группы творческих (креативных) индустрий с учетом Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД);

видов результатов интеллектуальной деятельности, которые используются при создании продукта (товара, услуги);

определенной стадии развития бизнеса в соответствии с международной классификацией стадий бизнеса GEM;

конкретного социального портрета предпринимателя (социальное, женское, молодежное предпринимательство и пр.).

VI. Механизмы реализации Концепции

Реализация Концепции обеспечивается согласованными действиями федеральных органов исполнительной власти, органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, а также организаций, предпринимательского и профессионального сообществ.

Основным механизмом реализации Концепции является план ее реализации, разрабатываемый Министерством культуры Российской Федерации совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, организациями, предусматривающий конкретные мероприятия, в том числе по внесению изменений в законодательство Российской Федерации, государственные программы Российской Федерации и национальные проекты, а также порядок координации деятельности и взаимодействия в сфере творческих (креативных) индустрий, который утверждается Правительством Российской Федерации.

Для эффективной реализации Концепции необходима проработка возможности корректировки отдельных мероприятий национальных проектов и государственных программ, в том числе:

развитие территориальной инфраструктуры творческих (креативных) индустрий осуществляется в рамках приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды», федерального проекта «Дорожная сеть» национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги», государственных программ Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» и «Комплексное развитие сельских территорий»;

развитие финансовой инфраструктуры обеспечивается в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», федерального проекта «Системные меры по повышению производительности труда» национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости», а также государственных программ Российской Федерации «Содействие занятости населения» и «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»;

реализация необходимого сервисного обеспечения для управления и защиты прав интеллектуальной собственности в рамках федерального проекта «Информационная инфраструктура» национальной программы

«Цифровая экономика Российской Федерации», государственной программы Российской Федерации «Информационное общество»;

поддержка кооперации и экспорта в рамках национального проекта «Международная кооперация и экспорт», государственных программ Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» и «Развитие внешнеэкономической деятельности».

Для формирования полноценной институциональной среды для развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства необходимо задействовать в том числе следующие программы и организационные инструменты:

развитие системы налогообложения и налогового администрирования – федеральный проект «Нормативное регулирование цифровой среды» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», механизм управления системными изменениями предпринимательской среды «Трансформация делового климата»;

обеспечение доступа к информации, включая нематериальное и историко-культурное наследие, – национальные проекты «Наука и университеты», «Культура», а также государственные программы Российской Федерации «Развитие культуры» и «Реализация государственной национальной политики»;

развитие знаний и компетенций – национальный проект «Образование», государственная программа Российской Федерации «Развитие образования»;

обеспечение условий для концентрации талантов в субъектах Российской Федерации, крупнейших и крупных городских агломерациях – национальные проекты «Наука и университеты» и «Культура», приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды», государственная программа Российской Федерации «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» и Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

Мероприятия по реализации Концепции учитываются при формировании и корректировке национальных проектов и государственных программ Российской Федерации. Финансовое обеспечение реализации Концепции осуществляется за счет средств, предусмотренных на реализацию национальных проектов, государственных программ Российской Федерации, выделения специального направления грантовой поддержки, а также за счет внебюджетных источников.

VII. Сценарии развития творческих (креативных) индустрий и этапы реализации Концепции

С учетом положений Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года при реализации Концепции возможны два альтернативных сценария развития творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации – инерционный или форсированный (целевой).

Инерционный сценарий развития творческих (креативных) индустрий предполагает сохранение текущих тенденций и слабый, естественный рост сектора креативной экономики.

Форсированный (целевой) сценарий предполагает скоординированную реализацию мероприятий в рамках направлений и с учетом принципов и механизмов, определенных Концепцией, и предусматривает существенное увеличение вклада творческих (креативных) индустрий в национальный ВВП, рост экспорта творческих (креативных) товаров и услуг, рост числа рабочих мест в секторе креативной экономики и количества субъектов, относящихся к творческому (креативному) предпринимательству, их широкое сотрудничество с организациями культуры любой ведомственной принадлежности и форм собственности, хозяйственное освоение и вовлечение в оборот объектов материального и нематериального культурного наследия народов Российской Федерации, развитие всех направлений культурной деятельности.

Реализация Концепции осуществляется в два этапа. На первом этапе предполагается введение необходимых критериев творческого (креативного) предпринимательства, реализация аналитических, проектных и организационных мероприятий. На втором – реализация крупных сетевых общественно-государственных проектов, способствующих концентрации и реализации талантов, достижению мультипликативного эффекта от создаваемых результатов интеллектуальной деятельности и статистически заметное увеличение показателей инвестиций в основной капитал.

VIII. Ожидаемые результаты и мониторинг реализации Концепции

Мониторинг реализации Концепции осуществляется в рамках общего мониторинга реализации Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, в том числе:

при оценке объемов нематериальных активов и динамики налоговой базы по региональным и местным налогам, а также федеральным налогам в части, зачисляемой в бюджеты субъектов Российской Федерации и местные бюджеты;

по показателям инвестиций в основной капитал по экономике субъектов Российской Федерации в целом, а также в соответствии с их перспективными экономическими специализациями;

исходя из динамики валового регионального продукта.

Применяются существующие подходы к оценке прибыли и доходов субъектов творческого (креативного) предпринимательства, торговли творческими товарами и услугами, а также занятости в творческом (креативном) предпринимательстве. Для полноты представления об изменении структуры экономики оценивается «креативная интенсивность» традиционных секторов экономики (инвестиции в нематериальные активы, доля работников творческого труда).

С учетом формирования унифицированных критериев творческого (креативного) предпринимательства и творческой (креативной) индустрии разрабатывается и реализуется новая модель статистического наблюдения, в том числе основанная на анализе больших массивов данных Федеральной налоговой службы, сведений о сделках с интеллектуальными правами и иных данных. С учетом международного опыта также формируется система статистического сопоставления, позволяющего репрезентативно сравнивать российские показатели с аналогичными показателями других стран.

Для оценки качества государственного регулирования и сервисного обеспечения творческого (креативного) предпринимательства и условий формирования и роста соответствующих творческих (креативных) индустрий разрабатывается индекс креативного потенциала территорий (возможности экономического роста творческих (креативных) индустрий в конкретной локации), индекс наличия (полноты, доступности, эффективности) механизмов государственной поддержки.

Системная государственная поддержка творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации должна обеспечить:

увеличение доли творческих (креативных) индустрий в экономике Российской Федерации с 2,21 процента до 3 процентов к 2024 году, до 6 процентов – к 2030 году;

изменение структуры занятости населения – увеличение доли занятости в творческих (креативных) профессиях, в том числе женщин, молодежи, а также лиц с ограниченными возможностями здоровья с 4,67 процента до 12 процентов – к 2024 году, до 15 процентов – к 2030 году;

импортозамещение творческих (креативных) продуктов и услуг: снижение отрицательного сальдо экспорта-импорта на 50 процентов в 2024 году к уровню 2023 года и достижение положительного сальдо экспорта-импорта к 2030 году (в настоящий момент экспорт креативных услуг составляет 7,4 млрд. долларов США, импорт – 10,4 млрд. долларов США; креативных товаров – 1,7 и 5,7 млрд. долларов США соответственно);

рост доли творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства в Российской Федерации в целом в структуре мирового экспорта до 2,3 процента к 2024 году и до 3,5 процента к 2030 году.

Реализация Концепции в субъектах Российской Федерации должна обеспечить:

конкурентоспособность экономик субъектов Российской Федерации и миграционную привлекательность для квалифицированных творческих кадров, в том числе международных кадров, предотвратить отток талантливой молодежи;

рост налогооблагаемой базы за счет смещения производственных затрат на выплаты персоналу.

Для граждан основным результатом реализации Концепции должно стать изменение качества жизни, возможность вовлечения талантов в национальную экономику, получение экономических выгод от инвестиций в человеческий капитал и творческий труд.

Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предприниматель- ства в Российской Федерации»

Статья 3. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе

Для целей настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия:

...

5) поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства (далее также – поддержка) – деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов публичной власти федеральной территории, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляемая в целях развития малого и среднего предпринимательства в соответствии с государственными программами (подпрограммами) Российской Федерации, государственными программами (подпрограммами) субъектов Российской Федерации и муниципальными программами (подпрограммами), содержащими мероприятия, направленные на развитие малого и среднего предпринимательства (далее – государственные программы (подпрограммы) Российской Федерации, государственные программы (подпрограммы) субъектов Российской Федерации, муниципальные программы (подпрограммы), а также деятельность акционерного общества «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», осуществляемая в соответствии с настоящим Федеральным законом и Федеральным законом, в качестве института развития в сфере малого и среднего предпринимательства (далее также – корпорация развития малого и среднего предпринимательства), его дочерних обществ и деятельность акционерного общества «Российский экспортный центр» (далее – Российский экспортный центр) по поддержке экспортной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляемая в соответствии с настоящим Федеральным законом и Федеральным законом от 8 декабря 2003 года N 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», его дочерних обществ;

...

7) социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 настоящего Федерального закона;

8) социальное предприятие – субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства...

Статья 4.1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Сведения о юридических лицах и об индивидуальных предпринимателях, отвечающих условиям отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства, установленным статьей 4 настоящего Федерального закона, вносятся в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства в соответствии с настоящей статьей.

2. Ведение единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства осуществляется федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о налогах и сборах (далее – уполномоченный орган).

3. В едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства содержатся следующие сведения о субъектах малого и среднего предпринимательства:

...

11.1) указание на то, что юридическое лицо или индивидуальный предприниматель является социальным предприятием;

...

6.4. В целях ведения единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства уполномоченные органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации представляют в уполномоченный орган ежегодно до 5 июля сформированный по состоянию на 1 июля текущего календарного года в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса, перечень субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих статус социального предприятия.

...

Статья 15. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

...

2. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя также центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, региональные гарантийные организации, акционерные инвестиционные фонды и закрытые паевые инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого и среднего предпринимательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, палаты и центры ремесел, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, центры поддержки экспорта, лизинговые компании, консультационные центры, промышленные парки, индустриальные парки, агропромышленные парки, центры коммерциализации технологий, центры коллективного доступа к высокотехнологичному оборудованию,

инжиниринговые центры, центры прототипирования и промышленного дизайна, центры трансфера технологий, центры кластерного развития, государственные фонды поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности, осуществляющие деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации, микрофинансовые организации, предоставляющие микрозаймы субъектам малого и среднего предпринимательства и (или) организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, и соответствующие критериям, установленным нормативным актом Центрального банка Российской Федерации по согласованию с федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса (далее – микрофинансовые организации предпринимательского финансирования), организации, осуществляющие управление технопарками (технологическими парками), технополисами, научными парками, промышленными парками, индустриальными парками, агропромышленными парками, центрами инноваций социальной сферы, центры сертификации, стандартизации и испытаний, центры поддержки народных художественных промыслов, центры развития сельского и экологического туризма, многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг, предоставляющие услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, торгово-промышленные палаты и иные организации.

...

Статья 15.1. Единый реестр организаций инфраструктуры поддержки.

1. Корпорация развития малого и среднего предпринимательства ведет единый реестр организаций инфраструктуры поддержки.

...

Статья 16. Формы, условия и порядок поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, включает в себя финансовую, в том числе гарантийную, имущественную, информационную, консультационную поддержку таких субъектов и организаций, поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность.

2. Условия и порядок оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливаются нормативными правовыми актами Российской Феде-

рации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами, принимаемыми в целях реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм).

...

Статья 17. Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Оказание финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, может осуществляться в соответствии с законодательством Российской Федерации за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации, средств местных бюджетов путем предоставления субсидий, бюджетных инвестиций, государственных и муниципальных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Статья 17.1. Гарантийная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Гарантийная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства направлена на обеспечение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства и (или) организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, к кредитным и иным финансовым ресурсам и оказывается участниками национальной гарантийной системы путем предоставления поручительств и (или) независимых гарантий по:

1) обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и (или) организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, основанным на кредитных договорах, договорах займа, договорах финансовой аренды (лизинга), договорах о предоставлении банковской гарантии и иных договорах;

2) обязательствам кредитных организаций, микрофинансовых организаций предпринимательского финансирования, иных юридических лиц, оказывающих финансовую поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства;

3) обязательствам специализированных финансовых обществ по выпуску облигаций, обеспеченных залогом прав (требований) по кредитным договорам, договорам займа и (или) иным обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) иным обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и (или) организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

...

Статья 18. Имущественная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Оказание имущественной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, а также организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (за исключением указанных в статье 15 настоящего Федерального закона государственных фондов поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности, осуществляющих деятельность в форме государственных учреждений), осуществляется органами государственной власти, органами местного самоуправления в виде передачи во владение и (или) в пользование государственного или муниципального имущества, в том числе земельных участков (за исключением земельных участков, предназначенных для ведения личного подсобного хозяйства, огородничества, садоводства, индивидуального жилищного строительства), зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, оборудования, машин, механизмов, установок, транспортных средств, инвентаря, инструментов, на возмездной основе, безвозмездной основе или на льготных условиях в соответствии с государственными программами (подпрограммами) Российской Федерации, государственными программами (подпрограммами) субъектов Российской Федерации, муниципальными программами (подпрограммами). Указанное имущество должно использоваться по целевому назначению.

...

3. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления, оказавшие имущественную поддержку в соответствии с частью 1 настоящей статьи, вправе обратиться в суд с требованием о прекращении прав владения и (или) пользования субъектами малого и среднего предпринимательства или организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, предоставленным таким субъектам и организациям государственным или муниципальным имуществом при его использовании не по целевому назначению и (или) с нарушением запретов, установленных частью 4.2 настоящей статьи.

4. Федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления утверждают перечни государственного имущества и муниципального имущества, свободного от прав третьих лиц (за исключением права хозяйственного ведения, права оперативного управления, а также имущественных прав субъектов малого и среднего предпринимательства), с ежегодным до 1 ноября текущего года дополнением таких перечней государственным имуществом и муниципальным имуществом. Государственное и муниципальное имущество, включенное в указанные перечни, используется в целях предоставления его во владение и (или) в пользование на долгосрочной основе (в том числе по льготным ставкам арендной платы) субъектам малого и среднего пред-

принимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, а также может быть отчуждено на возмездной основе в собственность субъектов малого и среднего предпринимательства в соответствии с Федеральным законом от 22 июля 2008 года N 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» и в случаях, указанных в подпунктах 6, 8 и 9 пункта 2 статьи 39.3 Земельного кодекса Российской Федерации. Эти перечни подлежат обязательному опубликованию в средствах массовой информации, а также размещению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на официальных сайтах утвердивших их государственных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления и (или) на официальных сайтах информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. В указанные перечни не включаются земельные участки, предусмотренные подпунктами 1 – 10, 13 – 15, 18 и 19 пункта 8 статьи 39.11 Земельного кодекса Российской Федерации, за исключением земельных участков, предоставленных в аренду субъектам малого и среднего предпринимательства.

...

4.2. Запрещается продажа государственного и муниципального имущества, включенного в указанные в части 4 настоящей статьи перечни, за исключением возмездного отчуждения такого имущества в собственность субъектов малого и среднего предпринимательства в соответствии с Федеральным законом от 22 июля 2008 года N 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» и в случаях, указанных в подпунктах 6, 8 и 9 пункта 2 статьи 39.3 Земельного кодекса Российской Федерации. В отношении указанного имущества запрещаются также переуступка прав пользования им, передача прав пользования им в залог и внесение прав пользования таким имуществом в уставный капитал любых других субъектов хозяйственной деятельности, передача третьим лицам прав и обязанностей по договорам аренды такого имущества (перенаем), передача в субаренду, за исключением предоставления такого имущества в субаренду субъектам малого и среднего предпринимательства организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, и в случае, если в субаренду предоставляется имущество, предусмотренное пунктом 14 части 1 статьи 17.1 Федерального закона от 26 июля 2006 года N 135-ФЗ «О защите конкуренции».

4.3. Срок, на который заключаются договоры в отношении имущества, включенного в перечни, указанные в части 4 настоящей статьи,

должен составлять не менее чем пять лет. Срок договора может быть уменьшен на основании поданного до заключения такого договора заявления лица, приобретающего права владения и (или) пользования. Максимальный срок предоставления бизнес-инкубаторами государственного или муниципального имущества в аренду (субаренду) субъектам малого и среднего предпринимательства не должен превышать три года.

4.4. Сведения об утвержденных перечнях государственного имущества и муниципального имущества, указанных в части 4 настоящей статьи, а также об изменениях, внесенных в такие перечни, подлежат представлению в корпорацию развития малого и среднего предпринимательства в целях проведения мониторинга в соответствии с частью 5 статьи 16 настоящего Федерального закона. Состав указанных сведений, сроки, порядок и форма их представления устанавливаются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса.

...

4.6. Государственное и муниципальное имущество, закрепленное на праве хозяйственного ведения или оперативного управления за государственным или муниципальным унитарным предприятием, на праве оперативного управления за государственным или муниципальным учреждением, по предложению указанных предприятия или учреждения и с согласия органа государственной власти Российской Федерации, органа государственной власти субъекта Российской Федерации или органа местного самоуправления, уполномоченных на согласование сделки с соответствующим имуществом, может быть включено в перечни, указанные в части 4 настоящей статьи, в порядке, установленном настоящей статьей, в целях предоставления такого имущества во владение и (или) в пользование субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

5. В случае, если при федеральных органах исполнительной власти, органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органах местного самоуправления созданы координационные или совещательные органы в области развития малого и среднего предпринимательства, предусмотренная частью 1 настоящей статьи передача прав владения и (или) пользования имуществом осуществляется с участием этих координационных или совещательных органов.

6. В случаях, предусмотренных нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации, при прекращении в связи с реализацией решения о комплексном развитии территории жилой застройки, решения о комплексном развитии территории нежилой застройки договора аренды зданий, сооружений, нежилых помещений, находящихся в государственной или муниципальной собственности, заключенного с субъ-

ектом малого или среднего предпринимательства, указанный субъект малого или среднего предпринимательства имеет право на заключение в день прекращения такого договора аренды нового договора аренды иных здания, сооружения, нежилого помещения, находящихся соответственно в государственной или муниципальной собственности и являющихся равнозначными в соответствии с пунктом 12 части 1 статьи 17.1 Федерального закона от 26 июля 2006 года N 135-ФЗ «О защите конкуренции». При этом новый договор аренды заключается на тех же условиях, что и ранее действовавший договор аренды, и на срок, оставшийся до его истечения, без проведения торгов и с сохранением льгот, предусмотренных законодательством Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъекта Российской Федерации, муниципальными правовыми актами. В случае, если оставшийся срок действия прекращаемого договора аренды составлял менее одного года, новый договор аренды заключается не менее чем на один год при наличии согласия арендатора на заключение договора аренды на указанный срок. В случае, если указанный в настоящей части субъект малого или среднего предпринимательства имел на дату принятия решения о комплексном развитии территории преимущественное право на приобретение предусмотренных настоящей статьей здания, сооружения, нежилого помещения в собственность в соответствии со статьей 3 Федерального закона от 22 июля 2008 года N 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», преимущественное право сохраняется в отношении равнозначного объекта недвижимости или нежилого помещения, предоставленного ему по новому договору аренды.

Статья 19. Информационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Оказание информационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляется органами государственной власти и органами местного самоуправления в виде создания федеральных, региональных и муниципальных информационных систем, официальных сайтов информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сети «Интернет» и информационно-телекоммуникационных сетей и обеспечения их функционирования в целях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

2. Информационные системы, официальные сайты информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сети «Интернет» и информационно-телекоммуникационные сети создаются в целях обеспечения субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, информацией:

1) о реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм);

2) о количестве субъектов малого и среднего предпринимательства и об их классификации по видам экономической деятельности;

3) о числе замещенных рабочих мест в субъектах малого и среднего предпринимательства в соответствии с их классификацией по видам экономической деятельности;

4) об обороте товаров (работ, услуг), производимых субъектами малого и среднего предпринимательства, в соответствии с их классификацией по видам экономической деятельности;

5) о финансово-экономическом состоянии субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) об организациях, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, условиях и о порядке оказания такими организациями поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства;

7) о государственном и муниципальном имуществе, включенном в перечни, указанные в части 4 статьи 18 настоящего Федерального закона;

8) об объявленных конкурсах на оказание финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

9) иной необходимой для развития субъектов малого и среднего предпринимательства информацией (экономической, правовой, статистической, производственно-технологической информацией, информацией в области маркетинга), в том числе информацией в сфере деятельности корпорации развития малого и среднего предпринимательства, действующей в соответствии с настоящим Федеральным законом.

3. Информация, указанная в части 2 настоящей статьи, является общедоступной и размещается в сети «Интернет» на официальных сайтах федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, наделенных отдельными полномочиями в области развития субъектов малого и среднего предпринимательства в пределах их компетенции, и (или) созданных указанными органами официальных сайтов информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сети «Интернет».

...

Статья 20. Консультационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

Оказание консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих кон-

сультационные услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, и обеспечения деятельности таких организаций;

2) компенсации затрат, произведенных и документально подтвержденных субъектами малого и среднего предпринимательства, на оплату консультационных услуг.

Статья 21. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере образования

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере образования органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания условий для подготовки кадров для субъектов малого и среднего предпринимательства или их дополнительного профессионального образования;

2) учебно-методической и научно-методической помощи субъектам малого и среднего предпринимательства.

Статья 22. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, в том числе технопарков, центров коммерциализации технологий, технико-внедренческих и научно-производственных зон, и обеспечения деятельности таких организаций;

2) содействия патентованию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов и селекционных достижений, а также государственной регистрации иных результатов интеллектуальной деятельности, созданных субъектами малого и среднего предпринимательства;

3) создания условий для привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства к заключению договоров субподряда в области инноваций и промышленного производства;

4) создания акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов.

Статья 23. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области ремесленной деятельности

1. В целях оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, органы государственной власти субъектов Российской Федерации вправе разрабатывать и утверждать перечни видов ремесленной деятельности.

2. Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в области ремесленной деятельности органами государствен-

ной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в области ремесленной деятельности, в том числе палат ремесел, центров ремесел, и обеспечения их деятельности;

2) финансовой, имущественной, консультационной, информационной поддержки, поддержки в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников, поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность в области ремесленной деятельности.

Статья 24. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность

Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность, органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

1) сотрудничества с международными организациями и иностранными государствами в области развития малого и среднего предпринимательства;

2) содействия в продвижении на рынки иностранных государств российских товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности, а также создания благоприятных условий для российских участников внешнеэкономической деятельности;

3) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность, и обеспечения деятельности таких организаций;

4) реализации иных мероприятий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Статья 24.1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства

1. Органы государственной власти и органы местного самоуправления в соответствии с установленными настоящим Федеральным законом и другими федеральными законами полномочиями могут оказывать поддержку субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в сфере социального предпринимательства, соответствующую одному или нескольким из следующих условий:

1) субъект малого или среднего предпринимательства обеспечивает занятость следующих категорий граждан при условии, что по итогам предыдущего календарного года среднесписочная численность лиц, относящихся к любой из таких категорий (одной или нескольким таким категориям), среди работников субъекта малого или среднего предпри-

нимательства составляет не менее пятидесяти процентов (но не менее двух лиц, относящихся к таким категориям), а доля расходов на оплату труда лиц, относящихся к любой из таких категорий (одной или несколькими таким категориям), в расходах на оплату труда составляет не менее двадцати пяти процентов:

- а) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- б) одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов;
- в) пенсионеры и граждане предпенсионного возраста (в течение пяти лет до наступления возраста, дающего право на страховую пенсию по старости, в том числе назначаемую досрочно);
- г) выпускники детских домов в возрасте до двадцати трех лет;
- д) лица, осужденные к лишению свободы (при условии наличия гражданско-правового договора субъекта малого или среднего предпринимательства с учреждением уголовно-исполнительной системы) и принудительным работам в период отбывания наказания, и лица, освобожденные из мест лишения свободы и имеющие неснятую или непогашенную судимость;
- е) беженцы и вынужденные переселенцы;
- ж) малоимущие граждане;
- з) лица без определенного места жительства и занятий;
- и) граждане, не указанные в подпунктах «а» – «з» настоящего пункта, признанные нуждающимися в социальном обслуживании;

2) субъект малого или среднего предпринимательства (за исключением субъекта малого или среднего предпринимательства, указанного в пункте 1 настоящей части) обеспечивает реализацию производимых гражданами из числа категорий, указанных в пункте 1 настоящей части, товаров (работ, услуг). При этом доля доходов от осуществления такой деятельности по итогам предыдущего календарного года должна составлять не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности в текущем календарном году, должна составлять не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год);

3) субъект малого или среднего предпринимательства осуществляет деятельность по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан из числа категорий, указанных в пункте 1 настоящей части, в целях создания для них условий, позволяющих преодолеть или компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (видов такой деятельности) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъек-

ектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности (видов такой деятельности) в текущем календарном году, составляет не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год), в соответствии со следующими направлениями деятельности социальных предприятий:

а) деятельность по оказанию социально-бытовых услуг, направленных на поддержание жизнедеятельности в быту;

б) деятельность по оказанию социально-медицинских услуг, направленных на поддержание и сохранение здоровья путем организации ухода, оказания содействия в проведении оздоровительных мероприятий, систематического наблюдения для выявления отклонений в состоянии здоровья;

в) деятельность по оказанию социально-психологических услуг, предусматривающих оказание помощи в коррекции психологического состояния для адаптации в социальной среде;

г) деятельность по оказанию социально-педагогических услуг, направленных на профилактику отклонений в поведении;

д) деятельность по оказанию социально-трудовых услуг, направленных на оказание помощи в трудоустройстве и в решении иных проблем, связанных с трудовой адаптацией;

е) деятельность по оказанию услуг, предусматривающих повышение коммуникативного потенциала, реабилитацию и социальную адаптацию, услуг по социальному сопровождению;

ж) производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий (или) реализация программного обеспечения, а также технических средств, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации (абилитации) инвалидов;

з) деятельность по организации отдыха и оздоровления инвалидов и пенсионеров;

и) деятельность по оказанию услуг в сфере дополнительного образования;

к) деятельность по созданию условий для беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной, транспортной инфраструктур и пользования средствами транспорта, связи и информации;

4) субъект малого или среднего предпринимательства осуществляет деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества, при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (видов такой деятельности) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление

такой деятельности (видов такой деятельности) в текущем календарном году, составляет не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год), из числа следующих видов деятельности:

а) деятельность по оказанию психолого-педагогических и иных услуг, направленных на укрепление семьи, обеспечение семейного воспитания детей и поддержку материнства и детства;

б) деятельность по организации отдыха и оздоровления детей;

в) деятельность по оказанию услуг в сфере дошкольного образования и общего образования, дополнительного образования детей;

г) деятельность по оказанию психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи обучающимся, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитию и социальной адаптации;

д) деятельность по обучению работников и добровольцев (волонтеров) социально ориентированных некоммерческих организаций, направленному на повышение качества предоставления услуг такими организациями;

е) культурно-просветительская деятельность (в том числе деятельность частных музеев, театров, библиотек, архивов, школ-студий, творческих мастерских, ботанических и зоологических садов, домов культуры, домов народного творчества);

ж) деятельность по оказанию услуг, направленных на развитие международного сотрудничества, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации;

з) выпуск периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, включенных в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень видов периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, облагаемых при их реализации налогом на добавленную стоимость по ставке десять процентов;

и) деятельность по реализации книжной продукции для детей и юношества, учебной, просветительской и справочной литературы. Критерии отнесения деятельности, осуществляемой субъектами малого и среднего предпринимательства, к деятельности по реализации книжной продукции для детей и юношества, учебной, просветительской и справочной литературы определяются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере печати, издательской и полиграфической деятельности.

2. Субъекты Российской Федерации в целях признания субъектов малого и среднего предпринимательства социальными предприятиями в соответствии с пунктами 1 и 4 части 1 настоящей статьи вправе устанавливать категории граждан дополнительно к категориям, указанным в пункте 1 части 1 настоящей статьи, и виды деятельности дополнительно к видам деятельности, указанным в пункте 4 части 1 настоящей

статьи. Оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, признанным социальными предприятиями с учетом дополнительно установленных субъектами Российской Федерации категорий граждан и видов деятельности осуществляется за счет бюджетных ассигнований бюджетов субъектов Российской Федерации и (или) местных бюджетов.

3. Порядок признания субъекта малого или среднего предпринимательства социальным предприятием определяется федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса.

4. Социальным предпринимательством не может являться деятельность по производству и (или) реализации подакцизных товаров, а также по добыче и (или) реализации полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых.

5. Оказание поддержки социальным предприятиям может осуществляться в виде:

1) обеспечения наличия инфраструктуры поддержки социальных предприятий;

2) оказания финансовой поддержки социальным предприятиям (в том числе в рамках предоставления субсидий);

3) оказания имущественной поддержки социальным предприятиям (в том числе путем предоставления во владение и (или) в пользование государственного и муниципального имущества на льготных условиях);

4) оказания информационной поддержки социальным предприятиям;

5) оказания консультационной и методической поддержки социальным предприятиям (в том числе по вопросам привлечения финансирования и участия в закупках товаров, работ, услуг);

6) содействия в развитии межрегионального сотрудничества, поиске деловых партнеров, в том числе путем проведения ярмарок, деловых конгрессов, выставок, а также обеспечения участия социальных предприятий в указанных мероприятиях на территориях субъектов Российской Федерации и на территориях муниципальных образований;

7) организации профессионального обучения, профессионального образования, дополнительного профессионального образования и содействия в прохождении независимой оценки квалификации работников социальных предприятий в соответствии с законодательством Российской Федерации;

8) реализации иных мер (мероприятий) по поддержке социальных предприятий, которые предусмотрены федеральными законами, принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также законами и иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами.

Проект Федерального закона «О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ЗАКОН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «ОСНОВЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О КУЛЬТУРЕ» В ЧАСТИ ЗАКРЕПЛЕНИЯ ИНСТИТУТА ТВОРЧЕСКИХ (КРЕАТИВНЫХ) ИНДУСТРИЙ»

Статья 1

Внести в Закон Российской Федерации от 9 октября 1992 года N 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, N 46, ст. 2615; Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, N 26, ст. 3172; 2004, N 35, ст. 3607; 2006, N 1, ст. 10; 2006, N 45, ст. 4627; 2007, N 1, ст. 21; 2008, N 30, ст. 3616; 2013, N 17, ст. 2030; 2013, N 27, ст. 3477; 2013, N 40, ст. 5035; 2014, N 30, ст. 4217, 4257; 2014, N 49, ст. 6928; 2017, N 31, ст. 4783) следующие изменения:

1) статью 1 дополнить новыми абзацами следующего содержания:

«создание условий для самореализации и развития талантов, достойный, эффективный труд через развитие творческого (креативного) предпринимательства;

задействование историко-культурного потенциала Российской Федерации для развития национальной экономики.»;

2) в части третьей статьи 2 после слов «в сфере культуры» дополнить словами «и творческого (креативного) предпринимательства»;

3) статью 3 дополнить новыми абзацами следующего содержания:

«Творческое (креативное) предпринимательство – деятельность коммерческих организаций, преследующая извлечение прибыли за счет создания результатов интеллектуальной деятельности и (или) коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Творческая (креативная) индустрия – направление экономической специализации, в котором субъекты творческого (креативного) предпринимательства, иные организации, объединения и физические лица в процессе литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества, культурной активности, за счет капитализации, коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности, производят определенную группу продуктов (товаров, услуг), обладающих экономической ценностью, обеспеченные кадровыми, финансовыми ресурсами и необходимой инфраструктурой.

Инфраструктура творческого (креативного) предпринимательства – совокупность коммерческих и некоммерческих организаций, объектов материально-технической инфраструктуры, информационных систем и (или) финансовых ресурсов, необходимых для формирования и (или) развития субъектов творческого (креативного) предпринимательства.

Реестр субъектов творческого (креативного) предпринимательства – открытый реестр, содержащий публично достоверные сведения о субъектах творческого (креативного) предпринимательства, который ведет уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о налогах и сборах, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью внесения в соответствующий бюджет налогов, сборов и страховых взносов в установленном законом порядке.»;

4) статью 4 дополнить новым абзацем следующего содержания:

«творческое (креативное) предпринимательство и индустрии.»;

5) статью 10 дополнить новым абзацем следующего содержания:

«Право человека заниматься творческой деятельностью может осуществляться посредством творческого (креативного) предпринимательства.»

6) статью 26 дополнить новым абзацем следующего содержания:

«В случае правомерного создания на основе (с использованием) предметов музейного, архивного, библиотечного фонда результатов интеллектуальной деятельности права на такие результаты принадлежат учреждениям культуры, которые хранят такие предметы, и (или) совместно с иными участниками создания таких результатов. Учреждения культуры вправе распоряжаться правами на такие результаты без согласия учредителя в целях развития творческого (креативного) предпринимательства, вносить исключительное право на такие результаты в уставной (складочный) капитал хозяйственных обществ и хозяйственных партнерств, создаваемых в соответствии с настоящим законом.»;

8) дополнить новой статьей 29.1 следующего содержания:

«Статья 29.1 Поддержка творческого (креативного) предпринимательства

Меры и механизмы поддержки творческого (креативного) предпринимательства определяются Концепцией (стратегией) развития творческих (креативных) индустрий, утверждаемой Правительством Российской Федерации, которая в соответствии с Федеральным законом от 28 июня 2014 года N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» является отраслевым стратегическим документом планирования и содержит перечень направлений, реализуемых органами государственной власти и организациями.

Меры поддержки творческого (креативного) предпринимательства включаются в стратегии (планы) социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и стратегии социально-экономического развития муниципальных образований.

Перечень приоритетных творческих (креативных) индустрий, определяется документами стратегического планирования федерального уровня либо уровня субъекта Российской Федерации.

Конкретные механизмы поддержки приоритетных творческих (креативных) индустрий определяются в том числе в соответствии с бюджетным, налоговым и гражданским законодательством Российской Федерации, а также законодательством о государственно-частном партнерстве.

При реализации мер поддержки творческого (креативного) предпринимательства органы государственной власти должны обеспечить баланс поддержки инициативного творческого (креативного) предпринимательства и предпринимательства, соответствующего приоритетным творческим (креативным) индустриям.

Для принятия решения об оказании поддержки субъекту творческого (креативного) предпринимательства органы государственной власти и иные организации вправе использовать сведения реестра субъектов творческого (креативного) предпринимательства.»;

9) статью 33 дополнить после слов «творческим коллективам,» словами «творческим (креативным) предпринимателям,», после слов «и развития культуры» дополнить словами «а также развития творческого (креативного) предпринимательства»;

10) статью 36 дополнить новым абзацем следующего содержания:

«Органы государственной власти ведут статистику творческого (креативного) предпринимательства на основе измерений количественных характеристик созданных результатов интеллектуальной деятельности и (или) находящихся в экономическом обороте прав на них, объеме нематериальных активов;

занятости на творческих (креативных) должностях;

об объемах произведенной творческой (креативной) продукции (оказанных услуг), экспорта такой продукции (услуг) в разрезе отдельных видов экономической деятельности.»;

11) абзац 3 статьи 37 после слов «в области культуры» дополнить словами «и творческого (креативного) предпринимательства», после слов «развития культуры» дополнить словами «развития творческого (креативного) предпринимательства»;

12) статью 41.1 дополнить новыми абзацами следующего содержания:

«Организации культуры имеют право без согласия учредителя (с его уведомлением) быть учредителями (в том числе совместно с другими лицами) хозяйственных обществ и хозяйственных партнерств – субъектов креативного предпринимательства, деятельность которых заключается в создании и практическом применении (внедрении) в не связанных с деятельностью организаций культуры сферах (индустриях) результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат данным организациям культуры (в том числе совместно с другими лицами). При этом уведомление о создании хозяйственного общества или хозяйственного партнерства должно быть направлено организацией культуры в течение семи дней с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о государственной регистрации хозяйственного общества или хозяйственного партнерства.

В качестве вклада в уставный капитал хозяйственного общества или складочный капитал хозяйственного партнерства организации культуры вносят право использования результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат данным организациям культуры (в том числе совместно с другими лицами). Денежная оценка пра-

ва, вносимого в качестве вклада в уставный капитал создаваемого хозяйственного общества или складочный капитал создаваемого хозяйственно-го партнерства по лицензионному договору, а также внесение в качестве такого вклада денежных средств, оборудования и иного имущества осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Организации культуры вправе распоряжаться долями или акциями в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладами в складочных капиталах хозяйственных партнерств, владельцами которых данные организации культуры являются, только с предварительного согласия своих учредителей. Данные организации культуры осуществляют управление долями или акциями в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладами в складочных капиталах хозяйственных партнерств в качестве участников. Права участников хозяйственных обществ и участников хозяйственных партнерств от имени организации культуры осуществляют их руководители.

Доходы от распоряжения долями или акциями в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладами в складочных капиталах хозяйственных партнерств, учредителями (участниками) которых являются организации культуры, поступают в их самостоятельное распоряжение.».

13) дополнить статьей 54.1 следующего содержания:

«54.1. Критерии отнесения и порядок ведения реестра субъектов творческого (креативного) предпринимательства

1) Коммерческие организации, осуществляющие создание результатов интеллектуальной деятельности, объем ежегодно формируемых нематериальных активов, которых составляет не менее 50% затрат на оплату труда и (или) выручка от использования прав на результаты интеллектуальной деятельности которых составляет не менее 50% общего объема выручки, могут быть включены в реестр субъектов творческого (креативного) предпринимательства.

2) Организации и индивидуальные предприниматели, деятельность которых соответствует критериям, установленным абзацем 2 статьи 54 настоящего закона вправе подать заявление в уполномоченный федеральный орган власти по налогам и сборам о включении в указанный реестр.

Порядок подачи указанного заявления и проверки сведений, подтверждающих соответствие установленным критериям, определяется таким органом власти.

Решение о включении в реестр и (или) исключения из него вправе принять федеральный орган исполнительной власти по налогам и сборам на основании сведений ежегодной налоговой отчетности.

3) В случае исключения из реестра федеральный орган исполнительной власти по налогам и сборам направляет субъекту творческого (креативного) предпринимательства уведомление о таком исключении. Налоговые и иные льготы для исключенного из реестра хозяйствующего субъекта прекращаются через 6 месяцев после отправки такого уведомления.».

Статья 2

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

2. Положение пункта 3 статьи 1 настоящего Федерального закона в части определения объемов ежегодно формируемых нематериальных активов от затрат на оплату труда и (или) выручки от использования интеллектуальной собственности установить на период 2022 года – не менее 15%, на период 2023 года – не менее 25%, на период 2024 года – не менее 35%, с 2025 года – не менее 50%.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ПРОЕКТУ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ЗАКОН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ «ОСНОВЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О КУЛЬТУРЕ» В ЧАСТИ ЗАКРЕПЛЕНИЯ ИНСТИТУТА ТВОРЧЕСКИХ (КРЕАТИВНЫХ) ИНДУСТРИЙ

Проект федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» в части закрепления института творческих (креативных) индустрий (далее – законопроект) подготовлен в соответствии с пунктом 66 Плана законопроектной деятельности Правительства Российской Федерации на 2021 год, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2020 г. N 3683-р.

Творческое (креативное) предпринимательство и креативные индустрии играют ключевую роль в современном экономическом развитии. В большинстве экономически развитых стран за последние десятилетия численность людей, создающих продукты (товары, услуги), в которых определяющую роль играют результаты творческого труда достигла 12 – 15%, а доля в национальных валовых продуктах – 10 – 20%.

В Российской Федерации, несмотря на значительные инвестиции в развитие человеческого капитала (входит в top-10 стран по объемам государственных инвестиций в паритете покупательной способности на научные исследования и разработки и культуру, сохраняет высокую доступность образования) объем творческого (креативного) предпринимательства не превышает 2,5% ВВП, а доля занятых в творческих (креативных) профессиях – 4,5%.

Системное развитие творческого (креативного) предпринимательства и формирование устойчивых креативных индустрий – новых экономических специализаций, исходя из опыта других экономически развитых стран возможно исключительно при реализации мер системной поддержки. К таким мерам относится целенаправленное грантовое финансирование, формирование механизмов венчурных и традиционных инвестиций, стимулирование внутреннего спроса и поддержки экспорта продуктов и услуг с высокой долей творческой составляющей, специальные налоговые режимы.

Значительную роль в развитии креативного предпринимательства играет специализированная инфраструктура, в том числе – кластерного

типа, которая формируется, как правило за счет различных форм государственно-частного партнерства. Важным сквозным принципом поддержки является баланс поддержки инициативного творческого (креативного) предпринимательства и государственного предпринимательства, соответствующего перспективным экономическим специализациям – приоритетным индустриям, определяемым как на страновом, так и на региональном уровне.

Российская кодифицированная законодательная система предполагает погружение механизмов поддержки в различные законодательные акты. В частности, прямое грантовое финансирование и различные формы субсидий должны быть предусмотрены в бюджетном законодательстве, специальные налоговые режимы, включая льготы при создании инфраструктуры и механизмы ее создания – в налоговом кодексе и законодательстве о государственно-частном партнерстве, вопросы импорта/экспорта специального оборудования, креативных товаров (услуг) – в таможенном кодексе, а эффективные инструменты защиты и распоряжения интеллектуальной собственностью – в гражданском и процессуальных кодексах. Для последующей реализации системы мер государственной поддержки в законодательство о культуре вносятся ряд изменений, которые позволяют идентифицировать субъектов творческого (креативного) предпринимательства;

определить круг объектов инфраструктуры для творческого (креативного) предпринимательства, при этом не давая какой-либо типизации такого вида объектов;

осуществлять комплексную поддержку отдельных творческих (креативных) индустрий в рамках программ и стратегий социально-экономического развития, не только в части коммерческих организаций, являющихся субъектами творческого (креативного) предпринимательства, но также индивидуальных предпринимателей и самозанятых граждан.

Для оценки эффективности мер государственной поддержки законопроектом уточняются подходы к статистическому наблюдению соответствующих субъектов и (или) индустрий в целом. Закрепление возможности оценки через экономические показатели, связанные с нематериальными активами и интеллектуальной собственностью, занятостью и выборочным наблюдением в разрезе отдельных видов экономической деятельности в полной мере решают как задачи внутригосударственного мониторинга, так и международных сопоставлений.

Законопроект относит к субъектам творческого (креативного) предпринимательства исключительно коммерческие организации, и не включает в круг таких субъектов некоммерческие организации культуры, представляющие более широкую область деятельности, которую в мировой практике обычно обозначают как культурные индустрии. Для обеспечения эффективного взаимодействия этих сегментов экономики и перетока прав на коммерчески востребованные результаты интеллектуальной деятельности законопроект предусматривает право традиционных учреждений культуры, для которых предпринимательская деятельность не является целью учреждать коммерческие предприятия. Законопроект реализует подход, успешно апробированный для научных и образовательных организаций (ст.

103 Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», пункт 3.1 ст. 5 Федерального закона от 23.08.1996 N 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»).

Крайне важным аспектом регулирования творческого (креативного) предпринимательства являются предусмотренные законопроектом критерии. Первый критерий – соотношение ежегодно формируемых объемов нематериальных активов и затрат на оплату труда. Второй, корреспондирующий критерий – доля доходов, полученных от распоряжения интеллектуальной собственностью.

Предложенный подход позволяет идентифицировать именно те хозяйствующие субъекты, персонал которых создает охраняемые гражданским законодательством результаты, которые могут быть вовлечены в экономический оборот и (или) используются в таком обороте. Два указанных критерия являются достаточно жесткими, но при этом позволяют охватить все субъекты креативного предпринимательства вне зависимости от отрасли или конкретного вида экономической деятельности. Таким образом поддержка и специальные режимы будут предоставлены только тем коммерческим организациям, основная доля затрат которых это затраты на творческий персонал, который создает новые результаты, тем самым обеспечивая приток инвестиций в основной капитал и (или) которые успешно реализуют права на интеллектуальную собственность. Администрирование публично достоверного реестра творческого (креативного) предпринимательства предлагается закрепить за ФНС России, что позволит практически полностью автоматизировать его функционирование.

Законопроект расширяет возможности поддержки творческого (креативного) предпринимательства и соответствующих индустрий в субъектах Российской Федерации – закрепляет статус соответствующей концепции развития в качестве документа стратегического планирования по отраслевому принципу. Это дает возможность каждому региону выбрать собственный набор приоритетных индустрий и осуществлять их поддержку в рамках стратегии социально-экономического развития.

Положения законопроекта не противоречат положениям Договора о Евразийском экономическом союзе, а также положениям иных международных договоров Российской Федерации.

Принятие законопроекта не окажет влияния на достижение целей каких-либо государственных программ Российской Федерации.

В законопроекте отсутствуют обязательные требования, оценка соблюдения которых осуществляется в рамках государственного контроля (надзора), муниципального контроля, при рассмотрении дел об административных правонарушениях, а также обязательные требования, соответствие которым проверяется при выдаче разрешений, лицензий, аттестатов аккредитации, иных документов, имеющих разрешительный характер о соответствующем виде государственного контроля (надзора), виде разрешительной деятельности и предполагаемой ответственности за нарушение обязательных требований или последствиях их несоблюдения.

Закон о креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре

Принят Думой Ханты-Мансийского автономного округа – Югры 27 июля 2020 года

Глава I. Общие положения

Статья 1. Предмет и цели настоящего Закона

1. Настоящий Закон регулирует отдельные вопросы, связанные с развитием и поддержкой субъектов креативных индустрий в целях использования и (или) создания объектов интеллектуальной собственности, являющихся одним из важнейших стратегических ресурсов развития экономики, культуры, науки, образования и других сфер социально-экономической деятельности в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре (далее – автономный округ).

2. Целями настоящего Закона являются:

- 1) обеспечение высоких темпов роста несырьевых отраслей экономики автономного округа;
- 2) развитие предпринимательского, культурного и туристского потенциала автономного округа;
- 3) сохранение в автономном округе идентичности национальных и культурных ценностей;
- 4) создание в автономном округе условий для творческой самореализации граждан, обеспечения инновационного развития сферы культуры и образования.

Статья 2. Основные понятия, используемые в настоящем Законе

В настоящем Законе используются следующие основные понятия:

- 1) креативная деятельность – любая не запрещенная законодательством Российской Федерации деятельность, в основе которой лежит творческий процесс, идеи, знания, навыки, талант и уникальные качества (свойства);
- 2) креативные продукты (продукция) – товары (работы, услуги), являющиеся результатом креативной деятельности;
- 3) креативные индустрии – направления (сферы) креативной деятельности, связанные с производством (воспроизводством), продвижением, распределением или реализацией креативного продукта (продукции);
- 4) субъекты креативных индустрий – граждане (в том числе зарегистрированные в качестве плательщиков налога на профессиональный доход), индивидуальные предприниматели, юридические лица, осуществляющие креативную деятельность, включенные в Реестр субъектов креативных индустрий в соответствии с законодательством автономного округа;
- 5) креативная инфраструктура – совокупность объектов движимого и недвижимого имущества, интеллектуальной собственности, необходимых для обеспечения креативной деятельности субъектов креативных индустрий;

б) креативный кластер – совокупность субъектов креативных индустрий, связанных отношениями в указанной сфере, объединенных идеями, интересами, ценностями, взглядами, знаниями, навыками, культурой, традициями, технологиями с целью создания креативного продукта (продукции).

Статья 3. Законодательство автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий

Законодательство автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации, федеральных законах «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», «О некоммерческих организациях», «О защите конкуренции», «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход», отраслевых документах стратегического планирования Российской Федерации, в том числе стратегиях развития отраслей экономики, культурной политики, образования, туризма, иных нормативных правовых актов Российской Федерации, Уставе (Основном законе) Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, настоящем Законе и иных нормативных правовых актов автономного округа.

Статья 4. Основные принципы законодательства автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий

Законодательство автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий основывается на принципах:

- 1) открытости и доступности информации в сфере развития и поддержки креативных индустрий;
- 2) обеспечения добросовестной конкуренции;
- 3) доступности поддержки субъектов креативных индустрий;
- 4) сохранения культурных ценностей, национальных традиций и природных ресурсов;
- 5) свободы творческой среды.

Статья 5. Задачи развития и поддержки креативных индустрий

Задачами развития и поддержки креативных индустрий являются:

- 1) создание благоприятных условий, способствующих возникновению новых идей и (или) знаний, расширению возможностей для самореализации субъектов креативных индустрий;
- 2) устранение барьеров в развитии творческих способностей субъектов креативных индустрий;
- 3) создание инфраструктуры для образования и профессиональной ориентации детей, молодежи и других групп населения в целях выбора сферы деятельности (профессии), получения знаний, навыков, необходимых для развития экономики, внедрения инновационных образовательных программ и реализации эффективной культурной политики;
- 4) содействие развитию субъектов креативных индустрий и получению ими знаний, навыков в сфере креативных индустрий путем ор-

ганизации межмуниципальных, межрегиональных и международных коммуникаций;

5) создание условий и стимулов для устойчивого роста человеческого капитала в автономном округе;

6) содействие узнаваемости, запоминаемости и продвижению местных, региональных и общероссийских товарных знаков, созданных (создаваемых) в автономном округе;

7) содействие развитию, популяризации и продвижению креативных продуктов (продукции) на муниципальном, региональном, всероссийском и международном уровне;

8) формирование креативной инфраструктуры, креативных кластеров;

9) создание условий для развития, популяризации и продвижения культурных достопримечательностей, туристских (экскурсионных) продуктов на территории автономного округа;

10) повышение уровня занятости граждан, проживающих в автономном округе, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья, а также представителей коренных малочисленных народов Севера;

11) содействие созданию и реализации проектов и самозанятости граждан в сфере креативных индустрий за счет внедрения лучших практик, реализуемых субъектами креативных индустрий на межрегиональном и международном уровне;

12) активизация предпринимательской деятельности в сфере креативных индустрий.

Статья 6. Полномочия Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в сфере развития и поддержки креативных индустрий

1. К полномочиям Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (далее – Правительство автономного округа) в сфере развития и поддержки креативных индустрий относятся:

1) определение уполномоченного исполнительного органа государственной власти автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий (далее – уполномоченный орган);

2) установление мер государственной поддержки и порядков их предоставления субъектам креативных индустрий;

3) создание специализированной организации в сфере развития и поддержки креативных индустрий;

4) установление порядка формирования и ведения реестров субъектов креативных индустрий и креативных продуктов (продукции);

5) создание условий для получения образовательной и консультационной поддержки субъектами креативных индустрий, а также гражданами (в том числе зарегистрированными в качестве плательщиков налога на профессиональный доход), индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами, планирующими осуществлять креативную деятельность;

6) создание условий для трудовой занятости в креативных индустриях граждан, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья, а также представителей коренных малочисленных народов Севера;

7) осуществление иных полномочий, установленных законодательством автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий.

2. Осуществление отдельных полномочий Правительства автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий, установленных настоящей статьей, может быть возложено полностью или в части в соответствии с нормативными правовыми актами автономного округа на исполнительные органы государственной власти автономного округа.

Статья 7. Участие органов местного самоуправления муниципальных образований автономного округа в развитии и поддержке креативных индустрий

Взаимодействие органов государственной власти автономного округа с органами местного самоуправления муниципальных образований автономного округа в сфере развития и поддержки креативных индустрий осуществляется в соответствии с полномочиями, определенными законодательством автономного округа и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления муниципальных образований автономного округа.

Глава II. Направления (сферы) и поддержка креативных индустрий

Статья 8. Направления (сферы) креативных индустрий

В целях настоящего Закона креативные индустрии классифицируются по направлениям (сферам):

1) изобразительное искусство (живопись, скульптура, графика, декоративно-прикладное творчество, фотография);

2) исполнительское искусство (музыка, театр, опера, балет, танцевальное и цирковое дело, перформанс);

3) аудиовизуальное искусство (производство кинофильмов и видеофильмов, анимация, мультипликация, звукозапись, саунд-дизайн);

4) телевизионные, радиовещательные, интернет-вещательные, издательские проекты (создание, производство);

5) продюсерская деятельность, связанная с созданием, производством и продвижением кино-, видео-, музыкальной продукции и проектов, а также проектов в сфере изобразительного, исполнительского, аудиовизуального искусства;

6) образовательные проекты (программы, тренинги, курсы и иные виды образовательных инструментов), которые реализуются и (или) планируются к реализации с использованием новаторских, эксклюзивных, прогрессивных, сберегающих методик (технологий, алгоритмов, подходов, направлений);

7) создание и (или) продвижение товарных знаков, маркетинг, включая рекламную деятельность, с использованием авторского, патентного права, объектов интеллектуальной собственности (имя, логотип, рисунков, графика, персонаж или комбинации из нескольких указанных элементов) при реализации проекта;

8) информационные, коммуникационные и цифровые технологии в производственных и непроизводственных сферах (создание программного обеспечения и (или) технологий, программных алгоритмов, архитектуры, нейросетевые разработки, исследования, тестирования, внедрения, дизайн и программирование);

9) архитектурная, инженерная, конструкторская деятельность, урбанистика;

10) дизайн (графический, интерьерный, ландшафтный, инженерный, промышленный);

11) индустрия моды (создание, производство и продвижение одежды, аксессуаров), декоративное искусство, народные художественные промыслы;

12) деятельность в сферах туризма, спорта, отдыха, которая осуществляется и (или) планируется к осуществлению с использованием новаторских, эксклюзивных, технологичных, ресурсосберегающих, энергосберегающих, рекреационных, оздоровительных, образовательных методик или комбинаций из нескольких указанных методик;

13) научные исследования и разработки.

Статья 9. Поддержка креативных индустрий

1. В целях создания благоприятных условий для осуществления креативной деятельности в автономном округе, поддержки субъектов креативных индустрий, в том числе защиты их прав и законных интересов, формирования креативной инфраструктуры в автономном округе могут создаваться специализированные организации.

2. Поддержка субъектам креативных индустрий оказывается при соблюдении ими в совокупности следующих условий:

1) осуществление деятельности на территории автономного округа;

2) осуществление в соответствии с учредительными документами (для юридических лиц), со свидетельством о регистрации в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей (для индивидуальных предпринимателей) видов деятельности, соответствующих одному и (или) нескольким направлениям (сферам), указанным в статье 8 настоящего Закона;

3) отсутствие просроченной задолженности по ранее предоставленным на возвратной основе бюджетным средствам и (или) обязательным платежам перед бюджетами всех уровней бюджетной системы Российской Федерации и государственными внебюджетными фондами;

4) при предоставлении определяемой в установленном уполномоченным органом порядке финансовой и (или) имущественной поддержки организациям, осуществляющим деятельность свыше одного года с даты их регистрации, объем произведенных, реализованных креативных

продуктов (продукции), соответствующих одному и (или) нескольким направлениям (сферам), указанным в статье 8 настоящего Закона, составляет не менее 50 процентов от общего объема товаров (работ, услуг), производимых (осуществляемых) субъектами креативных индустрий.

Статья 10. Формы поддержки субъектов креативных индустрий

Поддержка субъектов креативных индустрий осуществляется через оказание им финансовой, имущественной, образовательной, консультационной поддержки, а также через информационно-коммуникационное продвижение креативных индустрий и креативных продуктов (продукции).

Статья 11. Финансовая поддержка субъектов креативных индустрий

Финансовая поддержка субъектов креативных индустрий осуществляется в форме предоставления налоговых льгот, микрозаймов и поручительств, а также в форме предоставления на конкурсной основе субсидий и (или) грантов в соответствии с федеральным законодательством, законодательством автономного округа.

Статья 12. Имущественная поддержка субъектов креативных индустрий

1. Имущественная поддержка субъектов креативных индустрий, оказываемая органами государственной власти автономного округа, осуществляется в формах и порядке, определяемых Правительством автономного округа.

2. Имущественная поддержка субъектов креативных индустрий, оказываемая органами местного самоуправления муниципальных образований автономного округа, осуществляется в формах и порядке, определяемых нормативными правовыми актами органов местного самоуправления муниципальных образований автономного округа.

Статья 13. Образовательная и консультационная поддержка субъектов креативных индустрий

1. Образовательная поддержка субъектов креативных индустрий осуществляется в следующих формах:

1) содействие в организации и (или) финансировании целевого обучения по программам подготовки среднего профессионального и высшего образования, профессиональной подготовки и (или) переподготовки, повышения квалификации;

2) организация и (или) финансирование проведения образовательных мероприятий, в том числе по обмену опытом при осуществлении креативной деятельности.

2. Консультационная поддержка субъектов креативных индустрий осуществляется исполнительными органами государственной власти автономного округа, специализированными организациями, организациями, образующими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, по вопросам создания, развития и продвижения креативных индустрий.

Статья 14. Информационно-коммуникационное продвижение креативных индустрий и креативных продуктов (продукции)

Информационно-коммуникационное продвижение креативных индустрий и креативных продуктов (продукции) с целью повышения уровня узнаваемости, запоминаемости, позитивного восприятия и востребованности результатов деятельности креативных индустрий на межмуниципальном, межрегиональном и международном уровне осуществляется в следующих формах:

1) использование доступных и (или) специально создаваемых (модернизируемых) информационных систем в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

2) содействие в участии субъектов креативных индустрий в межрегиональных и международных конгрессно-выставочных мероприятиях и иных мероприятиях, направленных на продвижение креативных продуктов на внутреннем (российском) и внешнем (зарубежном) рынках;

3) содействие в создании теле- и видеоматериалов о развитии креативных индустрий и результатах деятельности субъектов креативных индустрий, размещении указанных материалов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также в издании (формировании) каталогов, брошюр, буклетов, содержащих информацию о креативных продуктах (продукции).

Глава III. Заключительные и переходные положения

Статья 15. Переходные положения

Субъекты креативных индустрий, признанные таковыми в соответствии с настоящим Законом, получавшие меры поддержки как субъекты малого и среднего предпринимательства до вступления в силу настоящего Закона, имеют право на их получение в соответствии с настоящим Законом после истечения срока действия решения, подтверждающего право предоставления мер поддержки на основании иных законов автономного округа.

До приведения в соответствие с настоящим Законом законов

Статья 16. Применение нормативных правовых актов автономного округа в связи с вступлением в силу настоящего Закона

и иных нормативных правовых актов автономного округа, регламентирующих правоотношения, связанные с предоставлением мер государственной поддержки субъектам креативных индустрий, указанные нормативные правовые акты применяются в части, не противоречащей настоящему Закону.

Статья 17. Вступление в силу настоящего Закона

Настоящий Закон вступает в силу по истечении десяти дней со дня его официального опубликования, за исключением статьи 11, вступающей в силу с 1 января 2021 года.

г. Ханты-Мансийск 27 июля 2020 года, № 70-оз

Губернатор Ханты-Мансийского автономного округа – Югры Н.В. Комарова

Концепция развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года

I. Общие положения

Концепция развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) (далее – Концепция) разработана АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)» в целях формирования единого системного подхода к реализации Закона Республики Саха (Якутия) от 19 декабря 2018 г. 2077-З

№ 45-VI «О Стратегии социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) до 2032 года с целевым видением до 2050 года» и Указа Главы Республики Саха (Якутия) № 145 от 27 октября 2018 г. «О стратегических направлениях социально-экономического развития Республики Саха (Якутия)» в части развития креативной экономики и создания благоприятных условий для коммерциализации творческого потенциала.

Глобальные тенденции выдвигают на первый план культурные ресурсы и творчество как одну из основ современной экономики. Творческий, креативный подход дает возможность находить новые уникальные решения в стремительно меняющемся мире. В целях перехода от сырьевой зависимости многие страны взяли курс на переориентацию экономики и использование в качестве основного ресурса человеческого капитала. Конкурентную борьбу за человеческий капитал выигрывают те страны и города, которые могут предложить наиболее благоприятную среду для творчества и реализации креативного потенциала. Мировой опыт в данном контексте весьма многообразен, и страны практикуют различные инструменты поддержки креативной экономики.

В последние годы мировая экономика претерпела большие изменения. Расширение на глобальном уровне рынков присутствия компаний и растущее мировое потребление товаров и услуг оказало значительное влияние на темпы экономического роста государств и качество ведения бизнеса. Становление нового пути развития мировой экономики повлекло за собой существенные сдвиги в ее отраслевой структуре, а также в самом спектре производимых товаров и услуг. В постиндустриальной экономике трансформируются вкусы и спрос потребителей на различные продукты. Постоянный поиск новых путей извлечения прибыли привел к тому, что успех экономики в целом стал во многом зависеть от креативности бизнеса, а также его способности подстраиваться под быстро изменяющуюся среду.

Ускорение технологического развития мировой экономики; усиление в мировом масштабе конкурентной борьбы за высококвалифицированные кадры и рынки присутствия, определяющие конкурентоспособность экономических систем, – являются главными экономическими вызовами, с которыми сталкиваются все участники экономического процесса в регионах Российской Федерации и зарубежных стран. В этих услови-

ях креативная экономика стала одним из важнейших направлений инновационного развития. Экономические системы, в основе развития которых лежит творческое начало человека, его навыки и талант, оригинальная идея создания качественно нового подхода к продукту, становятся одним из самых актуальных векторов развития экономики.

Задачи интеграции экономики Республики Саха (Якутия) в глобальную экономическую систему и расширения внешнеэкономической деятельности местных компаний определяют необходимость наращивания их конкурентных преимуществ.

Развитие креативной экономики может внести ощутимый вклад в повышение конкурентоспособности крупных и государственных компаний, развитие малого и среднего предпринимательства, реализацию творческого потенциала населения и расширить рынок занятости, а также может способствовать росту экспортных поступлений, улучшению имиджа региона, открыть путь к инклюзивному и устойчивому экономическому росту, выполнять важную функцию в повышении благосостояния общества, улучшения качества жизни в целом. Кроме того, успешные территории сегодня нельзя представить без уникального набора современных творческих и технологических бизнесов и насыщенной культурной жизни. Креативная экономика одновременно является и инструментом привлечения туристов и высококвалифицированных кадров, и эффективным способом развития территорий и решения социальных проблем. К примеру, за последние 3 года более 60% молодых людей с высшим образованием, переехавших из республики в другие субъекты Российской Федерации, выбрали г. Санкт-Петербург в качестве постоянного места жительства. При этом, согласно итогам исследований «Креативный капитал глобальных городов 2018 г.», Санкт-Петербург обладает наибольшим креативным человеческим капиталом (индекс креативности – 79,03) со значительным отрывом от остальных исследованных городов России (2 место – г. Краснодар – 53,61).

II. Основные понятия и предпосылки развития креативной экономики Республики Саха (Якутия)

Согласно подходу, выработанному АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)», креативная экономика представляет собой экосистему взаимодействия креативных индустрий и отраслей экономики вне креативных индустрий, способствующую повышению конкурентоспособности предприятий, улучшению качества конечной продукции, их продвижению на рынках присутствия, увеличению объемов продаж и масштабированию их деятельности. Общемировая и российская практика в классификацию креативных индустрий включает такие сферы, как:

реклама и маркетинг (маркетинговые и рекламные агентства, связь с общественностью);

искусство и культура (фотография, киноиндустрия, визуальное искусство, исполнительское искусство, искусство и антиквариат, ремесла,

литература, библиотеки, музеи, галереи, культурное наследие, фестивали и культурные инициативы);

дизайн (архитектура, интерьерный дизайн, графический дизайн, промышленный дизайн, мода, коммуникационный дизайн, дизайн среды, производство ювелирных изделий);

медиа и коммуникации (издательское дело, телевидение и радио, фильмы и видео, звукозапись, СМИ);

цифровые технологии (дизайн и проектирование веб-сайтов и программного обеспечения, компьютерное программирование, дизайн приложений, ИТ-стратегии и планирование).

Креативные индустрии формируют предложение на создание добавленной стоимости, содействуют увеличению узнаваемости территорий, внедрению значительно улучшенных маркетинговых методов в компаниях, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использовании новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представление и продвижение на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий, направленных на более полное удовлетворение нужд потребителей, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж.

Креативные индустрии являются поставщиками технологических инноваций, представляющих собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке; нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности.

Готовность предприятий к потреблению продукции креативных индустрий и способность креативных индустрий производить конкурентную продукцию в наибольшей степени предопределяет формирование экосистемы креативной экономики.

2.1. Креативная экономика как инструмент развития малого и среднего предпринимательства

Итоги проводимых межрегиональных исследований по проблемам предпринимательской активности среди населения и ее готовности к риску указывают на лидирующие позиции республики в сфере развития предпринимательской деятельности. Данный факт подтверждают и итоги последних бизнес-переписей в стране, согласно которым Республика Саха (Якутия) входит в топ 5 субъектов Российской Федерации по количеству как зарегистрированных, так и действующих субъектов малого и среднего предпринимательства на душу населения. В 2015 году этот показатель по республике составил 47 зарегистрированных и 33 действующих субъекта малого и среднего предпринимательства на 1000 человек населения, когда как по России в целом эти показатели составляли 35 и 24 соответственно.

Однако при лидирующих количественных показателях предпринимательской активности населения на современном этапе развития на-

блюдается значительное отставание качественных характеристик предпринимательства, проявляющееся в незначительном числе экспорто-ориентированных компаний, доля которых в общем числе предприятий составляет лишь 0,36%. Одним из сдерживающих факторов развития внешнеэкономической деятельности местных компаний служит структура распределения субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Саха (Якутия) по видам экономической деятельности с преобладанием наиболее распространенных в мире простых (несложных) сфер ведения бизнеса: как оптовая и розничная торговля, строительство, транспорт, сельское хозяйство, которые характерны для подавляющего большинства субъектов Российской Федерации и развивающихся стран.

Одновременно анализ малого и среднего предпринимательства, проведенный АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)», указывает на увеличение числа местных компаний, осуществляющих свою деятельность на территории республики в формате сетей. Подобная экономическая модель неизбежно приводит к более активной борьбе за внутренние рынки присутствия, результатом которой является выживание и масштабирование более эффективных и конкурентноспособных участников экономического процесса. К примеру, за последние годы количество компаний, масштабирующих свой бизнес, в два раза уступает числу предприятий, у которых произошел обратный процесс. Растет и доля федеральных и международных сетевых компаний в республике, на сегодняшний день объективно являющихся более эффективными и конкурентноспособными и постепенно вытесняющими местные компании с традиционных рынков присутствия. Кроме прочего, немаловажным фактором рисков является растущее влияние электронных торговых площадок, которые в современных условиях цифровизации экономики становятся неотъемлемой частью жизнедеятельности человека.

Внутренний рынок потребления в республике в последние годы в реальном выражении практически не вырос: темп роста расходов домашних хозяйств в 2017 и в 2018 годах составил 105,8% и 100,8% соответственно, при уровне инфляции в 4,4% и 2,7% соответственно. Как результат, в наиболее распространенной сфере предпринимательства – торговле численность субъектов малого и среднего предпринимательства в республике за последние 2 года сократилась на 10,4%, а за последние 8 лет – на 18%.

Условия растущей конкуренции на российской и международной арене, незначительного роста внутреннего рынка потребления и интеграции экономики республики в глобальную экономическую систему предопределяют необходимость внедрения более активных и действенных мер государственной политики в области содействия в расширении рынков присутствия местных компаний на внешнем рынке и роста их конкурентоспособности, как наиболее эффективного инструмента экономического развития.

Примеры местных компаний, осуществляющих свою деятельность за пределами республики, создают предпосылки для расширения государственной политики в области содействия внешнеэкономической деятельности. Ряд обрабатывающих компаний и компаний, предоставляющих персональные услуги, активно развивающихся на территориях других субъектов Российской Федерации и зарубежных стран, расширяют горизонты ведения внешнеэкономической деятельности, смещая фокус развития субъектов малого и среднего предпринимательства на внутренний российский рынок.

Местные предприятия, субъекты малого и среднего предпринимательства, взаимодействуя с креативными индустриями (маркетинговыми компаниями, творческими платформами и др.) на различных этапах собственного развития, смогли сформировать свое уникальное предложение на рынке товаров и услуг и масштабировать свой бизнес за пределы республики, создавая качественную конкуренцию на российских и международных рынках.

Использование творческого потенциала креативных индустрий, как качественно нового инструмента конкурентной борьбы на внешнем и внутреннем рынке товаров и услуг, является наиболее эффективным примером развития бизнеса. Об этом свидетельствует и растущий объем мирового рынка товаров и услуг креативной продукции, который увеличился с 208 млрд долларов в 2002 году до 509 млрд в 2015 году.

Одновременно вывод продукции самих креативных индустрий на внешний рынок также является перспективным направлением развития внешнеэкономической деятельности республики. Объем экспорта креативных индустрий в России за несколько лет вырос в полтора раза. Продукция креативных индустрий республики – кинофильмы, компьютерные игры, ювелирные изделия уже сегодня являются лидерами международного рынка.

2.2. Креативная экономика как инструмент развития крупных предприятий, в том числе коммерческих предприятий с участием государства

- Креативная интенсивность как драйвер развития экономики

Растущее влияние федеральных и международных сетевых компаний на внутренний рынок товаров и услуг влечет за собой рост конкуренции для крупных предприятий республики, включая коммерческие предприятия с участием государства. К примеру, в структуре базовых несырьевых отраслей экономики (к базовым несырьевым отраслям экономики относятся следующие виды экономической деятельности: обрабатывающее производство, строительство, транспорт, сельское хозяйство) более половины занимают крупные коммерческие предприятия с участием Республики Саха (Якутия).

Анализ практики применения инноваций в крупных компаниях показывает, что наличие в компании собственного креативного человеческого капитала оказывает определяющее влияние на принятие решения о внедрении инноваций. Под собственным креативным чело-

веческим капиталом следует понимать уровень креативной интенсивности предприятия.

- Креативная интенсивность – доля креативных занятий в общем числе занятых.

Развитие экосистемы креативной экономики во многом предопределяет увеличение креативной интенсивности местных предприятий вне креативных индустрий. В настоящее время в российской практике научных исследований практически отсутствует опыт измерения и анализа креативной интенсивности. Международная же практика измерения креативной интенсивности представлена опытом Великобритании, где методология исследований социально-демографических процессов в стране, включая перепись населения, позволяет выявить подробную структуру распределения занятых в экономике, включая долю креативных занятий в общей структуре занятости населения по отдельно взятым отраслям экономики.

Совместные исследования АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)» и ГАУ «Центр стратегических исследований при Главе Республики Саха (Якутия)» показывают, что в настоящее время креативная интенсивность отдельно взятых местных предприятий с участием государства составляет в среднем 1% от общего числа работников. Для сравнения, в Великобритании креативная интенсивность отраслей экономики вне креативных индустрий составляет 3%.

Немаловажным фактором качественного повышения креативной интенсивности является структурированный и системный подход подбора и расстановки кадров, учитывающий специфику отрасли и своевременность принятия решения о наращивании в предприятиях собственного креативного человеческого капитала, который позволит достигнуть качественно новый и конкурентный уровень развития.

Наращивание собственного креативного капитала особенно актуально для местных предприятий, находящихся в условиях растущей конкуренции на рынках присутствия. К примеру, на современном этапе развития авиаотрасли республики для авиакомпаний республики вопрос повышения конкурентоспособности является вопросом не расширения и развития, а практически выживания и сохранения текущих рынков присутствия. Происходящая интеграция республики в глобальную экономическую систему неизбежно приведет к росту конкуренции во всех сферах жизнедеятельности.

Анализ спроса на российском и международном рынке труда отражает растущий спрос на такие базовые креативные занятия как: креативные директора и директора по маркетингу, бизнес-аналитики, ИТ-специалисты, специалисты по маркетингу, брендингу, дизайну, развитию и другие.

Ярким тому примером может служить активное наращивание собственного креативного человеческого капитала в отечественной и зарубежной авиаотрасли и предприятиях розничной торговли, где структура вакансий от 20 до 50% состоит из базовых креативных занятий. У

таких лидеров российского рынка как авиакомпания «S7» или розничной сети «Магнит» структура спроса на креативные занятия отличается многообразием новых форм и направлений креативных занятий: архитекторы решений в области информационных технологий, аналитики данных, специалисты по большим данным и разработке алгоритмов, специалисты по визуальному оформлению, дизайнеры, менеджеры партнерских проектов, бизнес-аналитики по моделированию торгового пространства и многие другие. Увеличивая свою креативную интенсивность, они сумели сформировать уникальное предложение и создать свое конкурентное преимущество.

В международной практике учета занятости населения выделяют более 2 тысяч занятий, относящихся к креативным (творческим). Укрупненные группировки креативных занятий включают в себя такие направления как: директора по маркетингу и продажам; директора по рекламе и связям с общественностью; специалисты по связям с общественностью; менеджеры рекламных аккаунтов и креативные директора; специалисты по маркетингу; директора по информационным технологиям и телекоммуникациям; ИТ бизнес-аналитики; архитекторы и проектировщики систем; программисты и специалисты по разработке программного обеспечения; специалисты по веб-дизайну и разработке; продюсеры и режиссеры; фотографы; операторы аудиовизуальной и радиовещательной техники; архитекторы; градостроители; архитектурные технологи; специалисты по архитектуре и градостроительству; дизайнеры; кузнецы и ремесленники; журналисты; редакторы газет и журналов; библиотечари; архивариусы; авторы; писатели и переводчики; актеры; артисты и ведущие; танцоры и хореографы; музыканты и др.

В современных рыночных условиях применение нестандартных креативных (творческих) идей и решений в бизнесе и менеджменте позволяет компаниям оставаться конкурентоспособными. Ключевая роль базовых креативных занятий заключается в создании добавленной стоимости, повышения конкурентоспособности предприятий и как следствие масштабирования их сферы экономической деятельности. Кроме того, анализ сферы деятельности базовых креативных занятий по масштабированию, увеличению объемов продаж, продвижению и расширению рынков сбыта позволяет осознать их роль в предприятиях, как основного катализатора начала активного взаимодействия предприятий с креативными индустриями: происходит взаимодействие с представителями креативных занятий и вне компаний: фотографами, продюсерами, режиссерами, переводчикам, журналистами, музыкантами, артистами (PR акции, съемки клипов и прочее) и как следствие внедрение маркетинговых инноваций.

В настоящее время в республике наблюдается значительное отставание местных компаний по уровню инновационной активности в части маркетинга. В 2018 году удельный вес организаций, осуществлявших маркетинговые инновации в республике, составил 1,2% при среднероссийском уровне в 1,3%. Среди субъектов Российской Федерации Ре-

спублика Саха (Якутия) занимает по данному индикатору 33 место. Наибольшая инновационная активность в части маркетинга наблюдается в таких регионах как Чувашская Республика (5,3%), Рязанская область (3,6%), Новгородская область (3,2%), г. Санкт-Петербург (3,1%), Тюменская область (2,8%), Республика Татарстан (2,4%).

Признание местными компаниями необходимости наращивания собственной креативной интенсивности позволит ускорить создание уникальной экосистемы креативной экономики. Такая экосистема, предлагая большие возможности для масштабирования бизнеса и повышения их конкурентоспособности, принципиально расширит возможности крупных предприятий республики, включая коммерческие предприятия с участием государства.

- Значение креативных индустрий в экосистеме креативной экономики

В век современных технологий и растущей конкуренции в России и в мире идет тенденция развития креативных индустрий как нового вида предпринимательской деятельности. Продукция креативных индустрий, основанных на креативных способностях, творчестве и нестандартных инновационных решениях, показывает опережающий рост спроса на международном уровне, создавая новый глобальный рынок. Креативные индустрии все чаще рассматриваются как важный драйвер экономического роста, позволяющий многим странам и компаниям встроиться в международные цепочки добавленной стоимости и одновременно решить ряд социальных и культурных проблем.

Креативные индустрии республики уже сегодня являются активными участниками экономических процессов не только в республике, но и в целом по стране и в мире. Их общий вклад в экономику республики оценивается в 1,7% от общего валового регионального продукта. Средний по миру вклад креативных индустрий в экономику оценивается в 6,6%, в развитых странах варьируется от 8 до 12%, что указывает на наличие отставания республики в развитии креативных индустрий.

Творческие платформы, архитектурные и проектные организации, ИТ- компании, маркетинговые агентства, рекламные и полиграфические компании, фото и видео студии, телевидение, дизайнерские студии, культурные индустрии, музыканты и артисты, средства массовой информации и медиа, вносят свой вклад не только в социально-культурное развитие республики, но и в ее экономическое развитие.

Специфика продукции креативных индустрий указывает не только на возможности создания новых и качественный рост существующих собственных рынков креативных товаров и услуг, но и на их существенное влияние на уровень конкурентоспособности предприятий вне креативных индустрий. Концентрируя в себе наибольшую креативную интенсивность, креативные индустрии становятся участниками создания цепочки добавленной стоимости для всех участников экономического процесса.

Способность креативных индустрий создавать конкурентные креативные решения для компаний во многом определяет не только их соб-

ственный успех, но и создание качественной экосистемы креативной экономики. Несмотря на целый ряд проблем, креативные индустрии в республике показывают рост. К примеру, в период с 2017 по 2019 год при общем снижении численности индивидуальных предпринимателей в республике на 4,6%, численность индивидуальных предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в сфере креативных индустрий, выросла на 5,4%. Данный прирост обеспечен в основном за счет увеличения числа:

технологических предпринимателей из сферы разработки компьютерного программного обеспечения. Развитие и широкое применение информационных технологий всеми слоями общества является глобальной тенденцией мирового развития. Отрасль информационных технологий Республики Саха (Якутия) является одной из наиболее динамически развивающихся отраслей экономики, и ее развитие важнейшая стратегическая задача научно-технического, инновационного и социально-экономического развития республики;

дизайнеров, маркетинговых и рекламных агентств ввиду увеличения спроса на креативные решения не только в республике, но и в целом по России. По данным Комиссии экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС в России за 2018 год составил почти 469 млрд рублей, что на 12% больше, чем годом раньше. Объем сегмента маркетинговых услуг превысил 115 млрд рублей, что на 12% больше, чем в 2017 году. С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативных решений, на производство рекламной продукции и на оплату услуг рекламных агентств, суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций составил примерно 810-830 млрд рублей.

Кроме того, в республике появляются новые инфраструктурные и финансовые формы поддержки креативных индустрий, в таких сферах как: информационные технологии и производство компьютерных игр, киноиндустрия, производство ювелирных изделий, которые на сегодняшний день являются локомотивом развития креативных индустрий республики.

При этом требует отдельного внимания развитие креативных индустрий по таким направлениям как:

архитектура, как отрасль креативных индустрий с наибольшим вкладом в валовую добавленную стоимость республики, которая за счет более гибкого и доступного рынка имеет большой потенциал для дальнейшего ускоренного развития;

маркетинг, реклама и медиа, как драйверы развития несырьевого сектора экономики, выполняющие роль сопровождения в продвижении и масштабировании местных компаний;

дизайн является наиболее динамично развивающейся и растущей креативной индустрией.

Анализ российской и международной практики поддержки креативных индустрий показывает, что к наибольшему эффекту приводит объединение разных направлений креативных индустрий в единые кластеры. Объединение и концентрация на единой площадке представителей креативных занятий из различных областей способно создать уникальные предложения на существующих рынках товаров и услуг или создавать совершенно новые рынки, способствуя тем самым увеличению конкурентоспособности конечной продукции.

Многообразие креативных индустрий, их развитие и способность создавать конкурентную продукцию формируют важнейшие предпосылки для развития экосистемы креативной экономики и коммерциализации творческого потенциала населения. По состоянию на начало 2019 года 53,7% юридических лиц и индивидуальных предпринимателей республики, осуществляющих свою деятельность в сфере креативных индустрий, приходилось на город Якутск, создавая наибольший потенциал для развития креативной экономики.

Город Якутск, являясь столицей и одновременно крупнейшей административно-территориальной единицей республики, концентрируя в себе наибольшее количество креативных индустрий республики и их многообразие, является пионером развития креативных индустрий республики и объединения их в единые кластеры. Практика развития территориальных креативных кластеров требует дальнейшего распространения в районах и городах республики.

В российской и международной практике креативные индустрии являются важнейшим компонентом не только роста конкурентоспособности местных компаний, но и основным фактором роста узнаваемости и конкурентоспособности территорий. Развитие и поддержка креативных индустрий, создание креативных пространств и кластеров в районах и городах республики позволит создать инновационную среду и уникальный облик территории. Известные российские и международные практики успешных преобразований промышленных зон в креативные пространства в первую очередь создают предпосылки для дальнейшей реализации проектов креативных кластеров в промышленных районах республики.

Крупные промышленные районы республики в настоящее время имеют наибольший потенциал развития креативной экономики. По состоянию на 1 января 2019 года 17% индивидуальных предпринимателей, занятых в сфере креативных индустрий, сконцентрированы в таких промышленных районах, как Нерюнгринский, Мирнинский, Алданский, Хангаласский, Ленский. Структура распределения юридических лиц, осуществляющих свою деятельность в сфере креативных индустрий, характеризуется преобладанием предприятий из сферы музыки, исполнительского и изобразительного искусства и имеет более равномерное распределение по районам.

В республике осуществляют деятельность 1506 юридических лиц, представителей креативных индустрий, где наибольшую долю занима-

ют организации и предприятия из сферы музыки, исполнительского и изобразительного искусства, совокупная доля которых в общем числе креативных индустрий – юридических лиц составляет 27,7%. Организации и предприятия из сферы музыки, исполнительского и изобразительного искусства (дома культуры, концертные площадки и др.), принадлежащие государственным структурам, занимают особое место в перечне публичных культурных центров районов и городов и координируют деятельность полупрофессиональных и самодеятельных коллективов в сфере культуры и искусства, объединяясь по функциональному принципу, либо по преимуществу одной из функций: концертной, выставочной, театральной и просветительно-образовательной, главной особенностью которых является некоммерческая публичность. При этом, в век современных технологий, в России и в мире идет тенденция отхода на второй план «классических форм» культурных пространств, на смену которым приходят креативные индустрии как новый вид предпринимательской деятельности.

III. Цели и задачи развития креативной экономики Республики Саха (Якутия)

Стратегической целью развития креативной экономики является обеспечение высоких темпов роста несырьевых отраслей экономики Республики Саха (Якутия).

Для достижения стратегической цели настоящая Концепция предусматривает решение следующих основных задач до 2025 года:

1. Создание и развитие экосистемы развития креативной экономики через:

увеличение креативной интенсивности в несырьевом секторе экономики (по видам экономической деятельности сельское хозяйство, обрабатывающая промышленность, строительство, транспорт, торговля и услуги) до 3%;

развитие креативных индустрий и увеличение их вклада в валовый региональный продукт до 2%.

2. Создание условий, включая инфраструктурные, для развития и коммерциализации творческого потенциала населения республики через обучение креативным и предпринимательским навыкам до 10 тысяч детей и взрослых.

3. Создание условий для расширения рынков присутствия местных компаний на российском и международном уровне через активизацию инновационной деятельности предприятий в области маркетинга и увеличение доли организаций, занимающихся маркетинговыми инновациями до 10%.

IV. Ключевые направления развития креативной экономики

Исходя из предпосылок развития креативной экономики, экосистема креативной экономики формируется через взаимосвязанную систему компонентов: креативная интенсивность предприятий республики вне креативных индустрий и развитие креативных индустрий.

Настоящая Концепция выделяет следующие ключевые направления развития креативной экономики в Республике Саха (Якутия).

Обучение креативным и предпринимательским навыкам детей, обучающихся в образовательных учреждениях общего среднего образования

Общемировая тенденция роста спроса на креативные занятия одновременно является и индикатором растущего спроса на креативные и творческие решения в бизнесе и развитии территорий. Формирование экосистемы креативной экономики во многом зависит от качества человеческого капитала, включая навыки и компетенции креативных занятий, которые на современном этапе развития экономики лежат в основе инновационной активности и являются неотъемлемой частью развития новых экономических систем. Необходимо формирование нового видения развития творчества, как способа коммерциализации таланта и творческих навыков человека.

К примеру, новым витком в развитии киноиндустрии республики, помимо фестивальных и конкурсных успехов местных кинопроектов, может стать их коммерческий успех на российском и международном уровне. Успешные коммерческие кинопроекты на сегодня локализованы на внутреннем региональном рынке. Ключевую роль в построении устойчивой экосистемы креативной экономики играют существующие на территории образовательные учреждения. Их роль заключается не просто в предоставлении высококвалифицированной рабочей силы, но и в распространении знаний и идей, которые помогают стимулировать инновационную активность и масштабировать экономику республики за ее пределы.

Расширение обучающих программ в образовательных учреждениях по креативным и предпринимательским навыкам позволит внести существенный вклад в развитие креативной экономики. Как показывают итоги исследования АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)», доля индивидуальных предпринимателей в возрасте 20-24 года в общей численности населения в исследованных 5 поколениях предпринимателей в среднем составляла 1,6%, тогда как в возрастной группе 45-49 лет этот показатель равнялся 8,3%. Одним из факторов позднего осознания выпускниками образовательных учреждений и перехода к предпринимательству является отсутствие базовых знаний и навыков в области предпринимательства. К примеру, наиболее востребованными навыками для креативных занятий являются «навыки продаж», «навыки переговоров», «навыки презентации», что свидетельствует о тесной взаимосвязи креативных и предпринимательских навыков. Об этом свидетельствует и наиболее емкое в этом плане определение термина креативная экономика, которая была озвучена Национальным фондом науки, технологий и искусства Великобритании, как тех видов экономической деятельности, которые связаны с использованием творческих талантов в коммерческих целях. Кроме того, креативные навыки проявляются в способности решать нестандартные задачи при постоянно меняющихся вводных данных и умении находить лучшие решения, которые востребованы во

все времена и во всех сферах жизнедеятельности человека. Наиболее благоприятным периодом для развития креативности, в том числе яркого самовыражения и проявления творческих возможностей, принято считать дошкольный и школьный возраст. Поэтому отдельного внимания требует обучение креативным и предпринимательским навыкам с ранних лет в форме дополнительного образования (кружков и секций) в учреждениях общего среднего образования. Активизация креативности происходит лишь тогда, когда это позволяет окружающая среда. Все начинается с создания креативной среды, способствующей формированию и развитию у детей креативных и мягких навыков, где креативность проявляется через личностные ощущения, размышления, знания, чувствования, действия.

Расширение образовательных программ в образовательных учреждениях высшего и среднего профессионального образования в части подготовки кадров по направлениям «маркетинг и рыночная аналитика», «бизнес-аналитика», «бренд-менеджмент», «цифровой дизайн» и др.

Существует естественная связь между бизнесом и университетами, где главная функция университета – это создание новых знаний, а функция креативного бизнеса – это нахождение способов применения этих знаний во благо общества и экономики через инновации. Системообразующими образовательными учреждениями в этом являются крупнейшие национальные университеты, в том числе ФГБОУ ВО «Арктический государственный институт культуры и искусств» и ФГБОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет М.К. Аммосова», где требуется расширение образовательных программ по подготовке востребованных кадров в области креативных индустрий и креативных занятий в традиционных отраслях экономики.

Кроме того, существующие практики открытия бизнес-инкубаторов также требуют расширения и внедрения во всех образовательных учреждениях высшего и среднего профессионального образования. Практико-ориентированное образование и создание условий для коммерциализации своего таланта и освоения навыков предпринимательства позволит не только подготовить востребованные кадры для рыночной экономики, но и поспособствует раскрытию таланта студентов, даст возможность их самореализации. Обучение креативным и предпринимательским навыкам позволит оставаться выпускникам конкурентоспособными в современных быстроменяющихся условиях автоматизации производства и сокращения доли работы человека.

Создание на территории городов и районов республики инфраструктуры в форме креативных кластеров, арт-резиденций, иных форм современных творческих пространств для развития креативных индустрий

Содействие развитию форматов творческих пространств в виде креативных кластеров, хабов, арт-резиденций в регионе приводит к объединению представителей креативных индустрий в одном месте, позволяя создавать нетворкинг и неформальные взаимодействия, которые могут сыграть ключевую роль в установлении бизнес партнерств в смеж-

ных секторах. Одним из эффективных механизмов решения данной задачи является предоставление льготных условий в неиспользуемых имущественных комплексах, к примеру, пустых заводах и складах, ранее используемых в производственных целях, помещениях библиотек и домов культуры, малым креативным бизнесам, индивидуальным творческим инициативам, которые зачастую в начале пути имеют трудности в покрытии расходов, связанных с арендой площадей. Такое решение поспособствует наплыву потока креативного сообщества, которое способно придать новую жизнь потерявшим ценность зданиям и создавать новые культурно- социальные объекты в районах и городах республики, делая их более привлекательными для работы и жизни других людей. Одновременно креативное сообщество влияет и на облик территорий, делая более привлекательными для жизни, что в свою очередь притягивает больше креативных людей, которые делают среду более комфортной.

В России существует множество примеров развития творческих пространств. Примером может послужить дизайн-завод «Флакон» – лучший креативный кластер Москвы по версии kudago.com в 2016 году, развивающий самый широкий круг проектов в области актуальных форм творчества, образования и креативных индустрий. «Флакон» объединяет на своей территории сообщество людей, основная деятельность которых – креатив и дизайн во всех своих проявлениях. Образованный в 2009 году дизайн-завод превратился в эпицентр культурной жизни столицы и значительно повысил привлекательность окружающего района. Дизайн-завод возник на территории бывшего хрустально-стеклянного завода и стал пионером в ревитализации промышленной зоны за пределами исторической застройки Москвы. Изначальное отсутствие рамок во многом обусловило его специфику. «Флакон» стал мощной платформой для развития молодых проектов, самовыражения творческих личностей и реализации социокультурных инициатив.

Еще одним успешным примером может послужить творческий кластер столицы России «Центр дизайна «Артплэй», показывающий стабильный финансовый результат в условиях серьезной конкуренции, основу успеха которой составляет целенаправленный и последовательный подбор арендаторов, обеспечивающий синергетический экономический эффект.

Ярким примером развития креативных кластеров в Якутии служит креативная платформа «Пространство», осуществляющая свою деятельность на территории города Якутска, где резидентами являются фотографы, дизайнеры, видеодизайнеры. Одновременно, реализует и коммерциализирует творческий потенциал резидентов под единым кластером, креативная платформа «Пространство» на сегодня, брендируя и разрабатывая креативные решения для местных компаний, способствует росту узнаваемости местных компаний, их четкому позиционированию на рынке, и повышению конкурентоспособности, масштабированию и продвижению.

Развитие финансовых механизмов инвестирования в человеческий капитал, направленное на повышение креативной интенсивности экономики республики

В динамично развивающихся странах наблюдается тенденция активного внедрения финансовых инструментов для стимулирования развития креативной экономики. Для многих стран поддержка и культивация креативной экономики является стратегическим ходом, способствующим переходу от «сырьевой зависимости». Сегодня креативная экономика в мире растет опережающими темпами, показывая рост даже во время экономических спадов. К примеру, в развитых странах доля креативных индустрий в экономике составляет от 5 до 9%. В России сегодня меры государственной поддержки, в основном направленные на развитие креативных индустрий, находятся на стадии зарождения и несут децентрализованный характер. Лучшие мировые практики указывают на необходимость создания в республике новых инструментов финансовой поддержки креативной экономики.

Главным ресурсом креативной экономики является человек – его умения, знания, навыки и талант, способные двигать экономику к новым вершинам. Именно поэтому одним из ключевых направлений развития креативной экономики является вклад в развитие человеческого капитала республики. Необходимо дальнейшее развитие государственных финансовых механизмов поддержки творческого потенциала населения, не только как формы сохранения и развития культуры и творчества в республике, но и как основного двигателя экономики.

V. Системообразующие проекты

Для становления креативной экономики АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)» разработан ряд проектов, которые являются опорными точками для развития креативной экономики в республике:

1. Парк будущих поколений – проект, задающий новые стандарты по преобразованию общественных территорий в республике в комфортные пространства круглогодичного использования с отражением национальной идентичности. Трансформацию общественного пространства планируется реализовать на площади 2.4 га на территории 79 квартала в городе Якутске.

Ключевым функциональным наполнением Парка будущих поколений является образовательный центр нового типа, направленный на развитие навыков будущего у детей и молодежи, повышение компетенций представителей креативных индустрий. Форматы, проводимые в Парке будущих поколений, включают в себя однодневные ed-пробы, воркшопы, мастер-классы, краткосрочные образовательные программы с подключением местных и внешних экспертов. В дальнейшем предполагается внедрение форматов образовательного центра Парка будущих поколений в районах и городах республики.

Вместе с тем Парк будущих поколений предусматривает открытые современные площадки, в том числе амфитеатр, универсальную выставочную зону, многофункциональный трансформируемый зрительный

зал для проведения общественных мероприятий, досуга и развлечений. В зданиях также предусмотрены коворкинг, библиотека и другие открытые зоны для реализации авторской продукции и изобретений студенческих предпринимательских инициатив.

Данный проект вошел в топ 5 проектов, одобренных членами Наблюдательного совета Агентства стратегических инициатив под председательством Президента Российской Федерации В.В. Путина, для дальнейшей поддержки в реализации. Строительство Парка будущих поколений запланировано к 2022 году.

Создание современного общественного пространства с образовательным компонентом способствует раскрытию творческого потенциала жителей республики, трансформации общественных территорий в комфортные с учетом климатических условий современные пространства, которые станут новым узнаваемым символом города и туристическим центром притяжения.

2. Подготовка будущих кадров креативной экономики. ФГБОУ ВО «Арктический государственный институт культуры и искусств» и ФГБОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет М.К. Аммосова» играют роль системообразующих университетов в республике по подготовке кадров не только для креативных индустрий, но и в целом в повышении креативной интенсивности в республике. Креативные индустрии сегодня объединяют творчество, науку, и предпринимательство. Расширение образовательных программ по обучению креативным и предпринимательским навыкам в образовательных учреждениях является требованием современности.

Практико-ориентированное образование и создание условий для коммерциализации своего таланта и освоении навыков предпринимательства позволит не только подготовить востребованные в рыночной экономике кадры, но и поспособствует раскрытию таланта студентов, даст возможность их самореализации, позволит оставаться выпускникам конкурентоспособными в современных быстроменяющихся условиях рыночной экономики.

3. Креативный кластер. Кластер представляет собой единую площадку, где концентрируются представители креативных индустрий, в том числе в сфере дизайна, информационных технологий, аудио- и видео контента, искусства и организации развлечений, издательства и др. Целью реализации проекта является создание комфортной среды для развития творческого потенциала креативных индустрий и способствование эффективному сотворчеству. Реализация проекта осуществляется в результате поэтапной реконструкции производственного или иного объекта.

Практика других креативных кластеров показывает, что создание креативных кластеров в отдаленных от городского центра районах приводит к ревитализации и преобразению всего квартала в крупный культурно- досуговый эпицентр. Ожидаемые сроки реализации проекта – 2021 год. Реализация данного проекта приведет к созданию благоприятного

взаимодействия креативных индустрий и отраслей вне креативных индустрий, способствуя тем самым увеличению маркетинговых инноваций и появлению уникальных конкурентоспособных продукций.

4. Фонд поддержки креативных индустрий и талантов (далее – Фонд) представляет собой инструмент инвестирования в человеческий капитал, направленный на повышение креативной интенсивности экономики республики. На первоначальном этапе деятельность Фонда планируется фокусировать на проведении образовательных программ в городах и районах республики, направленных на повышение компетенций и навыков креативных занятий, а также их привитию с раннего возраста с участием ведущих экспертов России и зарубежья.

Направления образовательных программ будут определяться в зависимости от компетенций и навыков, необходимых с учетом востребованности и перспективности креативных занятий на рынке труда. Привлечение ведущих экспертов способствует решению изолированности республики от центров компетенций, а также привитию актуальных полезных навыков и компетенций будущему поколению. Результатом работы Фонда будет являться повышение компетенций и навыков до 10 тысяч человек к 2025 году.

VI. Ожидаемые результаты реализации Концепции

Реализация Концепции обеспечит к 2025 году следующие результаты: расширение рынков присутствия предприятий республики на российском и международном уровне; активизация инновационной активности предприятий республики за счет повышения их креативной интенсивности;

создание условий для формирования и развития предпринимательских навыков;

обеспечение общедоступности креативных и предпринимательских навыков;

создание условий для успешной трансформации общественных пространств в комфортную среду для развития и реализации творческого потенциала каждого жителя;

разработка модели государственной поддержки креативных индустрий, способствующая продвижению товаров и услуг креативных индустрий на внешнем рынке;

внедрение эффективных механизмов стимулирования и поддержки креативных индустрий для создания ими продуктов со значительным потенциалом коммерциализации на внешнем рынке;

формирование механизмов финансовой поддержки проектов креативных индустрий.

Ключевые показатели эффективности на период до 2025 года:

№	Наименование КПЭ	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Доля креативных индустрий в ВРП, %	1,70	1,72	1,79	1,86	1,93	2,00

2	Рост креативной интенсивности в компаниях с участием РС(Я), %, нарастающим итогом	-	2	3	5	8	10
3	Доля организаций занимающихся маркетинговыми инновациями, %	2,6	3,9	5,1	6,4	7,7	10,0
4	Количество людей, получивших креативные и предпринимательские навыки, человек	500	500	2500	2500	2500	2500
5	Креативная интенсивность экономики РС(Я), %, нарастающим итогом						3

VII. Организационное обеспечение реализации Концепции

Организацию исполнения Концепции осуществляют Министерство инноваций, цифрового развития и инфокоммуникационных технологий Республики Саха (Якутия) и Министерство культуры и духовного развития Республики Саха (Якутия).

Основной институт развития, ответственный за реализацию Концепции, АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)».

Закон Новгородской области «О региональных, муниципальных, территориальных брендах, народных художественных промыслах и ремесленной деятельности»

(Принят Новгородской областной Думой 19 декабря 2018 года)

Статья 1. Предмет регулирования настоящего областного закона
Настоящий областной закон регулирует отношения в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации.

Статья 2. Правовое регулирование отношений в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов

Правовое регулирование отношений в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов, основывается на соответствующих положениях Конституции Российской Федерации, Закона Российской Федерации от 9 октября 1992 года № 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре», Федерального закона от 6 января 1999 года № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах» (далее Федеральный закон «О народных художественных промыслах»), настоящего областного закона и иных нормативных правовых актов.

Статья 3. Основные понятия

Для целей настоящего областного закона используются следующие основные понятия:

1) региональный бренд – это наименование, термин, символ, рисунок или их сочетание, позволяющие идентифицировать Новгородскую область и отражающие неповторимые, оригинальные характеристики Новгородской области;

2) муниципальный бренд – это наименование, термин, символ, рисунок или их сочетание, позволяющие идентифицировать муниципальное образование Новгородской области, отражающие его неповторимые, оригинальные характеристики, получившие общественное признание и известность, и формируемые на основе выраженного позитивного имиджа муниципального образования Новгородской области, отражающие его важнейшие факторы конкурентных преимуществ экономики муниципального образования Новгородской области;

3) территориальный бренд – это наименование, термин, символ или рисунок, или их сочетание, позволяющие идентифицировать определенную территорию муниципального образования Новгородской области с географическим указанием и с наименованием места происхождения товара или продукции, изделий, предметов, которые изготавливаются

только посредством полного их цикла производства на территории муниципального образования Новгородской области, или обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении произведенного товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта или места;

4) правообладатель региональных брендов – Правительство Новгородской области, которое утверждает нормативным правовым актом Правительства Новгородской области список региональных брендов, прошедших отбор на областной комиссии по определению региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области, с целью включения их в Реестр региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области;

5) правообладатели муниципальных брендов – администрации муниципальных образований Новгородской области, которые утверждают муниципальными правовыми актами списки муниципальных брендов, прошедших отбор на областной комиссии по определению региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области, с целью включения их в Реестр региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области;

6) правообладатели территориальных брендов администрации городских или сельских поселений Новгородской области, которые утверждают муниципальными правовыми актами списки территориальных брендов, с целью включения их в Реестр региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области;

7) субъекты народных художественных промыслов организации, относящиеся к одному из видов народных художественных промыслов или мастера народных художественных промыслов, осуществляющие свою деятельность по изготовлению и продвижению, сбыту изделий народных художественных промыслов на условиях трудового договора (контракта) или

гражданско-правового договора с юридическим лицом либо в качестве индивидуального предпринимателя без образования юридического лица;

8) субъекты ремесленной деятельности – организации ремесленной деятельности и ремесленники, осуществляющие свою деятельность по изготовлению и продвижению, сбыту ремесленных изделий на условиях трудового договора (контракта) или гражданско-правового договора с юридическим лицом либо в качестве индивидуального предпринимателя без образования юридического лица.

Статья 4. Полномочия органов государственной власти Новгородской области в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации

1. К полномочиям Новгородской областной Думы относится принятие областных законов, регулирующих отношения в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации, осуществление контроля за их исполнением.

2. Полномочия Правительства Новгородской области:

1) обеспечивает исполнение областных законов, регулирующих отношения в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации;

2) участвует в проведении единой государственной политики в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации;

3) утверждает государственные программы Новгородской области в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации с учетом региональных социально-экономических, культурных и других особенностей;

4) утверждает положение об областной комиссии по определению региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области и ее состав;

5) утверждает порядок формирования и ведения Реестра региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области;

6) утверждает порядок использования и продвижения региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации;

7) утверждает порядок формирования и ведения Реестра субъектов народных художественных промыслов и субъектов ремесленной деятельности Новгородской области;

8) утверждает порядок предоставления субсидий субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности, включенным в Реестр субъектов народных художественных промыслов и субъектов ремесленной деятельности Новгородской области, участвующим в изготовлении, продвижении и сбыте изделий или продукции, а также использующим региональные и (или) муниципальные, и (или) территориальные бренды;

9) оказывает содействие субъектам народных художественных промыслов, использующим региональные и (или) муниципальные, и (или) территориальные бренды, в реализации инвестиционных программ и проектов в сфере народных художественных промыслов, их интеграции в индустрию туризма;

10) оказывает содействие субъектам ремесленной деятельности, использующим региональные и (или) муниципальные, и (или) территориальные бренды, в реализации инвестиционных программ и проектов в ремесленной деятельности, их интеграции в индустрию туризма;

11) оказывает содействие субъектам предпринимательской деятельности, субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности, использующим региональные и (или) муниципальные, и (или) территориальные бренды в продвижении изделий народных художественных промыслов и ремесленной деятельности на межрегиональные и международные рынки;

12) осуществляет пропаганду и популяризацию народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, региональных, муниципальных, территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации, в том числе посредством организации выставок, конкурсов и иных мероприятий.

3. Правительство Новгородской области вправе наделять полномочиями, указанными в части 2 настоящей статьи, за исключением полномочий, указанных в пункте 3 части 2 настоящей статьи, формируемые им органы исполнительной власти Новгородской области.

Статья 5. Реестр региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области

Реестр региональных, муниципальных, территориальных брендов Новгородской области (далее – Реестр брендов) является перечнем, содержащим сведения о правообладателях региональных, муниципальных, территориальных брендов и субъектах предпринимательской деятельности, производящих товар или продукцию, изделия, предметы, которые изготавливаются только посредством полного их цикла производства в границах географических территорий муниципального образования Новгородской области (далее субъекты предпринимательской деятельности), субъектах народных художественных промыслов и субъектах ремесленной деятельности, использующих указанные бренды.

Реестр брендов формируется и ведется уполномоченным Правительством Новгородской области органом исполнительной власти Новгородской области в целях оказания субъектам предпринимательской деятельности, субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности информационно-консультационной и иной помощи с целью продвижения товаров, продукции, изделий, предметов на внутренний и внешний рынок, а также по вопросам их деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Статья 6. Реестр субъектов народных художественных промыслов и субъектов ремесленной деятельности Новгородской области

Реестр субъектов народных художественных промыслов и субъектов ремесленной деятельности Новгородской области (далее – Реестр) является перечнем, содержащим сведения о субъектах народных художественных промыслов и субъектах ремесленной деятельности, осуществляющих свою деятельность на территории Новгородской области.

Реестр формируется и ведется уполномоченным Правительством Новгородской области органом исполнительной власти Новгородской области в целях оказания субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности финансовой, налоговой, имущественной поддержки, информационно-консультационной и иной помощи по вопросам, связанным с их деятельностью в соответствии с действующим законодательством.

Статья 7. Меры поддержки, предоставляемые субъектам предпринимательской деятельности, субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности

1. В соответствии с законодательством Российской Федерации и законодательством Новгородской области поддержка субъектов предпринимательской деятельности, субъектов народных художественных промыслов и субъектов ремесленной деятельности может осуществляться в форме финансовой, налоговой, имущественной поддержки, информационно-консультационной и иной помощи по вопросам, связанным с их деятельностью,

2. Меры поддержки субъектов предпринимательской деятельности, субъектов народных художественных промыслов и субъектов ремесленной деятельности могут осуществляться по следующим направлениям:

1) предоставление субсидий субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности, включенным в Реестр и участвующим в изготовлении, продвижении и сбыте изделий или продукции, а также использующим региональные и (или) муниципальные, и (или) территориальные бренды;

2) предоставление налоговых льгот, имущественной поддержки субъектам предпринимательской деятельности, производящим товар или продукцию, изделия только посредством полного их цикла производства на территории муниципального образования Новгородской области, использующим территориальные бренды и включенным в Реестр брендов, а также субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности, включенным в Реестр и участвующим в изготовлении, продвижении, сбыте изделий, продукции народных художественных промыслов и ремесленной деятельности с региональными и (или) муниципальными, и (или) территориальными брендами, в соответствии с законодательством Новгородской области о налогах и иными нормативными правовыми актами Новгородской области;

3) содействие субъектам предпринимательской деятельности, субъектам народных художественных промыслов и субъектам ремесленной деятельности в использовании и продвижении региональных и (или) муниципальных, и (или) территориальных брендов на территории Новгородской области и других субъектов Российской Федерации;

4) содействие в продвижении изделий, товаров или продукции народных художественных промыслов и ремесленной деятельности на межрегиональные и международные рынки, в том числе с использованием региональных и (или) муниципальных, и (или) территориальных брендов;

5) содействие в получении высшего профессионального образования, подготовке, переподготовке, повышении квалификации и дополнительном образовании в сфере народных художественных промыслов и ремесленной деятельности, а также по использованию и продвижению региональных, муниципальных, территориальных брендов.

Статья 8. Вступление в силу настоящего областного закона

Настоящий областной закон вступает в силу со дня, следующего за днем его официального опубликования.

Полезные ссылки для НКО и социальных предпринимателей, реализующих проекты в социокультурной сфере

Единый реестр организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства
<https://m.corpmsp.ru/StartPage/orgreg.html>

Единая автоматизированная информационная система поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций
nko.economy.gov.ru

Реестры НКО (ст. 265 НК РФ)
<https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko>

Меры поддержки НКО, включенных в реестры
<http://nko.economy.gov.ru/Public/NewsPage/Details.html?id=177>

Стандарт поддержки благотворительности
<http://nko.economy.gov.ru/Public/NewsPage/Details.html?id=176>

Карта ресурсных центров НКО
<https://rcmap.igrajdanin.ru/>

Инфраструктурные организации для НКО
<https://ngomap.ru/>

Информационно-методические материалы Фонда региональных социальных программ «Наша будущее»
<http://nb-forum.ru/useful/kak-poluchit-status-sotsialnogo-predpriyatiya>

Перечень уполномоченных органов, принимающих заявления о присвоении статуса СП
<http://nb-forum.ru/useful/perechen-upolnomochennih-organov-prinimayuschih-zayavleniya-o-prisvoenii-statusa-sp>

КАК ПОЛУЧИТЬ СТАТУС СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/%D0%91%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%8E%D1%80%D0%B0_%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F%20%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf

ПОЛУЧЕНИЕ СТАТУСА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Категория 1: обеспечение занятости граждан, отнесенных к категориям социально уязвимых

file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%201.pdf

ПОЛУЧЕНИЕ СТАТУСА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Категория 2: обеспечение реализации товаров (работ, услуг), произведенных гражданами, отнесенными к категориям социально уязвимых

file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%202.pdf

ПОЛУЧЕНИЕ СТАТУСА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Категория 3: производство товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан, отнесенных к категориям социально уязвимых

file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%203.pdf

ПОЛУЧЕНИЕ СТАТУСА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Категория 4: осуществление деятельности, направленной на достижение общественно полезных целей и способствующей решению социальных проблем общества

file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%204.pdf



**Авторы
статей и материалов**

Астафьева Ольга Николаевна, директор Научно-образовательного центра «Гражданское общество и социальные коммуникации» Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», профессор кафедры ЮНЕСКО, доктор философских наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ, Лауреат премии Правительства РФ в области культуры

Афонина Ксения Сергеевна, магистрант кафедры культурологии ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Белоусова Дарья Сергеевна, аспирант, старший преподаватель кафедры хореографии ФГБОУ ВО «Пермский государственный институт культуры»

Бороноева Татьяна Анатольевна, кандидат искусствоведения, директор Национального музея Республики Бурятия

Булах Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, исполнительный директор Фонда содействия сохранению культурного наследия им. К.А. Коровина «Спасем вместе»

Бучкина Елена Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры культурологии ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Варшавская Людмила Ефимовна, директор Национального этнокультурного центра «СЭНКЭ», п. Ванино Хабаровский край, Заслуженный работник культуры Хабаровского края

Голубева Юлия Владимировна, магистрант кафедры культурологии ФГБОУ ВО Московский педагогический государственный университет

Горушкина Светлана Николаевна, кандидат социологических наук, ученый секретарь ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности», эксперт Научно-образовательного центра «Гражданское общество и социальные коммуникации» ИГСУ РАНХиГС, Заслуженный работник культуры РФ

Дядьков Олег Николаевич, начальник управления развития инфраструктуры и аналитической работы Министерства культуры Московской области

Жанкова Елена Александровна, специалист по связям с общественностью АНО «Музей городской жизни»

Коротеева Оксана Васильевна кандидат психологических наук, доцент кафедры управления информационными процессами Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Крузе Юлия Львовна, кандидат юридических наук, доцент кафедры юридических дисциплин, ОЧУВО «Международный инновационный университет»

Куварзина Юлия Юрьевна, эксперт Делового клуба «Наследие и экономика»

Кузаева Ирина Викторовна, заместитель начальника управления государственной культурной политики, начальник отдела культурно-досуго-

вой деятельности и народного творчества Министерства культуры Новосибирской области

Купцова Ирина Александровна, доктор культурологии, заведующая кафедрой медиаобразования ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет, эксперт Научно-образовательного центра «Гражданское общество и социальные коммуникации» ИГСУ РАНХиГС

Кузьмина Наталья Валерьевна, кандидат культурологии, преподаватель кафедры ЮНЕСКО ИГСУ РАНХиГС, директор программы Центра креативных индустрий РАНХиГС

Левицкая Анастасия Николаевна, руководитель проектов Функциональная группа управления площадками ООО «МТС Эntертейнмент», студентка магистерской программы «Управление в сфере культуры, образования и науки» ИГСУ РАНХиГС

Лисицкий Андрей Викторович, кандидат культурологии, директор Библиотеки им. Ф.М. Достоевского

Ломаев Роман Леонидович, заведующий отделом аналитики и сопровождения региональных проектов Управления развития инфраструктуры и аналитической работы Министерства культуры Московской области

Лонская Ольга Владимировна, директор Краевого туристического центра «Горная Аптека», г. Барнаул

Макарова Екатерина Владимировна соискатель кафедры культурологии ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Макарова Лилия Алексеевна, Президент Фонда поддержки искусства и культуры «Красный угол»

Назарой Олеся Викторовна, заместитель директора АНО «Центр молодежи и общественных инициатив»

Окольников Светлana Анатольевна, кандидат культурологии, Министр культуры Республики Хакасия, Заслуженный работник культуры РФ

Протасевич Александр Рудольфович, кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного управления в сфере культуры и спорта Высшей школы культурной политики и управления в гуманитарной сфере МГУ им. М.В.Ломоносова

Сазонова Вероника Александровна, аспирант кафедры культурологии, ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Сибатуллина Гузель Фаритовна, заведующая сектором изобразительного и декоративно-прикладного искусства Государственное бюджетное учреждение «Ресурсный центр внедрения инноваций и сохранения традиций в сфере культуры Республики Татарстан»

Степанова Светлана Анатольевна, учредитель АНО «Центр культурных проектов «Фестиваль»»

Убрятова Анастасия Валерьевна, студентка 3 курса образовательной программы «Продюсирование и культурная политика» по направлению подготовки «Журналистика» ИГСУ РАНХиГС

Цаллагов Заурбек Викторович, руководитель проекта «Родовые башни», председатель СОРО «Родовые башни» Республика Северная Осетия-Алания

Министерство культуры Российской Федерации
Национальный проект «Культура»
ООГО «Российский фонд культуры»
НКО Фонд поддержки и развития отечественной культуры, театрального искусства,
русского языка «МТФ «Русская классика»
Научно-образовательное культурологическое общество (Московский филиал)
Научно-образовательный центр «Гражданское общество
и социальные коммуникации»
Института государственной службы и управления РАНХиГС
Центр развития гражданского общества, некоммерческого сектора
и СО НКО РГСУ

ПОТЕНЦИАЛ СООБЩЕСТВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ И СОЦИАЛЬНО- ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ В КУЛЬТУРЕ:

Статьи и материалы

ШКОЛА КУЛЬТУРНОГО ФОРУМА РЕГИОНОВ РОССИИ

(Республика Северная Осетия-Алания – Вологодская область – Севастополь –
Краснодарский край

(август – октябрь 2021г.)

Выпуск 4

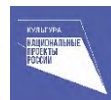
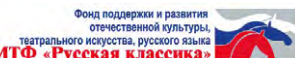
**Составители, общая и научная редакция:
О.Н. Астафьева, О.В. Коротева, И.А. Купцова**

Верстка – Н. Соловьева

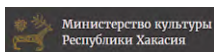


Подписано в печать 22.10.2021.
Бумага офсетная. Формат 60x90/16. Усл. печ. л. 19.
Гарнитура PragmaticaC. Тираж 400 экз.
Заказано в ИП Ершов И.А.

Партнеры



Федеральная служба по интеллектуальной собственности



Информационная поддержка



Культурный форум регионов России