

**Модель решения проблемы развития креативных индустрий и арт-бизнеса на территории Российской Федерации с учетом роста показателей культурного образования в части музейного дела**

**Научный руководитель – Архипова Наталья Андреевна**

***Крейдина Любовь Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия

*E-mail: kreidina.luba@mail.ru*

Целью исследования стала разработка модели становления арт-индустрий и арт-бизнеса на территории Российской Федерации с учетом основных государственных приоритетов в сфере искусства, с опорой на положительный опыт изменения уровня культурного образования в сфере музейного дела.

Изучены основные парадигмы в части развития культурного просвещения населения на территории Российской Федерации. Одной из основных целей правительства в сфере образования является формирование ценностно ориентированной модели государственной культурной политики. Проанализированы данные роста показателей культурного образования в части музейного дела на основе данных 2012 и 2019 годов, отмечена положительная динамика роста изученных показателей в начале и в конце статистических исследований [4].

Деятельность в сфере музейного дела создает благоприятные условия для формирования культурного диалога между человеком, искусством и государством — это увеличивает уровень заинтересованности населения в части становления арт-индустрии. Обозначена заинтересованность государства в создании благоприятного климата для развития арт-бизнеса в сфере креативных индустрий. Рассмотрены парадигмы креативной экономики: в данной модели инструментом труда являются знания, ресурсом — информация, продуктом — инновация [1].

Проанализированы данные, подтверждающие эффективность креативных индустрий [6]. В ходе исследования арт-бизнеса в зарубежных странах был выделен ряд факторов, которые содействуют эффективному продвижению художников и галеристов. Выделены основополагающие парадигмы в сфере содействия творческим началам. Социально-экономические проблемы, по которым реализация и формирование арт-бизнеса в России затруднено: недостаток площадок для проведения выставок, отсутствие доверия к творческому ремеслу, низкий уровень просвещения населения по вопросам организации бизнеса. Определено, что сфера креативной экономики и арт-индустрии не образуют полноценного института. Обнаружена неоднородность статистических данных в части введения учета информации по сделкам купли/продажи в сфере творческой деятельности. Обозначены причины тенденций популяризации незарегистрированной фрилансовой активности.

Приведены положительные примеры предоставления государством возможности реализации индивидуальных творческих инициатив населения: создание образовательных программ для творческих деятелей и упрощение системы налогообложения самозанятой категории предпринимателей [3]. Представленные методы не являются эффективными для образования стабильного сегмента арт-бизнеса: возникает проблема — «предложения без спроса».

Предложена попытка решения задачи, заключающаяся в рассмотрении потенциальной эффективности от возможного содействия государства креативным деятелям при грамотной интеграции творческой среды, посредством создания системы сотрудничества художников с существующими музейными комплексами, суть которой заключается в возможном

содействии государства в части предоставления бесплатных площадок для реализации творческой продукции креативных предпринимателей.

Маркетинг культуры — это искусство выхода на сегменты рынка, заинтересованные в коммерческой реализации изделий, которые изготавливаются людьми творческих профессий [2]. Так, предоставляя художникам возможность проведения выставок на безвозмездной основе и реализуя продукцию их творческой деятельности, музеи будут выступать в качестве посредников в цепи взаимодействия между производителем и потребителем. Целесообразность метода заключается в определяющей характеристике по отношению к музейным комплексам — центрам культурного просвещения, привлекающих потенциально заинтересованных в становлении арт-индустрии граждан. Предоставление подобных условий на начальных этапах формирования бизнеса повлекут положительные изменения в сфере становления креативных индустрий: привлечение населения к культурной жизни, изменение отношения общества к креативным/творческим инициативам, улучшение коммуникации в творческой среде, рост экономических показателей в области обособления предпринимательской деятельности.

Основной вывод данного исследования в том, что заинтересованность государства в культурном просвещении страны благоволит для создания выгодных условий с целью продвижения креативной предпринимательской деятельности при взаимодействии людей творческих профессий и музейных комплексов. Положительный эффект, который будет заключаться в постепенной адаптации населения к представляемому творческому сегменту, задаст благоприятные условия для проведения дальнейших процедур внедрения инструментов креативной экономики в сфере творческих индустрий.

Предложенная модель не противоречит государственной программе в сфере образования и культурного просвещения, но требует дополнительного изучения в рамках обособления и подтверждения экономической и социальной эффективности [5].

Выражаю благодарность в научном руководстве и в работе над статьёй — доц., к.иск. Архиповой Н. А.

### Источники и литература

- 1) Дацык А. Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом // Проблемы развития инновационно-креативной экономики: сборник докладов. Москва: Креативная экономика, 2011. С. 15-20.
- 2) Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства / пер. с англ. Л. Молчанова, под ред. М. Наймарк. - СПб.: Издатель Васин А. И., 2004. С. 27.
- 3) КонсультантПлюс // С 1 января 2019 года для самозанятых лиц вводится налог на профессиональный доход: <http://www.qrz.ru/articles/article260.html>
- 4) Министерство культуры Российской Федерации // Годовой отчет министерства культуры за 2012 - 2019 год: [www.mkrf.ru/upload/iblock/37a/37afb75287077b40ee57a017a17d6bf9.pdf](http://www.mkrf.ru/upload/iblock/37a/37afb75287077b40ee57a017a17d6bf9.pdf)
- 5) Правительство Российской Федерации // Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года, утвержденная Распоряжением Правительства РФ от 29.02.2016 г. № 326-р: [www.government.ru/docs/22083/](http://www.government.ru/docs/22083/)
- 6) UNESCO // Widening local development pathways (2013; Special Edition): [www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf](http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf)