сенсус

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТПЛЕЙС

Kazan Digital Week 2026 · аналитика по направлениям

Цифровая культура и креативные индустрии: Пушкинская карта, ИИ в учреждениях и права на креативный продукт

Как на Kazan Digital Week 2026 обсуждали данные Пушкинской карты, ИИ в музеях, архивах и филармониях, вертикальный контент, фестивали и права на креативный продукт. Цифры, кейсы регионов и позиции сторон.

Содержание

Ключевые показатели

Кратко

1. Пушкинская карта: от льготы для молодёжи к цифровой экосистеме

2. Данные культуры: от учёта билетов к управлению спросом

3. Государственная цифровая инфраструктура и ИИ-повестка Минкультуры

4. Учреждения культуры и ИИ: работающие кейсы

5. Архивы и наследие: оцифровка, распознавание и общий контур

6. Музейная мультимедиа и иммерсивные форматы

7. Кино и контент в экономике внимания

8. Фестивали и событийная индустрия: цифровой контур и ИИ

9. Креативные индустрии: центры прототипирования, школы и инкубаторы

10. Интеллектуальная собственность: без права нет актива

11. Кадры: гибридный автор, арт-менеджер и человек в центре

Выводы

Источники

Ключевые показатели

более 16 млн

Билетов по Пушкинской карте в 2026 году

67% владельцев сходили хотя бы раз · Ручкина Юлия, ВТБ

более 7 млн

Пушкинских карт оформлено за год работы с ВТБ

Против 13 млн за 4 года · Алексеева Жанна, Минкультуры России

более 12,5 тыс.

Учреждений культуры в Пушкинской карте

Держателей почти 8 млн · Алексеева Жанна, Минкультуры России

более 16 млн

Уникальных пользователей «Госуслуги Культура»

Плюс 2 млн в год · Павлова Светлана, ФКУ «Гостех»

более 40%

Доля кино в билетах по Пушкинской карте

Павлова Светлана, ФКУ «Гостех»

почти 70 млн

Оцифрованных предметов в Госкаталоге музейного фонда

Почти 4000 музеев · Алексеева Жанна, Минкультуры России

133

Проектов на отборе цифровых практик культуры

Из 47 регионов, 100 внедрены · Алексеева Жанна, Минкультуры России

10

Пилотных регионов на каждый показатель ИИ

4 показателя до 2030 года · Алексеева Жанна, Минкультуры России

270

Абонементов за первый час рассылки с ИИ

Презентация сезона за 2 часа · Нескоромная Мария, Пермская филармония

85%

Учреждений культуры Москвы на «Мосбилете»

Около 12 млн билетов за 2026 год · Коган Ян, Правительство Москвы

примерно в 3 раза

Рост стоимости памяти и СХД с начала года

Башкирев Антон, GDC Services

146

Школ креативных индустрий

68 регионов, свыше 20 000 подростков · Алексеева Жанна, Минкультуры России

около 70

Свидетельств на ГУ и НМПТ в 2025 году

Против 103 000 на товарные знаки · Горушкина Светлана, ФИПС

64%

Руководителям культуры не хватает знаний об ИС

Опрос ФИПС · Горушкина Светлана, ФИПС

с 7 до 38%

Доля ИИ-сгенерированных сериалов за год

Алексеева Ксения, Yango Play

530 тыс.

Посетителей фестиваля INTERVALS

Чучко Денис, Dreamlaser

Кратко

На Kazan Digital Week 2026 культуре и креативным индустриям были посвящены девять сессий с записью: о Пушкинской карте, региональных цифровых практиках, архивах и наследии, музейной мультимедиа, кино и вертикальном контенте, фестивалях, творческом образовании и интеллектуальной собственности. Выступали Минкультуры России, ФКУ «Цифровая культура», ВТБ, VK, Сбер, Эрмитаж, региональные министерства, архивы, музеи, вузы культуры и студии. Главные выводы такие. Пушкинская карта стала крупнейшей цифровой системой отрасли: в 2026 году по ней куплено более 16 млн билетов (Ручкина Юлия, ВТБ), но регионам не хватает детальных данных для управления спросом (Аюпова Ирада, Минкультуры Татарстана). Минкультуры закрепило четыре показателя применения ИИ до 2030 года и отбирает по 10 пилотных регионов на каждый (Алексеева Жанна, Минкультуры России). Учреждения сами внедряют ИИ-агентов и делают ПО с помощью ИИ, а архивам предлагают общие региональные сервисы вместо собственных. Узким местом креативной экономики остаются права: в 2025 году выдано 103 000 свидетельств на товарные знаки и лишь около 70 на географические указания и наименования мест происхождения (Горушкина Светлана, ФИПС).

1. Пушкинская карта: от льготы для молодёжи к цифровой экосистеме

За пять лет Пушкинская карта превратилась из программы доступа молодёжи к культуре в систему связанных государственных платформ, которая изменила и экономику, и учёт в учреждениях культуры.

1.1 Масштаб программы

Жанна Алексеева (Минкультуры России) назвала карту ключевым инструментом государственной культурной политики. Её принцип работы с молодёжью: «не заставлять ходить на мероприятия, а сделать так, чтобы культура стала частью досуга, была модной и доступной». Главные цифры, которые прозвучали на форуме:

- к программе присоединились более 12,5 тыс. учреждений культуры, держателей карт почти 8 млн (Алексеева Жанна, Минкультуры России);
- после перехода на ВТБ за год оформлено более 7 млн карт против 13 млн за предыдущие четыре года (Алексеева Жанна, Минкультуры России);
- на 1 января 2026 года у карты было 4 млн активных пользователей; в 2026 году куплено более 16 млн билетов, 67% владельцев сходили хотя бы на одно мероприятие (Ручкина Юлия, ВТБ);
- в афише портала «Культура.РФ» более 70 тыс. актуальных мероприятий по карте (Алексеева Жанна, Минкультуры России);

- больше всего держателей среди 17-летних: с начала года они оформили более 1 млн карт (Алексеева Жанна, Минкультуры России).

Баланс карты, напомнил Дмитрий Коновалов (ФКУ «Цифровая культура»), ежегодно пополняется на 5000 рублей в течение 8 лет, тогда как зарубежные аналоги обычно дают разовую субсидию выпускникам. Из 5000 рублей 2000 можно потратить на кино (Алексеева Жанна, Минкультуры России). Кино даёт более 40% всех билетов по карте; среди спектаклей, концертов и выставок популярны патриотические события, школьная классика и история края (Павлова Светлана, ФКУ «Гостех»).

1.2 Как устроена экосистема

По словам Алексеевой, экосистему создали Минкультуры совместно с Минцифры России, VK и ВТБ: это связанные информационные системы, сервисы, данные участников и правила. Карта выпускается онлайн в приложении «Госуслуги Культура». Светлана Павлова (ФКУ «Гостех») сообщила, что у приложения более 16 млн уникальных пользователей, в среднем плюс 2 млн в год, установок более 36 млн. С 2024 года действует интеграция с VK: после мероприятия пользователь ставит оценку и публикует отзыв на своей странице, а учреждение видит свои оценки. Данные реестра проданных билетов ежедневно автоматически передаются в ФКУ «Цифровая культура».

С 2026 года банк-оператор программы – ВТБ. Юлия Ручкина (ВТБ) рассказала, что банк за первый квартал стабилизировал работу и сохранил интеграции с Минкультуры и Минцифры. При выпуске карты ВТБ за несколько минут онлайн проверяет клиента по своим системам, правилам программы и базам МВД; 99% карт цифровые.

Рустам Хайбуллов (VK) делает ставку на мессенджер MAX как канал дистрибуции: по его данным, у MAX более 140 млн пользователей, из них 90 млн ежедневных, цифровой ID оформили более 10 млн человек, а более 6000 организаций культуры обеспечили льготный проход по подтверждению льгот в MAX. VK предлагает отказаться от обязательного бумажного паспорта на мероприятиях по карте: QR-билет и цифровой ID должны подтверждать личность. Для этого регионам нужно проверить настройки в учреждениях и обучить контролёров; крупнейшие билетные системы интеграцию уже поддерживают.

1.3 Что дальше

Предложения по развитию касаются в основном ИИ-помощников. ВТБ предлагает бота для учителя, который проведёт школьника от рассказа о карте до её выпуска, культурного помощника на основе школьной программы, ИИ-помощника для подключения новых учреждений и ассистента для экспертных советов со скорингом мероприятий по аналогии с кредитным (Ручкина Юлия, ВТБ). ФКУ «Цифровая культура» в этом году должно запустить ИИ-систему для заполнения форм участия учреждений и затем персональные рекомендации по истории посещений (Коновалов Дмитрий, ФКУ «Цифровая культура»). Ручкина также призвала учреждения убрать канцелярский язык из продвижения, даже если мероприятия классические.

2. Данные культуры: от учёта билетов к управлению спросом

Главный спор направления – не о технологиях, а о данных: федеральные системы накопили большие массивы, но регионы и учреждения пока не получают из них управленческих решений.

2.1 Что Пушкинская карта дала управлению

Ирада Аюпова (Минкультуры Татарстана) считает, что «управленческий ресурс Пушкинской карты гораздо выше, чем ресурс финансовый». Карта легализовала продажи в малых сельских учреждениях, которые ушли от серой кассы к белым терминалам, и дала реальный учёт посетителей там, где раньше статистика строилась на оценках. Коновалов добавил, что пять лет назад руководители многих учреждений не знали, что такое банковский эквайринг, а карта ввела единую идентификацию через ЕСИА и собрала афишу в единую базу.

2.2 Чего не хватает регионам

У регионов пока нет возрастной разбивки, частоты посещений и привязки к учреждениям и территориям, без которых нельзя адресно работать с аудиториями (Аюпова Ирада, Минкультуры Татарстана). Татарстан, по её словам, по итогам 9 месяцев потерял в количестве продаж по карте, хотя доходы от билетов выросли чуть меньше чем на 10%. Аюпова предлагает перейти от учёта проданных билетов к прогнозированию спроса и управлению им, открыть механизмы таргетинга регионам и рекомендовать не то же самое, а смежное: зрителю фильма о войне – спектакль и выставку по теме. Она отметила и проблему Госуслуг: карта не предлагается подростку проактивно в 14 лет, получение зависит от его инициативы.

Коновалов описал ту же картину со стороны федерального оператора: аналитика в учреждениях сводится к отчётной статистике без поиска корреляций, маркетинг слабый, системы разрознены и часто самописные, сохраняется цифровое неравенство регионов. ФКУ планирует анализировать накопленные за 5 лет данные с помощью ИИ и выдавать рекомендации регионам и учреждениям. Минкультуры и VK делают дашборд, в котором каждый регион увидит статистику карты по своей территории (Алексеева Жанна, Минкультуры России).

2.3 Региональные модели

- **Ямал.** Единую карту жителя «Морошка», запущенную в 2022 году, имеют более 70% жителей округа; она объединяет услуги культуры, образования, соцзащиты и спорта. Данные о посещаемости, возрасте и оценках используются для решений по каждому учреждению, льготы приведены к единому перечню, держатели получают 20% скидки, сотрудникам введены стимулирующие выплаты за работу с картой. Внедрение встретило сопротивление: «Населению кажется, что за ними следят и контролируют. Учреждениям культуры кажется, что их хотят оптимизировать» (Малькова Юлия, Департамент культуры ЯНАО).

- **Москва.** «Мосбилет» внедрён в 85% учреждений культуры города; с ним работают около 400 учреждений, за неполный 2026 год продано около 12 млн билетов. Система покрывает цикл от ценовой политики до идентификации на входе и аналитики (Коган Ян, Правительство Москвы).
- **Подмосковье.** Юлия Зуева (Минкультуры Подмосковья) рассказала, что в цифровой системе аккумулируются 852 дома культуры, хотя до 2026 года ими в министерстве занимались 2 человека. Запись в кружки идёт через Госуслуги с онлайн-договором, бумажные договоры отменены, с сентября действует электронный журнал. Верификация участников даёт данные для расчёта субсидий: платформа записи интегрирована с региональным электронным бюджетом. Камеры в залах считают зрителей по силуэтам без персонализации, а ИИ-помощник будет сравнивать ДК по 10 критериям. Умные ДК, по её данным, нарастили внебюджетные доходы на 27% при плане 15%.

3. Государственная цифровая инфраструктура и ИИ-повестка Минкультуры

Минкультуры переходит от отдельных порталов к плановому внедрению ИИ с показателями до 2030 года и пилотными регионами.

3.1 Федеральные платформы

Алексеева привела масштаб основных систем:

- на портале «Культура.РФ» свыше 180 000 единиц контента, более 100 млн посещений, почти 70 млн уникальных посетителей, более 30% аудитории – молодёжь до 24 лет; в федеральной афише за всё время почти 7,5 млн событий;
- в приложении дополненной реальности «Артефакт» почти 2,5 тыс. учреждений и более 1,5 тыс. выставок;
- Госкаталог музейного фонда объединяет почти 4000 музеев и практически 70 млн оцифрованных предметов, для поиска по нему применяется ИИ;
- в Национальной электронной библиотеке более 6 млн документов, в том числе 56 000 книжных памятников;
- в реестре нематериального этнокультурного достояния, который ведётся с 2025 года, более 100 объектов.

Виталий Павлов (ГИВЦ Минкультуры России) сообщил, что «Артефакт» получил мультиязычный функционал: материалы можно публиковать на 8 языках, включая татарский, башкирский, коми, эрзянский и мокшанский, а материал на национальном языке может быть исходной публикацией, а не переводом. По его словам, ценность определяют точность перевода, музейная и языковая экспертиза и качество аудио, а не технология.

3.2 ИИ по плану

Минкультуры определило 4 ключевых показателя применения ИИ до 2030 года: сохранение наследия, реставрация фильмов, обработка библиотечных поступлений и оптимизация загрузки учреждений (Алексеева Жанна, Минкультуры России). В 2026 году показатели реализуются в федеральных учреждениях, со следующего года – в пилотных регионах, по 10 на каждый показатель. До конца года в РГБ внедрят ИИ для работы с авторефератами и диссертациями, на «Культура.РФ» ИИ будет озвучивать произведения для людей с нарушениями зрения. На портале появится раздел о применении ИИ в культуре, будет сформирован экспертный совет. К 2030 году проектом «Производительность труда» должны быть охвачены все учреждения культуры.

3.3 Обмен практиками и его ограничения

На первый всероссийский отбор региональных практик цифровой трансформации культуры поступили 133 проекта из 47 регионов, из них 100 уже внедрены (Алексеева Жанна, Минкультуры России). Решения размещаются на «Культура.РФ» и в личных кабинетах «PRO.Культура.РФ» (Ломакина Елена, Минкультуры России). Ломакина же обозначила главное ограничение тиражирования: у федеральных и региональных учреждений нет таких финансов на технологичные проекты, как у коммерческих компаний. Учреждения указывают и на технический барьер: «PRO.Культура.РФ» не позволяет загружать данные из систем учреждений автоматически, их приходится вводить вручную (Лесников Кирилл, Пермская филармония).

4. Учреждения культуры и ИИ: работающие кейсы

Самые конкретные результаты показали не федеральные платформы, а отдельные учреждения, которые сами встроили данные и ИИ в ежедневную работу.

4.1 Пермская филармония: данные для ИИ-ассистентов

Мария Нескоромная (Пермская филармония) обозначила проблему: ИИ-ассистенты становятся главным посредником между аудиторией и учреждением, но их ответы о филармонии бывают недостоверны, вплоть до галлюцинаций. Решение – граф данных и описание данных на сайте в формате JSON-LD, чтобы ассистенты и поисковики точно считывали названия, цены, исполнителей и площадки (Лесников Кирилл, Пермская филармония). Для графа разработан MCP-сервер: ИИ-агенты получают данные, строят отчёты и даже голосом заводят новые концерты. Электронная программа концерта, бот и публикации в канале MAX формируются автоматически. После внедрения «Алиса» на вопрос о концертах ко Дню Победы называет будущие события филармонии и способ покупки билета. Презентацию 91-го сезона на 48 листов с 326 QR-кодами сделали с ИИ за 2 часа, а в первый час рассылки получили 270 покупок абонементов на весь сезон (Нескоромная Мария, Пермская филармония). SMM, автопостинг и продажа билетов через «Яндекс Станцию» выполняются ИИ-агентами, человек только наблюдает (Лесников Кирилл, Пермская филармония).

4.2 Вайб-кодинг вместо подрядчика

Владислав Глухов (Национальный музей Татарстана) рассказал о внутренней системе Arca CRM: общий календарь мероприятий по зданиям и филиалам, карточка события, из которой пресс-релиз уходит пресс-службе, публичная ссылка для записи, отметка прихода по QR-коду и встроенный мессенджер. Систему разработал один сотрудник-музеолог: код в основном писали ИИ-инструменты, он отвечал за архитектуру и тестирование. Илья Тамбовцев (Эрмитаж) увидел в этом выход из хронической проблемы технических заданий и недоработок подрядчиков: доработки открытых платформ теперь можно делать своими силами.

4.3 Привлечение аудитории

- Иркутский театр кукол «Аистёнок» сделал приложение «Окна.Ирк» с 4 аудиоспектаклями-прогулками по историческому центру; видеоконтент создан с помощью ИИ, который по архивным чертежам воссоздал сгоревший деревянный острог. Спектакль запускается только по геолокации в нужной точке, в нём звучат голоса около 30 жителей, контент с помощью ИИ переводится на китайский. По словам Андрея Стрельцова («Аистёнок»), Иркутск посещают около 2 млн туристов в год, из них почти 1 млн китайских, и в следующем году театр хочет выйти на этот рынок.
- Орловский музей изобразительных искусств после показа робота-экскурсовода на уличных экранах увеличил посещаемость «в разы»; второй по активности аудиторией робота стали пенсионеры. Главная функция робота – привести в музей новую публику, живого экскурсовода он не заменяет (Четверикова Светлана, Орловский музей изобразительных искусств).
- На портале «Культура 38» Иркутской области создан раздел «Культурный СВОд» – база бесплатных творческих коллективов для участников СВО и их семей; в нём более 500 карточек (Стрельцов Андрей, «Аистёнок»).
- Электронная библиотека Тамбовской области работает по интеграционному принципу с 7 участниками, включая архивы и музей, использует контекстный поиск по содержанию, а мастер-копию хранит на сервере без выхода в интернет (Пронина Людмила, Тамбовская областная научная библиотека).

5. Архивы и наследие: оцифровка, распознавание и общий контур

Архивные службы сходятся в том, что технологии доступны всем, а преимущество получит регион, который выстроит общую систему сервисов и правила работы с ИИ (Габдрахманова Гульнара, Госкомитет Татарстана по архивному делу).

5.1 Опыт регионов и Узбекистана

Красноярский край, где хранится чуть больше 4 млн документов Архивного фонда, перевёл в электронный вид все заголовки архивных дел при участии 60 муниципальных архивов и создал единую систему для всех архивов с доступом в интернет (Нихочина Анна, архивное агентство Красноярского края). Исследователь после идентификации через Госуслуги получает удалённый доступ и к скану, и к распознанному тексту, включая рукописи; поиск бесплатный. Перевод работы с источниками комплектования в электронный вид сократил документооборот с северными территориями с трёх месяцев до нескольких минут. В этом году агентство заключило трёхстороннее соглашение с разработчиком АИС «Архивы» и Яндексом о распознавании рукописных текстов. Гульнара Габдрахманова в ответ заявила, что архивные организации Татарстана с Яндексом не работают, считая это нарушением закона.

Узбекистан утвердил программу развития архивного дела до 2030 года: цель – более 1 млрд оцифрованных листов, внесение более 12 млн записей метаданных и оцифровка 60% документов Национального архивного фонда к 2030 году (Юсупов Улугбек, «Узархив»). Юсупов подчеркнул, что одного сканирования недостаточно, ключевую роль играют метаданные. Генеалогическая система «Шаджара» интегрирована с ЗАГС и строит родословное дерево автоматически; ИИ ищет дубликаты записей, но «окончательное заключение должен делать специалист после проверки доказательств».

5.2 Предложение: региональная архивная сеть

Антон Башкирев (GDC Services) перечислил четыре барьера: растущие объёмы при заканчивающихся площадях, требования приказа Росархива № 77 к хранению электронных документов, рост стоимости памяти и систем хранения примерно втрое с начала года и отсутствие на рынке инженеров машинного обучения. Документы с персональными данными нельзя отправлять в публичные облака, нужен доверенный контур внутри региона. Его модель: оператор – региональный архивный комитет, общие узлы оказывают хранение, оцифровку и ИИ как услугу, участники сохраняют право собственности и платят за потребление. Общие ИИ-сервисы могли бы проверять документы при приёме, находить персональные данные, обезличивать копии и готовить проект архивной справки. GDC Services предлагает пилот в Татарстане с Госкомитетом по архивному делу и Минцифры Татарстана.

5.3 Инструменты и их точность

АИС «Находка Сфера» ведёт сквозной поиск по машинописи и рукописям, обучена на дореволюционных метрических книгах и в пилоте – на арабской вязи, распознаёт описи и помогает в генеалогии; ИИ-функции работают в закрытом контуре (Скопин Юрий, «Находка-АИС»). Комплекс мониторинга РИТС контролирует в Госархиве Татарстана более 1000 единиц оборудования (Гарипов Донат, РИТС). «Турбо Облако» выделило Эрмитажу полпетабайта для резервного хранения более 350 ТБ материалов и даёт инференс-платформу для компьютерного зрения вместо покупки собственных GPU-серверов (Миронова Татьяна, «Турбо Облако»).

Исследователи МИРЭА предостерегли от переоценки: лучшая из сравнённых моделей распознавания старославянских рукописей ошиблась в 2,36% символов и 12,27% слов, а предобработка изображений не дала универсального улучшения; даже лучший результат требует проверки человеком (Пегов Евгений, МИРЭА).

5.4 Доверие к изображениям и доступность фондов

Один из участников сессии предупредил, что генеративный ИИ резко упростил подделку исторических фотографий, и предложил согласованные требования к оцифровке и метаданным, а также «цифровой паспорт» изображения с подтверждаемым происхождением, в котором ключевую роль играли бы музеи. Гульчачак Назипова (Казанский институт культуры) отметила, что на сайтах музеев Приволжья в лучшем случае представлены 3–4 коллекции, этнографов и ИТ-специалистов в музеях нет, а Госкаталог остаётся главным источником сведений о фондах. Тамбовцев предложил мобильные лаборатории оцифровки, которые объезжают небольшие музеи по графику.

6. Музейная мультимедиа и иммерсивные форматы

Практики сходятся в одном: экран сам по себе не создаёт вовлечения, а иммерсивный контент окупается, только если его можно тиражировать и продавать.

6.1 Что работает в экспозиции

«Экран не делает музей интерактивным», – сформулировал Дмитрий Мокруша («Медиакузня»). Энциклопедический интерактивный стол нужен немногим специалистам, большинству посетителей нужны разные сценарии, а главная задача мультимедиа – помочь понять сложное, как в Музее криптографии, где шифрам посвящены 3 этажа. Тамбовцев добавил, что хорошие проекты получаются только при плотной работе команды музея с подрядчиком. Сбер с нейросетью Kandinsky вместе с искусствоведами восстановил утраченную часть картины, ставшую частью экспозиции, а на выставке Кустодиева в Третьяковской галерее к камере, помещавшей посетителя в картину, стояли большие очереди (Бочарова Серафима, Сбер).

6.2 Монетизация иммерсивного контента

Евгений Надобников («Энди») констатировал, что VR-сценарии, дополненная реальность и панорамы 360 в лучшем случае работают в одном учреждении, в худшем – лежат на полке. Для коммерциализации нужны производство контента, платформы для обновления и статистики и каналы продаж. Музей может купить лицензию на чужой контент или тиражировать свой; VR-квесты для детей готовы оплачивать родители; 3D-модели артефактов выкупает игровая индустрия; инклюзивные иммерсивные решения помогают получать гранты. Он также предложил формат «музей приходит в школу»: показать контент в VR-очках в школе проще, чем привезти группу в музей.

6.3 Реконструкции и этика

Инна Лисович (РАНХиГС) предложила разделять в музейной работе с ИИ реконструкцию по данным, гипотетическую модель, художественную и научную интерпретацию; фиджитал-среда позволяет проверять гипотезы реконструкции, не вмешиваясь в подлинник. Сергей Матвеев (EligoVision) показал, как фотограмметрия и лазерное сканирование позволяют изучать скульптуры с точностью до 30 микрон, а утраченные скульптуры здания Биржи в Калининграде воссоздали по эскизам с помощью нейросети и доработки художником. Институт археологии АН Татарстана построил ГИС-модель Великого шёлкового пути: протяжённость Волжского торгового пути от Астрахани до Казани – 1275 км, около 405 км подтверждены археологически, около 20% ещё требует верификации (Сайфутдинова Гузель, Институт археологии АН Татарстана).

7. Кино и контент в экономике внимания

Спикеры кинопанели согласились, что конкурентом культурного контента стала лента соцсетей, а разошлись в оценке того, насколько короткие форматы совместимы с художественной ценностью.

7.1 Дефицит внимания и вертикальный формат

Ксения Алексеева (Yango Play) привела данные: время концентрации на одном экране сократилось примерно с 2,5 минуты до 47 секунд, люди проводят в ленте 2–3 часа в день, 90% зрителей ТВ одновременно сидят в телефоне, а 38% россиян не прочитали за год ни одной книги. При этом «нет дефицита историй», есть дефицит времени. Формируются два полярных тренда: микродрамы от 15 секунд до 2 минут и длинные форматы вроде подкастов. В Китае, по её данным, рынок микродрам за год вырос в 2 раза, за 8 месяцев 2026 года там сделали 430 000 микродрам; микродрамы монетизируются как игры, первые 6–8 эпизодов бесплатны. Её формула: «Алгоритм это новый редактор».

Алексей Козуляев, модератор сессии, признал, что в Россию формат заходит тяжело: кинематографисты восприняли его как «короткий метр, поставленный на торец». Единицей борьбы стала минута зрительского внимания, а основной потребитель вертикального контента в США, по его словам, – не подросток, а женщина 30–45 лет с детьми, у которой мало времени. Вертикалки он не считает «кино для тупых»: в них те же ценности, но студентов этому не учат. На форуме прошла лаборатория вертикальных сериалов «Креатон» с 15 участниками (Айтуганова Миляуша, Казанский институт культуры).

Роман Королёв (кинокомпания «Вечный огонь») возразил на тезис о распаде смысла: «фрагментарность формы не обязательно означает фрагментарность смысла». Его принцип – делать публикации не похожими, а смыслово совместимыми, начиная с ценностей. Но он же оговорился, что опыт молодёжного медиа «Кайен» – «не доказательство уже измеренного изменения картины мира».

7.2 ИИ в производстве

По данным Ксении Алексеевой, ИИ делает сериал в 10 раз дешевле, а доля сгенерированных сериалов за год выросла с 7 до 38%. Елена Яременко (ВГИК) рассказала, что серию альманаха «Космомир» сделали за 3 дня генерации и 1 день монтажа при обычном годовом цикле курсового проекта, а ИИ генерирует до 300 эмоциональных реакций для кукольной анимации. Александр Силкин (Gorizont Films) считает, что реклама за 7 лет стала практически полностью нейросетевой, а документалистика на подъёме, потому что живые истории нейросеть не заменит. Бочарова (Сбер) сравнила ИИ с кисточкой в руках художника и отметила, что русский культурный код закладывается в модель на этапе подготовки обучающих данных экспертами.

Евгения Разгуляева, ИИ-режиссёр и продюсер, указала на поток низкокачественного ИИ-контента для детей, за которым никто не следит, и настаивает на живых голосах. Ксения Алексеева прогнозирует, что маркировка ИИ-контента станет стандартом, а Ирина Глебова (ГИТР) советует авторам хранить все исходники с метаданными как доказательство, что контент не сгенерирован.

7.3 Региональная инфраструктура кино

Евгений Ростов (Megapix) сообщил, что 90% российского кино производится в Москве и Санкт-Петербурге, и напомнил о цели довести долю креативных индустрий в ВРП к 2030 году не менее чем до 6%. 60% сериала «Полдень» снято по XR-технологии. Кинокластер, по его словам, начинается с диагностики кадров, затем нужны кинокомиссия и меры поддержки, и нельзя опираться только на приём внешних съёмочных групп. Козуляев добавил, что оборудование без подготовленных кадров «заржавеет». Айтуганова заявила, что Татарстану кинокластер нужен «как воздух».

8. Фестивали и событийная индустрия: цифровой контур и ИИ

Для фестивалей цифровые системы стали производственной инфраструктурой: через них отбирают участников, продают билеты и управляют площадками.

8.1 Масштаб и экономика

- «Уральская ночь музыки» за 12 лет выросла с 40 площадок до 100 одновременно работающих локаций и 450 тыс. посетителей. Из не менее 2,5 тыс. заявок отбирают около 500 коллективов; заявки через CRM оценивают около 150 экспертов, каждую в среднем 5 экспертов. Число больших открытых площадок сократилось до 10–15 из-за постоянных согласований с полицией (Бондаренко Любовь, Департамент культуры Екатеринбурга).
- Фестиваль мультимедийного искусства INTERVALS в Нижнем Новгороде посетили 530 тыс. человек; доход инфраструктуры региона, по данным регионального Минтуризма,

превысил 150 млн рублей. Первые два фестиваля команда сделала за свой счёт, затем бюджет выделило правительство области (Чучко Денис, Dreamlaser).

- «Славянский базар в Витебске» принял представителей 52 стран и более 8000 артистов, город посетили около 400 тыс. туристов; билеты уходят в sold out за 3–4 месяца, а систему регистрации и логистики участников дирекция разработала сама и готова ею поделиться (Лапицкий Глеб, управление культуры Витебского облисполкома).
- Telegram-бот «Восточного базара» за день нашёл 200 человек, интересовавшихся фестивалем, но не купивших билеты; за ночь 18 из них купили (Фаттахов Рифат, «Восточный базар»).

8.2 ИИ в производстве шоу

Максим Загуменнов («Архитекция») рассказал, что ИИ спроектировал кинетическую подвесную раму на 12 тонн по аудио-ТЗ за 24 часа с последующей проверкой инженером, а рабочую документацию, на которую уходило 7–10 дней, теперь собирают за день. Готовые ERP-системы, по его словам, заточены под серийное производство, поэтому компания делает свою на открытом коде. В ближайшие полгода он ждёт ускорения в 5–7 раз, но не замены людей.

8.3 Где проходит граница

Рифат Фаттахов привёл случай: на конкурс «Новая татарская песня» подали несколько сгенерированных ИИ песен, жюри отвергло одну из самых популярных на татарской эстраде, и автор подал в суд, сославшись на отсутствие запрета ИИ в положении о конкурсе. Его позиция: «Искусственный интеллект может помочь перевести песню, но он не должен решать за народ, как звучит его культура». Денис Чучко (Dreamlaser) сообщил, что студия активно использует нейросети, но не подключает их к ключевым задачам; Любовь Бондаренко призвала проверять все факты, выданные ИИ.

9. Креативные индустрии: центры прототипирования, школы и инкубаторы

Государство строит сеть площадок, где подростки и студенты делают реальные заказы, а следующей задачей считает выход проектов к инвесторам.

9.1 Сеть и планы

Жанна Алексеева привела цифры:

- в 20 регионах на базе творческих вузов работают 26 центров прототипирования; в первом полугодии 2026 года ими воспользовались 3810 человек, за 2025 год – свыше 6,5 тыс. резидентов;
- с 2026 года на базе колледжей создаются творческие инкубаторы: работают 4 (3 в Москве и 1 в Перми), до 2030 года планируется 58 центров прототипирования и 20 инкубаторов;

- 146 школ креативных индустрий в 68 регионах, в них учатся свыше 20 000 подростков; конкурс на субсидию – 4 заявки регионов на место; до 2030 года планируется свыше 260 школ для более чем 30 000 подростков;
- 680 точек «Гений места» на базе модельных библиотек в 84 регионах и более 130 инклюзивных творческих лабораторий в 83 регионах.

Алексеева напомнила, что координация креативных индустрий по закону перешла к Минэкономразвития, но Минкультуры усиливает творческое и образовательное направление. Она предложила распространить «Гений места» на дома культуры и музеи.

9.2 Реальные заказы

Мария Гуськова (Роскультпроект) подчеркнула, что базовый формат школ – проектная работа для организаций своего города. Примеры: школа в Йошкар-Оле оцифровывает храмы для Яндекс Панорам и планирует охватить все 123 храма Марий Эл; в Улан-Удэ студийцы сделали упаковку шоколада по бурятским сказкам с аудиосказками по QR-коду; в Ставрополе создали звуковое и визуальное сопровождение спектакля филармонии, который посмотрели свыше 10 000 зрителей; обучающиеся полностью озвучили фильм «Мой друг Нерпа», вышедший в прокат. Роза Ахмадиева (Казанский институт культуры) сообщила, что весь дизайн Kazan Digital Week сделан центром прототипирования института, а проекты центров и школ участвовали в Российском венчурном форуме. По её словам, образовательные стандарты жёстко ограничивают вузы и колледжи, и опыт школ помог начать их менять.

9.3 Деньги и прогноз

Вадим Дуда (РГБ) сообщил, что РГБ зарабатывает около 500 млн рублей в год вне бюджета, в основном на креативных проектах, и оценил креативные индустрии в 10 трлн рублей: при доле 6% экономики к 2030 году они составят 18 трлн. Он предложил исследование будущего креативной экономики, чтобы планировать подготовку специалистов.

10. Интеллектуальная собственность: без права нет актива

Самый практичный вывод направления: креативный проект становится инвестиционным объектом только после регистрации прав, а с этим у регионов и учреждений системные проблемы.

10.1 Разрыв между идеей и инвестицией

Светлана Горушкина (ФИПС) сформулировала: «творческий инкубатор создает ценность, а регистрация интеллектуальной собственности как раз и превращает ее в актив». Инвестор вкладывается не в идею, а в права. Федеральный закон № 330 определяет креативный продукт через добавленную стоимость от использования результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, а для включения в реестр креативных индустрий и региональной поддержки нужна регистрация прав.

Основные риски по Горушкиной:

- у продуктов инкубаторов часто нет зарегистрированной правовой формы, а значит, нет актива для выхода на рынок;
- показ продукта на демодне или выставке до подачи заявки грозит потерей новизны; с 3 августа 2025 года заявку на изобретение или промышленный образец можно подать в течение 12 месяцев после раскрытия, на полезную модель – в течение 6;
- резиденты, мастера и площадки не оформляют договоры о правах, а промышленный образец, созданный по заказу, принадлежит заказчику;
- маркетплейсы принимают малые серии только с товарным знаком или географическим указанием.

10.2 «Региональный бренд» и компетенции

«Региональный бренд» не является объектом интеллектуальных прав: в Гражданском кодексе он распадается на товарный знак, наименование места происхождения и географическое указание. При этом в 2025 году выдано 103 000 свидетельств на товарные знаки и лишь около 70 – на географические указания и наименования мест происхождения. По опросу ФИПС, 64% руководителей органов культуры и муниципалитетов не хватает знаний об интеллектуальной собственности, а 30% не считают это своей задачей (Горушкина Светлана, ФИПС). Стратегия развития креативной экономики, по её словам, предполагает рост доли зарегистрированных объектов с 6% до 32% к 2036 году.

10.3 Инструменты

Горушкина привела меры поддержки: по московской программе ставка по кредиту под залог интеллектуальной собственности – 5% при поручительстве до 95%, в Татарстане гарантийный фонд даёт такой кредит под 7%; есть режим «патентной коробки». Она предложила проверять права при входе резидента в инкубатор, соблюдать правило «сначала заявка, потом показ», объединить центры прототипирования, центры поддержки технологий и инноваций и центры «Мой бизнес» в единый маршрут, распространить кредиты под залог прав на регионы с креативными кластерами и учить охране прав уже в школах креативных индустрий. Гуськова подтвердила, что регистрации прав учат в школах и центрах прототипирования. Итог Горушкиной: «сама идея без права это подарок конкуренту».

С правами на ИИ-контент ситуация ещё менее определённа: правила постоянно меняются (Яременко Елена, ВГИК), а вопрос о роли творца и авторском праве на сгенерированные песни, по словам Фаттахова, требует дальнейшего изучения.

11. Кадры: гибридный автор, арт-менеджер и человек в центре

Почти все спикеры, говорившие об ИИ, пришли к выводу, что он обесценивает операции, а не профессии, и требует перестройки подготовки кадров.

11.1 Что меняется в профессиях

Афанасий Саввин (Универсальный университет) считает, что ИИ освоил практически 90% задач младших специалистов креативных индустрий, поэтому от новичков требуются суждение, вкус и лидерство: они уже работают как руководители агентных систем. По одному проекту компетенции студента оценить нельзя, если подросток с вайб-кодингом делает видеоигру за выходные. Вузы, по его наблюдению, принимают документы о регламентации ИИ, но мало кто перестраивает содержание программ; образование должно стать плотнее и, возможно, короче четырёх лет. Козуляев формулирует похожую задачу как подготовку «гибридного автора», который совмещает режиссёра, продюсера, сценариста, оператора и продвиженца: «ИИ не отменяет профессию, он обесценивает отдельные операции». Ахмадиева добавила, что после обновления сельских клубов по нацпроекту их директор должен стать многопрофильным и владеть цифровыми технологиями.

11.2 Управление и продвижение

Ильмар Альмухаметов (Уфимский институт искусств) описал арт-менеджера как «бюрократа от искусства», который соблюдает законодательство, продаёт искусство и организует творцов. Его наблюдения по театру: спектакли кукольного театра с узнаваемыми названиями продаются полностью, а с незнакомым – на 20% зала; серьёзный жанр интересен примерно 3% публики; репертуар стоит делить примерно 50 на 50 между интересами зрителя и задачами театра. Он призвал студентов с первого курса размещать видеовизитки и резюме в пабликах кастингов. Татьяна Калинина (Арзамасский филиал ННГУ) показала, как библиотеки используют метафорические карты и трансформационные игры для работы с подростками, профориентации и профилактики буллинга.

11.3 Человек, а не алгоритм

Риски спикеры описывали по-разному. Саввин предупреждает о потере субъектности: чем больше человек делегирует ИИ, тем меньше у него собственных желаний. Вероника Мендельсон (Казанский институт культуры) указывает на дегуманизацию туризма и запрос на цифровой детокс: «люди едут к людям». В детских проектах, по словам Гузель Талиповой («Этно-Авангард»), ИИ «не думал вместо ребенка, а помогал ему искать и воплощать собственные идеи»: за 2 дня интенсива Tukai Lab подростки создали 5 песен на основе татарской культуры. Назипова привела пример риска: в созданной ИИ презентации студентки о татарском орнаменте орнамент оказался не татарским. Тамбовцев подытожил: цифра должна освобождать время для жизни в реальном мире.

Выводы

- Пушкинская карта стала основной цифровой системой отрасли: более 12,5 тыс. учреждений, почти 8 млн держателей (Алексеева Жанна, Минкультуры России) и более 16 млн билетов в 2026 году (Ручкина Юлия, ВТБ). Следующий этап – ИИ-помощники для школьников, учреждений и экспертных советов.

- Регионам не хватает детальных данных карты, и они просят перейти от учёта билетов к прогнозированию спроса (Аюпова Ирада, Минкультуры Татарстана); региональные системы вроде «Морошки» на Ямале (более 70% жителей) и «Мосбилета» в Москве (85% учреждений) уже дают такую аналитику.
- Минкультуры перевело ИИ в плановый режим: 4 показателя до 2030 года, по 10 пилотных регионов на показатель, раздел и экспертный совет по ИИ на «Культура.РФ» (Алексеева Жанна, Минкультуры России).
- Отдельные учреждения опережают федеральные платформы: Пермская филармония отдала продвижение и продажи ИИ-агентам и получила 270 абонементов в первый час рассылки (Нескоромная Мария, Пермская филармония), а CRM Национального музея Татарстана написана с помощью ИИ одним сотрудником (Глухов Владислав, Национальный музей Татарстана).
- Архивам предлагают общие региональные ИИ-сервисы в доверенном контуре вместо собственной инфраструктуры, поскольку стоимость памяти и систем хранения выросла примерно втрое, а ML-инженеров на рынке нет (Башкирев Антон, GDC Services); точность распознавания рукописей пока требует проверки человеком (Пегов Евгений, МИРЭА).
- Креативная экономика упирается в права: около 70 географических указаний и наименований мест происхождения против 103 000 товарных знаков за 2025 год и 64% руководителей без нужных знаний (Горушкина Светлана, ФИПС). Сеть центров прототипирования и школ креативных индустрий до 2030 года вырастет до 58 центров и свыше 260 школ (Алексеева Жанна, Минкультуры России).
- Спикеры сходятся в том, что ИИ удешевляет операции (сериал в 10 раз дешевле, по данным Алексеевой Ксении, Yango Play), но не заменяет автора; спорными остаются права на ИИ-контент и границы его допустимости, как в судебном споре вокруг ИИ-песни на конкурсе «Новая татарская песня» (Фаттахов Рифат, «Восточный базар»).

Источники

- Сессия «Пушкинская карта как драйвер цифровизации отрасли», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Цифровая реальность в культуре: инновационные кейсы», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Новые формы сторителлинга: культура в эпоху распределенного внимания», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Event Digital: культурные проекты в эпоху алгоритмов», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Живая история: ИИ-решения для сохранения культурного кода и исторической памяти», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Цифровая трансформация культурного наследия: новые горизонты глобального обмена (продолжение)», Kazan Digital Week 2026

- Сессия «Идеи в инвестиции: как творческие инкубаторы и центры прототипирования создают ценность», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Арт-менеджмент в культуре. Управление. Театр 3.0 в Атласе профессий будущего», Kazan Digital Week 2026
- Сессия «Использование МАК и Т-игр в библиотечном пространстве», Kazan Digital Week 2026