

Секция «1.5 Администрирование креативных индустрий 5.0: от творческого потенциала к интеллектуальным решениям»

**Цифровой разрыв в администрировании креативных индустрий 5.0: институциональный кризис vs. потребительский запрос (на примере музыкального рынка РФ)**

**Научный руководитель – Логунцова Ирина Вячеславовна**

**Котова Мария Александровна**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия

*E-mail: makotova\_2@edu.hse.ru*

Внедрение Федерального закона № 330-ФЗ (февраль 2025 г.) и передача полномочий по развитию креативных индустрий Министерству экономического развития РФ ознаменовали переход к новому этапу институционализации сектора.

В логике Индустрии 5.0 администрирование креативных индустрий предполагает персонализацию мер поддержки, интеллектуальные системы сбора данных и человекоцентричный подход. Однако анализ цифровых инструментов государственного управления музыкальным рынком России выявляет системный разрыв между декларируемой интеллектуализацией и реальными механизмами регулирования.

Нами проведен контент-анализ 38 стратегий развития креативных индустрий субъектов РФ (2021–2025), нормативно-правовых актов и открытых данных государственных информационных систем (по данным Минэкономразвития). Для оценки потребительского запроса использованы результаты всероссийских опросов 2023–2025 гг. (N=2100) по музыкальным предпочтениям, а также данные аналитики стриминговых платформ.

Выявлено три ключевых цифровых противоречия администрирования:

- Государственные учреждения культуры (библиотеки, ДК) в цифровых паспортах обязаны отчитываться о доходах от «креативных услуг», однако доля расходов домохозяйств на публичные культурные мероприятия (кино, театры, музеи) составляет лишь 0,33% потребительских расходов [1]. Музыкальная составляющая внутри этой статьи не выделяется вовсе, что делает целевые показатели недостижимыми.
- Существующие цифровые платформы сбора статистики не интегрированы с данными стримингов (Яндекс Музыка, VK Музыка), онлайн-продаж билетов и фан-сообществ. Как следствие, государство не видит реальный музыкальный запрос: по данным 2025 г., 39% российских К-роп фанатов называют BTS любимым коллективом, 32% хотели бы посетить их концерт в РФ [6]. При этом аудитория взрослеет — 27% интереса приходится на миллениалов 25–34 лет, что опровергает миф о «молодежном» характере таких предпочтений [7].
- В российской модели учреждения культуры рассматриваются как «точки входа» в креативные индустрии без учета локальной специфики. В отличие от К-роп, где цифровая инфраструктура (фан-платформы Weverse, Bubble, прогнозная аналитика спроса) позволяет персонализировать взаимодействие с аудиторией, российские артисты и НКО лишены инструментов интеллектуального администрирования. Как показал опрос 2023 г., ключевыми факторами привлекательности К-роп становятся не только эстетика (59,5%), но и смысловой посыл (54,4%) и системная хореография (59,5%) [5] — то есть продукты, требующие долгосрочного цифрового планирования, отсутствующего в РФ.

Таким образом, с одной стороны, государство выстраивает цифровую архитектуру учета креативных индустрий, делая ставку на экономическую эффективность (план роста доли в ВВП с 4% до 6% к 2030 г.) [4]. С другой — массовый потребитель демонстрирует спрос на глобальные продукты, созданные по принципам Индустрии 5.0 (персонализация, интеллектуальная аналитика, человекоцентричность). Российская музыкальная индустрия проигрывает не столько в творческом плане, сколько в отсутствии цифровых инструментов администрирования, способных перевести разовый интерес в устойчивую аудиторию.

Дальнейшее развитие администрирования креативных индустрий требует:

- создания интеллектуальной цифровой платформы «Музыкальный рынок РФ» с интеграцией данных госстатистики, стримингов и соцсетей;
- перехода от КРІ доходности к персонализированным индикаторам (вовлеченность, разнообразие жанров, доля новых артистов);
- внедрения инструментов прогнозной аналитики спроса по аналогии с мировыми фан-платформами.

Только такая конфигурация позволит преодолеть разрыв между институциональным дизайном и реальным потребительским запросом, превратив творческий потенциал в интеллектуальное решение, а не в очередную административную ловушку.

### Источники и литература

- 1) Музычук В.Ю. Творческие (креативные) индустрии: вызовы для некоммерческого сегмента сферы культуры // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2023. — № 5. — С. 7–39.
- 2) Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года».
- 3) Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».
- 4) Мишустин М.В. Выступление на стратегической сессии по развитию креативной экономики // Официальный сайт Правительства РФ. — 24 июня 2025. — URL: <http://government.ru/news/55434/> (дата обращения: 01.03.2026).
- 5) Сергеева Д.А., Орлова Е.А. Музыкальная интеграция: положение поп-культуры Южной Кореи на российском рынке в 2023 году // Корееведение в России: направление и развитие. — 2023. — Т. 4, № 2. — С. 93–101.
- 6) Более трети поклонников ждут концертов BTS и BLACKPINK в России // Общественная служба новостей. — 17 октября 2025. — URL: <https://www.osnmedia.ru/obshhestvo/bolee-treti-poklonnikov-zhdut-kontsertov-bts-i-blackpink-v-rossii/> (дата обращения: 01.03.2026).
- 7) Тренд на корейскую музыку перекинулся с зумеров на миллениалов // Life.ru. — 25 июля 2025. — URL: <https://life.ru/p/1773887> (дата обращения: 01.03.2026).