

СТАТЬИ

УДК 331:658.64:792
DOI 10.17513/fr.43958

ТЕАТР В ЭКОСИСТЕМЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: УПРАВЛЕНИЕ КОЛЛАБОРАЦИЯМИ

¹Домнина С.В. ORCID ID 0000-0002-3805-5651,

²Салынина С.Ю. ORCID ID 0009-0007-1000-0695

¹*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет», Самара, Российская Федерация;*

²*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный институт культуры», Самара, Российская Федерация,
e-mail: salyninasu@mail.ru*

Цель данного исследования – разработка практико-ориентированной модели коллаborации деятельности театров Самарской области с другими элементами экосистемы креативных индустрий, позволяющей повысить эффективность театрального дела. В исследовании использованы методы теоретического анализа, статистического анализа, методы табличного и графического представления данных. В работе рассмотрено понятие экосистемы креативных индустрий, дана оценка функционирования креативных индустрий в России на современном этапе и их вклада в экономическое развитие страны, выявлены ключевые механизмы и потенциал для формирования коллаborаций. Проведен анализ статистических показателей деятельности театров Самарской области в сравнении с общероссийскими показателями, выявлены основные тенденции. Разработана графическая схема взаимосвязей театров и других сегментов креативных индустрий в целях повышения эффективности театральной деятельности и создания синергетического эффекта. Внедрение предложенной модели позволит театрам Самарской области повысить свою финансовую устойчивость и привлекательность для аудитории, а также усилить свою роль в социокультурном развитии региона. Кроме того, коллаborации откроют новые возможности для создания инновационных театральных проектов, улучшения культурного пространства и будут стимулировать развитие сопутствующих сегментов экосистемы креативных индустрий.

Ключевые слова: театр, театральная деятельность, креативные индустрии, экосистема креативных индустрий, театральное искусство, креативная экономика

THEATER IN THE ECOSYSTEM OF CREATIVE INDUSTRIES: COLLABORATION MANAGEMENT

¹Domnina S.V. ORCID ID 0000-0002-3805-5651,

²Salynina S.Yu. ORCID ID 0009-0007-1000-0695

¹*Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education*

“Samara State University of Economics”, Samara, Russian Federation;

²*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education*

“Samara State Institute of Culture”, Samara, Russian Federation,

e-mail: salyninasu@mail.ru

The purpose of this research is to develop a practice-oriented model of collaboration between Samara Region theaters and other elements of the creative industries ecosystem, thereby increasing the effectiveness of theater production. The study utilized theoretical analysis, statistical analysis, and tabular and graphical data presentation methods. This paper examines the concept of a creative industries ecosystem, assesses the functioning of creative industries in Russia today and their contribution to the country's economic development, and identifies key mechanisms and potential for collaboration. Statistical indicators for theater performance in the Samara Region were analyzed in comparison with national indicators, identifying key trends. A graphical diagram of the relationships between theaters and other segments of the creative industries was developed to improve the effectiveness of theater activities and create synergies. Implementation of the proposed model will enable theaters in the Samara Region to increase their financial stability and audience appeal, as well as strengthen their role in the region's sociocultural development. Furthermore, collaborations will open up new opportunities for the creation of innovative theater projects, improve the cultural space, and stimulate the development of related segments of the creative industries ecosystem.

Keywords: theater, theatrical activity, creative industries, creative industries ecosystem, performing arts, creative economy

Введение

Согласно Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 г., под экосистемой креативных (творческих) индустрий понимается комплекс институтов и инструментов

сотрудничества субъектов, занятых в производстве и распространении творческой продукции [1]. Театр, как индустрия, основанная на искусстве, является органичной частью этой экосистемы, на протяжении долгого времени он играет важную роль в культурной и социальной жизни обще-

ства. Однако в современном мире, характеризующемся многообразием развлечений и усилением конкуренции за внимание зрителя, театры сталкиваются с рядом вызовов.

Актуальность темы исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, социокультурной значимостью театра, который играет важную роль в духовном развитии личности, в связи с чем поддержка театрального искусства – это важная задача государственной культурной политики. Во-вторых, экономическими вызовами, связанными с сокращением государственного финансирования театральной деятельности, ростом затрат и конкуренции за аудиторию. В-третьих, изменением потребительских предпочтений: зрители становятся более требовательными к качеству постановок, уровню сервиса. В-четвертых, развитием креативных индустрий, следовательно, театр как элемент креативной экономики во взаимосвязи с другими ее сферами будет способствовать развитию креативного потенциала территории.

Оценкой развития креативных индустрий и их роли в экономике регионов занимаются многие российские ученые (О.Е. Ермакова, Е.Н. Захарова, В.В. Шалатов и др.) [2]. В.Ю. Музычук исследует проблемы интеграции организаций некоммерческого сектора сферы культуры в креативные кластеры [3]. Инфраструктурные аспекты формирования региональных экосистем креативных индустрий изучают А.Д. Евменов, Л.А. Еникеева, Р. Рахматулина, Т.А. Сорвина [4; 5].

Проблемы экономики театра рассматриваются в работах российских авторов. Так, Д.Л. Морозова исследует вопросы нормирования затрат в театральной деятельности [6, с. 91–94]; коллектив авторов под ред. А.Я. Рубинштейна изучает финансовые аспекты функционирования российских театров [7, с. 138–156]. Т.М. Шульгина оценивает эффективность деятельности театров [8, с. 23–27].

Многие зарубежные исследования также посвящены организационно-экономическим проблемам театрального дела. Исследованием организации спектаклей и управления аудиторией занимается Р. Thamkulangkool [9]. X. Chen, M. Zhao изучают вопросы посещаемости театров, влияния на нее экономики фанатов и маркетинга в социальных сетях [10]. D. Horváth рассматривает вопросы трансформации театральной деятельности с помощью ИИ-технологий [11].

В своих более ранних работах авторы данного исследования проводили анализ развития театрального дела как составляющей оценки благосостояния населения региона [12]. Данная статья посвящена ис-

следованию проблеме коллaborации театра с другими элементами экосистемы креативных индустрий и разработке на этой основе практических инструментов для привлечения зрителя.

Цель исследования – анализ факторов, влияющих на посещаемость театров и разработка практико-ориентированной модели коллaborации деятельности театров Самарской области с другими сферами экосистемы креативных индустрий в целях повышения эффективности театрального дела.

Научная новизна исследования заключается в разработке графической схемы взаимосвязей театров и других сегментов экосистемы креативных индустрий, которая предлагает системный подход к управлению коллaborациями и позволяет выявить новые направления для развития театра в рамках креативной экономики.

Материалы и методы исследования

Теоретико-методологической основой данного исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам креативных индустрий и театральной деятельности.

Для достижения цели исследования использовались следующие методы:

1. Теоретический анализ: изучение и обобщение научных работ по экономике культуры, социологии искусства, маркетингу в сфере культуры, креативных индустрий, менеджменту театрального дела.

2. Статистический анализ: анализ данных о численности населения, посещаемости театров, индексах цен. Использовались данные Федеральной службы государственной статистики, Министерства культуры РФ, ВЦИОМ.

3. Методы табличного и графического представления данных.

Результаты исследования и их обсуждение

Согласно данным Росстата, с 2021 по 2024 г. валовая добавленная стоимость (ВДС) креативной экономики РФ увеличилась с 3,9 трлн до 7,5 трлн руб., а ее вклад в ВВП России – с 3,2 до 4,1% соответственно. Выручка от продажи товаров креативной индустрии увеличилась за этот период почти вдвое – с 5,9 трлн до 10,7 трлн руб. Индекс физического объема ВДС креативной экономики¹ в 2023 г. вырос на 15,6%, а в 2024 г. – на 12,1%.

¹ Креативная экономика. Информация о ключевых экономических показателях (индикаторах), характеризующих креативную экономику Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/Creative_Economy (дата обращения: 21.10.2025).

Минэкономразвития России формирует Единый реестр субъектов креативных индустрий, определяя соответствующие ОКВЭД, что позволит системно подходить к расширению сектора креативных индустрий. Ключевое в креативном продукте – уникальная творческая идея, имеющая экономический потенциал, а также коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности. Не случайно в последнее время, с 2021 по 2024 г., в этой сфере резко увеличился (в 4 раза!) объем используемых нематериальных активов – с 173,6 млрд до 705,8 млрд руб. Почти вдвое увеличилась и стоимость основных средств в этой сфере – с 627,4 млрд до 1 175,1 млрд руб.²

Креативная экономика, помимо творческих видов деятельности (таких как театр, музыка, кино, музеи, мода, народные промыслы), охватывает и другие направления – информационные технологии, архитектуру, проектирование и др. При этом наибольший вклад в развитие креативной экономики вносят разработка компьютерного программного обеспечения (34,96 %) и реклама (13,38 %)³, то есть нетрадиционные сферы культуры и искусства. Об этом же свидетельствуют исследования информационного агентства ИнтерМедиа, которое называет в качестве крупнейших компаний, работающих в сфере креативных индустрий в РФ, Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, занимающих первые три места в рейтинге таких организаций. Большой театр России занимает лишь 31-е место в данном рейтинге, а Мариинский театр – 36-е место⁴.

Тем не менее современный этап развития театрального искусства характеризуется повышением внимания к этому сектору креативных индустрий. Согласно данным Министерства культуры России, в 2024 г. количество посетителей отечественных театров увеличилось на 3 % по сравнению с 2023 г. и составило около 37 млн чел. При этом средняя цена посещения мероприятия в театрах

² Креативная экономика. Информация о ключевых экономических показателях (индикаторах), характеризующих креативную экономику Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/Creative_Economy (дата обращения: 21.10.2025).

³ Вклад креативной экономики в ВВП в 2024 году // Министерство экономического развития РФ. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/vklad_kreativnoy_ekonomiki_v_vvp_v_2024_godu_sostavil_75_trln_rubley.html (дата обращения: 21.10.2025).

⁴ Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: 1. Аналитика 2019–2021 // ИнтерМедиа. [Электронный ресурс]. URL: https://www.intermedia.ru/uploads/culture_research_analitika-2021.pdf (дата обращения: 21.10.2025).

Минкультуры с 2017 по 2023 г. выросла с 668 руб. до 996 руб.⁵ Это свидетельствует о растущем интересе российского общества к театральному искусству, несмотря на экономические вызовы и рост цен на билеты. В последнее время кардинально изменилась и возрастная структура театральной аудитории: 89 % посетителей театров сегодня – это люди трудоспособного возраста (от 19 до 59 лет)⁶, что указывает на важную роль театра в культурной жизни экономически активного населения.

Проанализируем показатели театральной деятельности в Самарской области. Основные источники ресурсов на финансирование театрального искусства в регионе представлены в табл. 1, их структура – на рис. 1.

Таблица 1

Источники финансирования
деятельности театров
Самарской области за 2023 г.

Показатель	Сумма, млн руб.
1. Средства, полученные от учредителя	1406,3
2. Субсидии из бюджетов других уровней	8,3
3. Поступления от приносящей доход деятельности	565,9
Итого:	1980,5

Примечание: составлена авторами на основе источника [13].

Как видно, бюджетное финансирование от общей суммы поступлений превышает 71 %, а доходы от предпринимательской деятельности составляют 28 %. Это свидетельствует о необходимости увеличивать долю внебюджетных поступлений: на протяжении последних 20 лет прослеживается четкая тенденция к коммерциализации сферы культуры [3].

В последнее время в Самарской области, как и в целом по Российской Федерации, наблюдается рост цен на билеты в театры. Изменение средних цен на билеты в театры Самарской области за 2015–2024 гг. представлено в табл. 2.

⁵ Министерство культуры Российской Федерации. Театры Российской Федерации в цифрах. Статистический справочник за 2023 год. М.: ГИВЦ Минкультуры РФ, 2024. 208 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://stat.mkrf.ru/upload/iblock/2d4/2d4d560ef43fd44e17688e284b09d6e.pdf> (дата обращения: 26.10.2025).

⁶ ВЦИОМ. Весь мир – театр! [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ves-mir-teatr> (дата обращения: 26.10.2025).



Рис. 1. Структура поступлений средств театров Самарской области за 2023 г.
Примечание: составлен авторами на основе табл. 1

Таблица 2

Средние цены и индексы потребительских цен (тарифов)
на билеты в театр по Самарской области

Период	Средние цены на билеты в театр, руб.	Индекс цен на билеты по отношению к декабрю предыдущего года, %	Уровень инфляции (индекс потребительских цен по РФ), %	Уровень инфляции (индекс потребительских цен по Самарской области), %
2015	640,42	104,08	112,91	112,73
2016	663,51	102,29	105,39	105,19
2017	694,39	103,53	102,51	101,51
2018	709,49	102,17	104,26	104,45
2019	757,25	102,87	103,04	103,02
2020	760,18	100,39	104,91	105,56
2021	762,98	100,00	108,39	108,82
2022	813,34	106,60	111,94	112,66
2023	854,97	105,11	107,42	107,49
2024	977,59	113,60	109,52	109,77

Примечание: составлена авторами на основе источника [14].

Из табл. 2 видно, что с 2022 г. наблюдается наиболее существенный рост цен на театральные услуги. Если до 2022 г. индексы цен на билеты в театр в Самарской области отставали от уровня инфляции как по Самарской области, так и по России в целом, то в 2024 г. стоимость посещения театра возросла на 14% при среднем росте потребительских цен на 10%.

Тем не менее даже при увеличении цен на билеты в Самарской области наблюдается увеличение посещаемости театров. На рис. 2 показана динамика числа зрителей театров в Самарской области, в Приволжском федеральном округе и по России в целом.

Как показывают данные рис. 2, за период с 2020 по 2023 г. наблюдается резкий рост относительного показателя числа зрителей театров. Показательным является падение посещаемости в 2020 г., очевидно, связанное с пандемией COVID-19 и ограничениями, и последующее восстановление до уровня, близкого к допандемийному, при продолжающемся снижении численности населения. При этом показатели посещаемости по Самарской области в последние годы меньше общероссийского показателя и показателя ПФО. Причинами данных тенденций могут быть демографические, социально-культурные, экономические и другие факторы.

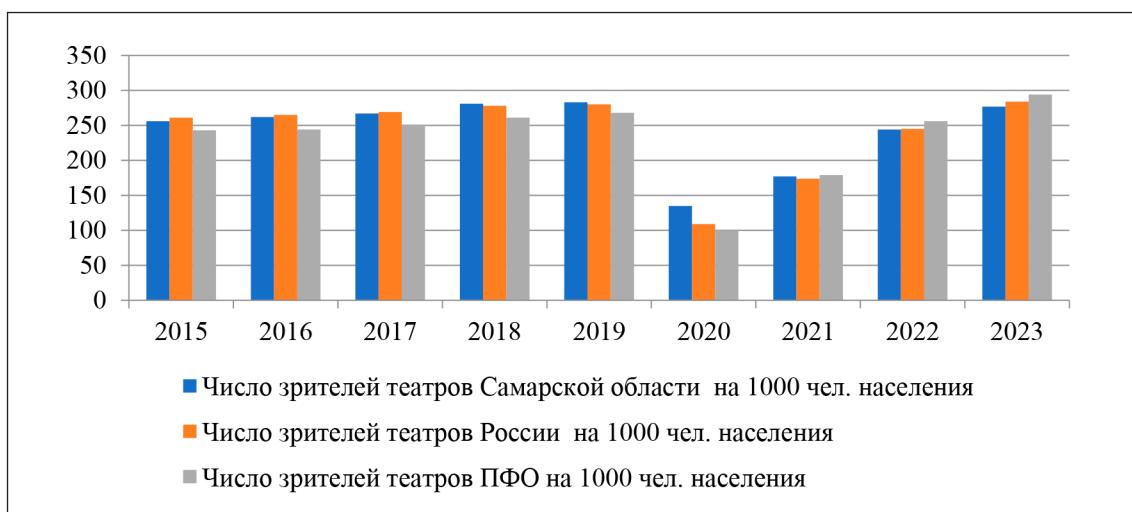


Рис. 2. Число зрителей театров на 1000 чел. населения в 2015–2023 гг.
Примечание: составлен авторами на основе источника [15]

Среди демографических факторов стоит отметить увеличение доли трудоспособного населения в Самарской области, которое становится активным театральным зрителем. Так, до 2020 г. отмечено снижение доли трудоспособного населения, а с 2020 г. наблюдается рост с 55,9 до 57,5%⁷. Еще одна причина – повышение общего культурного и образовательного уровня населения. По данным ВЦИОМ, 69% зрителей театров имеют высшее образование⁸. Кроме того, как показывает история России, именно в кризисные, переломные моменты увеличивается посещаемость театров [7, с. 168].

В такой сложной и конкурентной среде, где традиционные модели посещаемости подвергаются давлению множества факторов, возрастает необходимость в объективных инструментах разработки эффективных стратегий привлечения зрителя. В условиях конкуренции досуговых организаций важно использовать коллаборации с другими сферами креативных индустрий [4]. Ведь театр сегодня не является изолированным сегментом. Он активно взаимодействует с другими креативными индустриями, обмениваясь талантами, технологиями, контентом, аудиторией и даже бизнес-моделями. Эти взаимосвязи формируют сложную экосистему, которая способствует инновациям, появлению новых источников

дохода и повышению устойчивости всех участников (рис. 3).

Ключевые экономические аспекты взаимосвязей заключаются в следующем:

- обмене талантами: актеры, режиссеры, художники, технические специалисты перемещаются между индустриями, создавая новые возможности для заработка и развития;
- новых источниках дохода: продажа прав на экранизации, трансляции, создание мерча, коллаборации с брендами;
- совместных проектах: копродукции, фестивали, которые объединяют ресурсы и аудитории разных сфер;
- технологическом трансфере: внедрение инноваций из одной индустрии в другую (например, VR из гейминга в театр);
- расширении аудитории: взаимное привлечение аудитории через кросс-промоушен и создание гибридных продуктов;
- инвестициях и спонсорстве: привлечение средств из смежных отраслей или через совместные проекты.

Схема, приведенная на рис. 3, показывает, что современный театр, чтобы быть экономически устойчивым и актуальным, должен активно выстраивать взаимоотношения с другими креативными индустриями, используя их ресурсы, технологии и каналы для развития собственного потенциала и расширения своего влияния.

Внедрение предложенной модели позволит театрам Самарской области не только повысить свою финансовую устойчивость и привлекательность для аудитории, но и усилить свою роль в социокультурном развитии региона [2].

⁷ Федеральная служба государственной статистики / Статистические издания / Регионы России. Социально-экономические показатели [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 24.10.2025).

⁸ ВЦИОМ. Весь мир – театр! [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor-ves-mir-teatr> (дата обращения: 26.10.2025).



Рис. 3. Схема взаимосвязей театров и других сфер культуры
Примечание: составлен на основе Рис. 3. Схема взаимосвязей театров и других сфер культуры

Коллaborации откроют новые возможности для создания инновационных спектаклей и проектов, обогащения культурной жизни, а также стимулирования развития сопутствующих креативных индустрий.

Заключение

Анализ развития креативных индустрий и театральной деятельности позволил сделать вывод о том, что театр является значимым экономическим субъектом, который обладает огромным потенциалом для создания добавленной стоимости. В статье проанализированы статистические показатели результативности театральной деятельности, что позволило сделать вывод о необходимости поиска новых механизмов взаимодействия театров и других секторов креативной экономики для повышения эффективности их деятельности.

Итоговым результатом исследования является разработанная авторами графическая схема взаимосвязей театров и других сегментов креативной экономики, которая визуализирует точки их соприкосновения и определяет направления управления коллаборациями. Она демонстрирует, как сотрудничество с IT-компаниями, образовательными учреждениями, туристическим бизнесом, медиа и другими креативными секторами может способствовать диверсификации театрального продукта, расширению аудитории, привлечению дополнительных финансовых ресурсов и внедрению новых технологий.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с апробацией разработанной модели на практике в конкретных театрах Самарской области, оценкой экономической эффективности реализованных коллабораций, а также с разработкой методических рекомендаций по внедрению данной модели для других регионов России.

Список литературы

1. Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. 2021 [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/all/136723> (дата обращения: 26.10.2025).

2. Захарова Е.Н., Шалатов В.В., Ермакова О.Е. Концепция креативного региона: теоретические и практические аспекты

реализации // Московский экономический журнал. 2024. Т. 9. № 9. С. 169–179. DOI: 10.55186/2413046X_2024_9_9_378.

3. Музычук В.Ю. Творческие (креативные) индустрии: вызовы для некоммерческого сегмента сферы культуры // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2023. № 5. С. 7–39. DOI: 10.52180/2073-6487_2023_5_7_39.

4. Евменов А.Д., Еникеева Л.А., Сорвина Т.А. Пространственное развитие инфраструктуры творческих (креативных) индустрий регионов РФ // Журнал правовых и экономических исследований. 2022. № 4. С. 217–228. DOI: 10.26163/GIEF.2022.35.72.035.

5. Рахматулина Р. Творческие (креативные) индустрии – новый сектор экономики // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2022. № 5. С. 5–10. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49146669> (дата обращения: 25.10.2025).

6. Морозова Д.Л. Театр и государство: экономические обоснования субсидирования: монография. М.: Мир науки, 2022. 138 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://izd-mn.com/PDF/47MNNPM22.pdf> (дата обращения: 26.10.2025).

7. Театр XXI / под общей ред. А.Я. Рубинштейна. СПб.: Алетейя, 2022. 386 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/3QB4iQ> (дата обращения: 16.10.2025).

8. Шульгина Т.М. Организационно-экономические условия совершенствования театральной деятельности: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.05.00. М., 2016. 29 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dissertat.com/content/organizatsionno-ekonomicheskie-usloviya-sovershenstvovaniya-teatralnoi-deyatelnosti/read> (дата обращения: 16.10.2025).

9. Thamkulangkool P. Audience Development in Thai Contemporary Theatre and Dance: A Study of the Barriers to Audience-Building // Manusya: Journal of Humanities. 2021. Vol. 24. Is. 1. P. 22–36. DOI: 10.1163/26659077-02401009.

10. Chen X., Zhao M. New audiences' theater attendance in China: the impacts of transmedia storytelling, fan economy and social media marketing // Arts and the Market. 2025. Vol. 15. Is. 1. P. 63–78. DOI: 10.1108/AAM-08-2024-0055.

11. Horváth D. Curtain call for AI: Transforming theatre through technology // Sustainable Futures. 2025. Vol. 9. 100747. DOI: 10.1016/j.sfr.2025.100747.

12. Домнина С.В., Салынина С.Ю. Анализ показателей развития театрального дела как составляющая оценки благосостояния населения региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 1 (183). С. 16–27. DOI: 10.46554/1993-0453-2020-1-183-16-27.

13. Министерство культуры Российской Федерации. Театры Российской Федерации в цифрах. Статистический справочник за 2023 год. М.: ГИВЦ Минкультуры РФ, 2024. 208 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://stat.mkrf.ru/upload/iblock/2d4/2d4d560ef43f6d44e17688e284b09d6e.pdf> (дата обращения: 26.10.2025).

14. Федеральная служба государственной статистики / Официальная статистика / Индексы потребительских цен [Электронный ресурс]. URL: <https://63.rosstat.gov.ru/prices> (дата обращения: 26.10.2025).

15. Федеральная служба государственной статистики / Статистические издания / Социальное положение и уровень жизни населения России [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13212> (дата обращения: 24.10.2025).

Конфликт интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest.