

Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

*Московский государственный институт культуры, Россия
Доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой социально-культурной деятельности**Moscow State Institute (University) of Culture, Russia
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of Department of Social and Cultural Activities
yaroch1@yandex.ru***ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННЫХ
КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК**

В статье рассматривается индустрия развлечений – новый сегмент культурных индустрий, становление которого отражает общие закономерности развития современного культурного процесса. Гедонистическая функция определяет специфику всех социокультурных функций индустрии развлечений (развивающая функция, познавательная функция, функция отдыха, функция развлечения, коммуникативная функция и др.). Возможность получения удовольствия и впечатлений является основными побуждающим мотивом развлечений. В развитии мировой индустрии развлечений преобладает вектор интеграции потребностей в получении новых впечатлений и форм удовлетворения этих потребностей. Дальнейшее развитие индустрии развлечений автор связывает с развитием социально-культурных технологий, позволяющих решать задачи социально-культурного воспитания и развития личности в специфических условиях организованного досуга.

Ключевые слова: культурные индустрии, индустрия развлечений, индустрия досуга, организация отдыха и развлечений, функции индустрии развлечений.

**THE ENTERTAINMENT INDUSTRY IN
THE FIELD OF CONTEMPORARY
CULTURAL PRACTICES**

The article discusses the entertainment industry – a new segment of cultural industries, the formation of which reflects the general regularities of development of modern cultural process. Hedonistic function determines the specificity of all social and cultural functions of the entertainment industry (educational function, cognitive function, function of recreation, the entertainment function, communicative function, etc.). The possibility of obtaining fun and excitement is the main encouraging motto for entertainment. In the development of global entertainment industry needs to gain new experiences dominates. Further development of the entertainment industry the author considers as the development of socio-cultural technologies, allowing to solve tasks of social-cultural education and personal development in the specific conditions of organized leisure.

Key words: cultural industry, entertainment industry, leisure industry, leisure and entertainment functions, entertainment, industry.

В системе культурных индустрий особое место занимает сегодня развлекательная индустрия – она являет собой не только

бурно развивающийся сектор экономики, но и образец яркой и притягательной культурной формы, которая устанавливает новые приоритеты социаль-



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

ного и личного поведения, новые образы престижности, дает возможность культурной самоидентификации и самореализации личности. Влияние развлечений на духовное состояние человека определяется содержанием мотивов и потребностей, удовлетворяемых продуктами индустрии развлечений.

В интерпретации понятия «индустрии развлечений» преобладает широкий подход, который позволяет утверждать, что в данную индустрию включена «любая деятельность, защищенная авторскими правами и имеющая отношение к кинобизнесу, музыке, телевидению, литературе, производству компьютерных программ, видео и аудиоматериалов, а также компаний, связанных с их доставкой и сбытом. Большинство определений индустрии развлечений сводятся к перечислению видов деятельности или предприятий, отнесенных к развлечениям»¹. При этом отмечается, что данный подход «не выявляет специфику деятельности предприятий, занятых в развлечении людей и не отражает вид потребности, на который они ориентированы»².

Функциональная направленность развлечений в отечественной литературе чаще всего раскрывается через анализ потребностей: «...через развлечения человек удовлетворяет свои духовные, интеллектуальные или физиологические потребности, оценивает себя как личность, анализирует свою роль в различных ситуациях и социальных системах, получает заряд эмоций и острых ощущений»³. Индустрия развлечений предоставляет разнообразные культурные услуги, основной целью которых является реализация рекреативной и гедонистической функций досуга – возможность полу-

чения удовольствия и впечатлений является основным побуждающим мотивом развлечений.

Современные культурологи, возможно несколько опережая события, даже спешат сделать вывод о том, что «сегодня развлечения все увереннее становятся доминирующим фреймом современной цивилизации»⁴. Нам представляется, что пока рано говорить о доминантной роли развлечений в структурировании современных цивилизационных процессов, но стоит согласиться с тем, что роль этой культурной формы постоянно усиливается и современной культурой активно востребованы ее социорегулятивные возможности. Свидетельством этому можно признать постоянно расширяющееся многообразие развлечений, их содержания и форм практической реализации, а также массовый характер участия людей в потреблении услуг в развлекательной индустрии.

Именно поэтому мы ставим перед собой задачу прояснения состава (фрейма) понятия «индустрия развлечений» и его экспликации в зарубежной и отечественной практике. Специфика фрейма состоит в его смысловой иерархической организации: фрейм всегда начинается с поиска ответов на вопросы «что» и «почему». Именно эти вопросы, заданные в проекции развития современной социально-культурной деятельности, составляют содержание данной статьи.

Исходным для анализа должно стать прояснение соотношения понятий «культурные индустрии», «индустрия развлечений» и «индустрия досуга». Собственно говоря, порядок, в котором мы перечислили данные понятия, и есть отражение их взаимосвязи: «культурные индустрии» – родовое понятие, а «индустрия развлечений» и «индустрия досуга» – видовые и, как мы считаем, синонимичные.

Культурные индустрии в соответствии с классификацией Конференции ООН по торговле и

¹ Стальная, В.А. Индустрия развлечений в мировой экономике: современные тенденции и перспективы развития // Российский внешнеэкономический вестник. 2009. №2. С.17.

² Там же.

³ Тёмный, Ю.В. Экономика туризма: Учебник / Ю.В. Тёмный, Л.Р. Тёмная. Москва : Советский спорт, 2003. С. 214.

⁴ Понукалина, О.В. Развлечения в контексте современной массовой культуры // Вопросы культурологии. 2010. № 10. С. 84.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

развитию⁵ распределяются по четырем большим сферам: культурное наследие, искусство, медиа, функциональные сферы. В данной классификации индустрия развлечений понимается как «функциональная сфера», включающая в себя креативные услуги и культурный досуг. Однако этим сфера индустрии развлечений не исчерпывается.

В ряде публикаций, раскрывающих функциональную природу современной индустрии развлечений, показано, что она включает парки культуры, тематические парки, аквапарки, аркадные игры, казино, бильярдные, боулинги, катки, лазерные тирры, интерактивные музеи и различные места встреч для детей, взрослых, для всей семьи, а также растущее число смешанных структур, которые постоянно изменяются, следуя новым требованиям рынка, последним достижениям техники и показателям качества досуговых услуг. Сам по себе этот перечень позволяет составить лишь самое общее представление о некоторых признаках, отличающих индустрию развлечений.

Для понимания сущности и специфики индустрии развлечений следует обратиться ко «Всемирному обзору индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2012–2016 гг.», в котором представлены данные по четырем основным регионам, включающим 48 стран и территорий мира. Эти отчеты и детализированные прогнозы ежегодно разрабатывает Международная кампания PwC (PricewaterhouseCoopers), объединяющая ведущих экспертов и специалистов индустрии развлечений и СМИ. Информация, представленная в данных отчетах, отражает коллективные знания и аналитические возможности большой команды специалистов PwC, работающих с различными компаниями в сфере развлечений и СМИ по всему миру. Это уникальный отраслевой ресурс, предлагающий прогноз динамики мировых потребительских расходов и поступлений от рекламы, а также анализ

тенденций в области технологий, государственного управления, политики и бизнеса, лежащих в основе этого прогноза.

Согласно результатам ежегодного исследования PwC «Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2014–2018 годы» (Global Entertainment & Media Outlook 2014–2018), объем мирового рынка индустрии развлечений и СМИ составил 1,7 трлн долл. США в 2013 году и со среднегодовым темпом роста 5% достигнет объема 2,2 трлн долл. США к 2018 году⁶.

Основными стимулами роста доходов во всем мире становятся цифровые носители. Общие расходы на цифровой контент в индустрии развлечений и СМИ (исключая расходы на интернет-доступ) в период с 2013 по 2018 год будут расти на 12,2% в год и составят 65% от глобального роста расходов на развлечения и СМИ – то есть почти два из каждых трех долларов⁷.

Российский рынок остается одним из самых динамичных в регионе Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА), занимая 5-е место.

Наиболее динамично развивающимися сегментами рынка станут интернет-реклама (17,8%), доступ в интернет (14,4%), киноиндустрия (10,6%) и платное телевидение (10,3%). Газеты продемонстрируют низкий темп роста (2,1%), а динамика рынка книгоиздания будет отрицательной (-3,6%). Среднегодовой темп роста рынка развлечений и СМИ в России с 2014 по 2018 год составит 9,5% и к 2018 году объем рынка достигнет 42,1 млрд долл. США.

Специалисты PwC отмечают, что в ближайшие пять лет Россия продолжит оставаться лидером интернет-рынка Центральной и Восточной

⁶ Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2014–2018 годы (Global Entertainment & Media Outlook 2014–2018). [Электронный ресурс] URL: http://www.pwc.ru/ru_RU/ru/entertainment-media/publications/outlook-2014.jhtml

⁷ Российский рынок развлечений и СМИ занимает 5-е место в регионе Европы, Ближнего Востока и Африки. [Электронный ресурс] URL: http://www.pwc.ru/ru/press-releases/2014/outlook_2014.html

⁵ UNCTAD, Creative economy report 2008. [Электронный ресурс] URL: http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf. P. 38.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

Европы. Рынок интернет-рекламы вырастет более чем в 2 раза за прогнозный период, с 2,2 млрд долл. США в 2013 году до 4,9 млрд долл. США к 2018 году, что сделает его 4-ым по объему в регионе ЕМЕА. Поисковая реклама – преобладающий сегмент рынка. В 2013 году сумма доходов от платной поисковой рекламы достигла 1,43 млрд долл. США, что составляет 66% общей суммы выручки от интернет-рекламы. В течение прогнозного периода среднегодовой темп роста в сегменте поисковой рекламы составит 17%, а сумма доходов от нее в 2018 году достигнет 3,14 млрд долл. США. Несмотря на рост цифровых СМИ, телевизионная реклама сохраняет свои позиции. Российский рынок ТВ-рекламы продолжит стабильный рост на уровне 8,1% в год и достигнет нового рекордно высокого показателя 6,4 млрд долл. США в 2018 году. Рост сегмента ТВ-рекламы будет обеспечиваться за счет новых международных рекламодателей, в том числе, в рамках крупных спортивных мероприятий – чемпионата мира по футболу 2018 года и этапа «Формула-1», а также благодаря развитию цифрового телевидения, особенно по мере развития онлайн-сервисов крупнейших телеканалов⁸.

Крупнейшие по объему рынки развлечений и СМИ имеют положительную динамику. Россия, будучи на двенадцатом месте по объему рынка развлечений и СМИ, демонстрирует один из самых больших среднегодовых темпов роста 9,8%. Здесь нашу страну опережает только Китай, имеющий прогноз в 10,9% среднегодового темпа роста. Столь позитивный прогноз развития индустрии досуга и СМИ в целом отражает тенденцию стремительного роста досуговых потребностей населения и расширения форм досуговых практик, в том числе, реализуемых за счет информационных технологий и СМИ.

⁸ Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2014-2018 годы» (Global Entertainment & Media Outlook 2014-2018). [Электронный ресурс] URL: http://www.pwc.ru/ru_RU/ru/entertainment-media/publications/outlook-2014.jhtml

Однако в целях анализа необходимо четко обозначить расхождение в обозначении изучаемого нами явления и того, что описывают исследования PwC. Здесь речь идет о том, что сегмент индустрии досуга гораздо уже, чем сегмент всей индустрии развлечений и, соответственно, обе этих области («индустрия досуга» и «индустрия развлечений») покрываются более широким понятием «индустрия культуры».

Рассмотрим, что авторы исследований включают в состав индустрии развлечений и СМИ:

- Доступ в Интернет: проводной и мобильный
- Интернет-реклама: проводная и мобильная
- Платное телевидение
- Телевизионная реклама
- Музыкальная индустрия
- Киноиндустрия
- Видеоигры
- Радио
- Наружная реклама
- Потребительские журналы
- Газеты
- Потребительская и образовательная литература
- Деловая информация (B2B).

Этот общий перечень показывает, что сюда сведены только компоненты того, что в России принято называть медиа-индустрия, киноиндустрия, музыкальная индустрия.

Между тем, в отечественной и зарубежной литературе структура индустрии досуга и развлечений рассматривается более детализировано.

Структуру современной индустрии развлечений в зарубежных странах хорошо иллюстрируют сведения, отражающие основные услуги по организации различных культурных событий и удовлетворения досуговых интересов широкой публики, представленного в издании «Состояние индустрии развлечений Великобритании: драйвер для



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

роста»⁹, подготовленного в 2012 году представителями двух британских организаций – BISL и Oliver Wyman.

BISL (Business In Sport and Leisure) – британская профессиональная ассоциация является стратегическим органом, представляющим частный сектор в спорте и индустрии досуга. Она была создана в 1987 году и теперь имеет репутацию главного органа, объединившего профессионалов в области спорта и индустрии досуга Великобритании. Эта организация успешно сотрудничает с правительством по вопросам конкретной политики в области лицензирования деятельности, обеспечения занятости, планирования и налогообложения в сфере досуга и азартных игр.

Компания Oliver Wyman – дочерняя компания известной консалтинговой фирмы Marsh & McLennan Companies [NYSE: MMC], предлагающей профессиональные услуги по оценке финансовых рисков, разработке экономических стратегий и развитию человеческого капитала. Таким образом, авторами доклада стали, с одной стороны, ведущее консалтинговое агентство, а с другой – ведущая профессиональная ассоциация, объединяющая профессионалов индустрии досуга.

В отчете используется следующее определение индустрии развлечений: «Индустрия развлечений предоставляет услуги и продукты для потребителей бизнеса, семей или отдельных лиц, отечественных или зарубежных, призванных удовлетворить спрос населения на отдых, обеспечить возможности для активной деятельности, в частности для спорта, культуры, отдыха, еды и питья, в дневное и ночное время, в сфере азартных игр, и гостеприимства»¹⁰. Авторы этого исследования вводят также определение «экономика досуга» (Leisure Economy), которое в широком смысле, отражает сегмент экономики, обеспечивающий доступ потребителя к продуктам и услугам, предоставляе-

мый компаниями и организаций, непосредственно работающих в индустрии досуга или тесно связанных с ней (туризм, торговля и т.д.)¹¹.

В Таблице 1 представлена официальная статистическая разбивка определения индустрии развлечений. Описания отдельных категорий были взяты авторами из «ONS: UK Standard Industrial Classification of Economic Activities 2007», официального документа, раскрывающего стандарты промышленной классификации экономической деятельности в Великобритании в 2007 году.

Таблица 1. Структура индустрии досуга Великобритании¹²

Section I: Accommodation and Food Services Activities.	Услуги проживания и организации питания. «Данный раздел включает предоставление краткосрочного проживания для посетителей и других путешественников и предоставление полного ассортимента продуктов питания и напитков, готовых для непосредственного потребления. Количество и тип дополнительных услуг, предоставляемых в этом разделе могут варьироваться в широких пределах».
Section J: Information and Communication.	Информация и коммуникация. «Этот раздел включает производство и распространение информации и продукции в сфере культуры, обеспечение передачи или распространения этих продуктов, а также данных или коммуникаций, деятельность в области информационных технологий и обработки данных и производство других информационных услуг».
Section N: Administrative and Support Service Activities.	Административная деятельность и вспомогательные службы. «Этот раздел включает в себя различные мероприятия по орга-

116

⁹ State of the UK Leisure Industry: A Driver for Growth. London: Oliver Wyman, 2012. 86 pp.

¹⁰ Ibid. P. 6.

¹¹ Ibid.

¹² Ibid. P. 72-73.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

	низации и бизнес-обеспечению. Эти работы отличаются от тех, в секции M, тем, что их основной целью является не передача специальных знаний, а административная деятельность и вспомогательные службы. Этот раздел включает в себя различные мероприятия по управлению и бизнес-обеспечению».
Section R: Arts, Entertainment and Recreation.	Искусство, развлечения и отдых. «Этот раздел включает в себя широкий спектр мероприятий, обслуживание проведения различных культурных, развлекательных и рекреационных для широкой публики, в том числе живые выступления, работа музеев, азартные игры, спортивные и оздоровительные мероприятия».

Итак, состав индустрии развлечений, *во-первых*, включает услуги проживания и организации питания (Section I). Индустрия развлечений тесно интегрирована с индустрией туризма и гостеприимства и отчасти может быть рассмотрена как ее неотъемлемая часть. В том числе важным здесь является включение в состав индустрии развлечений организации питания. Речь идет, прежде всего, о кейтеринге как технологии, которая предусматривает приготовление и доставку блюд и напитков на различные банкеты, празднества, свадьбы и иные торжественные мероприятия, проходящие как в месте приготовления блюд и напитков (ресторан, гостиница), так и в указанном заказчиком месте (банкетный зал предприятия, места отдыха на открытом воздухе и т. п.).

Второй компонент (Section J) – это производство информационных продуктов и коммуникативных услуг в сфере досуга. Здесь имеются в виду, конечно, все виды меда-продукции от музыкальных записей, распространяемых по всем каналам информации, продаваемых на всех носителях, до информационных проектов в интернете.

Третий компонент (Section N) – административная деятельность и вспомогательные службы – включает в себя организацию, продвижение и управление событиями, такими как деловые и торговые шоу, конгрессы, конференции, различные профессиональные встречи. В этом контексте данный вид деятельности очень похож на тот сегмент отечественного рынка услуг, который называется «Менеджмент выставок и презентаций».

И, наконец, *четвертый раздел*, который включает в себя все процессы подготовки и проведения различных культурных, развлекательных и рекреационных мероприятий для широкой публики (Section R). Можно смело утверждать, что данный сегмент в целом охватывает несколько областей, которые в российской практике принято считать достаточно автономными: театрально-концертная, социально-культурная деятельность, профессиональный и любительский спорт, фитнес-индустрия.

Рассмотрим подробнее данный раздел¹³, охватывающий широкий диапазон услуг по организации различных культурных развлечений и удовлетворения досуговых интересов широкой публики, включая живые выступления, интерактивные развивающие пространства, азартные игры, спортивные состязания и активный отдых.

¹³ State of the UK Leisure Industry: A Driver for Growth. London: Oliver Wyman, 2012. P. 73.



КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ / CULTURAL INDUSTRIES

Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

Раздел		Краткое описание	Состав
R 90.01	Исполнительские виды искусства	Организация концертных, оперных, танцевальных и других представлений	Живые театральные представления, концерты, оперные и балетные представления, включая других участников творческой деятельности (арт-группы, цирки, оркестры, музыкальные группы, отдельные исполнители - актеры, танцоры, музыканты, дикторы и др.)
R 91.01	Деятельность библиотек и архивов	Документационное обеспечение и информационная деятельность библиотек всех видов	Деятельность библиотек и государственных архивов предоставляющих услуги чтения, прослушивания и просмотра изданий широкой публикой или специальными клиентами, такими как студенты, ученые, специалисты, а также эксплуатация библиотек и государственных архивов
R 91.02	Музейная деятельность	Деятельность музеев всех видов	Работа музеев всех видов, в том числе, музеев искусства, музеев ювелирных изделий, мебели, костюмов, керамики, изделий из серебра, музеев естественной истории, музеев науки и техники, исторические музеи, включая военные музеи
R 91.03	Эксплуатация и сохранение исторических мест, зданий и других достопримечательностей, открытых для посетителей	Эксплуатация и сохранение исторических мест и зданий	
R 91.04	Деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников	Эксплуатация ботанических и зоологических садов, работа заповедников, в том числе сохранение дикой природы	
Раздел R 92.00	Азартные игры и ставки на спорт	Эксплуатация игровых автоматов, букмекерских услуг	Продажа лотерейных билетов, букмекерство и другие виды операций по ставкам, работа игровых автоматов, работа казино, off-track пари или виртуальных игорных веб-сайтов
R 93.11	Деятельность спортивных объектов	Эксплуатация объектов для спортивных мероприятий в закрытых помещениях на	Состязания на стадионах, аренах, беговых дорожках или курсы для футбола, хоккея, крикета,



КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ / CULTURAL INDUSTRIES

Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

Раздел		Краткое описание	Состав
		открытом воздухе	регби, бокса, гольфа, боулинга, плавания и других видов спорта. Организация спортивных мероприятий на открытом воздухе или в помещении для профессионалов или любителей организациями, имеющими собственные средства
R 93.12	Деятельность спортивных клубов	Эксплуатация спортивных клубов	Работа спортивных клубов, включая футбол, боулинг, гольф, бокс, зимние виды спорта, шахматы, легкую атлетику или аренду клубов
R 93.13	Деятельность фитнес-центров	Работа сооружений и клубов для фитнеса и бодибилдинга	
R 93.19	Другие спортивные мероприятия, включая деятельность владельцев скаковых лошадей	Деятельность отдельных спортсменов и тех, кто поддерживает спортивные мероприятия	Стремление к получению спонсорской поддержки, внешних денежных доходов и денежных призов. Деятельность производителей или промоутеров спортивных мероприятий, спортсменов, судей, судей деятельности спортивных лиг и регулирующих органов, ипподромов, автомобильных гоночных команд. Организация спортивной рыбалки и разрешенной охоты.
R 93.20	Деятельность парков культуры и тематических парков	Предоставление услуг, связанных с развлечением и отдыхом	Деятельность парков культуры и тематических парков, включая работу различных достопримечательностей, таких как механические аттракционы, водные аттракционы, игры, шоу, тематических выставок. Эксплуатация транспортных средств для отдыха (яхты, катера, причалы и др.), лыжных склонов. Аренда оборудования для организации досуга, ярмарок и выставок рекреационного характера.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

Таким образом, анализ видов деятельности, включенных в раздел «*R: Искусство, развлечения и отдых*» показывает, что его состав определяет широкий спектр мероприятий, таких как организация и проведение различных культурных, развлекательных и рекреационных программ для массовой аудитории.

Исследование перспектив развития индустрии развлечений в мировой экономике, проведенное В.А. Стальной¹⁴, дало основание для выделения четырех основных тенденций:

I. Глобализация и укрупнение объектов мировой индустрии развлечений. «Тенденции глобализации привели к тому, что в настоящее время мировая развлекательная индустрия представлена не просто отдельными заведениями для нескольких видов развлечений, а целыми мегакомплексами, предоставляющими широкий спектр разнообразных услуг отдыха и развлечений... – от всевозможных шоу, показов мод, выставок, просмотра кинофильмов, спортивных состязаний до разнообразных спортивных и оздоровительных мероприятий. Кроме того, интеграционные процессы индустрии развлечений и туризма привели к возникновению крупных развлекательных географических центров и зон, привлекающих туристов из различных уголков планеты».

II. Интеграция развлечений в другие направления деятельности. «Рынок развлечений продолжает расти не только путем освоения новых сугубо развлекательных форм, но и путем проникновения развлекательного компонента в другие направления деятельности, ранее не связанные с развлечениями».

III. Тематизация (Theming – концептуализация) объектов индустрии развлечений. «Сегодня, чтобы привлечь покупателя, недостаточно

обеспечивать как можно большее количество различных форм развлечений и отдыха – надо чем-то выделяться на фоне остальных. В качестве инструмента для придания отличительной черты современным развлекательным центрам выступает тематизация (концептуализация) – theming – выбор единой тематики и использование ее как в оформлении, так и в названиях центра».

IV. Виртуализация индустрии развлечений. Появление цифровых мультимедийных данных знаменует собой новую эру индустрии развлечений.

В этой связи необходимо признать актуальным и верным утверждение В.А. Стальной о том, что «продукт индустрии развлечений в широком смысле – это удовольствие, впечатление, получаемые посредством развлечения и являющийся предметом обмена на развлекательном рынке. В узком смысле – это услуги и товары, достаточные для удовлетворения потребностей в процессе и в целях развлечения»¹⁵. Опираясь на данное утверждение можно сделать вывод о том, что в развитии мировой индустрии развлечений преобладает вектор интеграции потребностей в получения новых впечатлений и форм удовлетворения этих потребностей. Также в современной массовой культуре наметилось усиление тенденции в управлении процессом формирования развлекательных потребностей, что перестает быть только частью маркетинговых стратегий предприятий индустрии развлечений, но постепенно становится частью процессов социальной интеграции и унификации культурных практик.

К настоящему времени в России сформировались основные сегменты индустрии развлечений и отмечается усиление ее развития в целом.

Сегодня ответственная индустрия развлечений включает, как минимум, следующие направ-

¹⁴ Стальная, В.А. Индустрия развлечений в мировой экономике: современные тенденции и перспективы развития // Российский внешнеэкономический вестник. 2009. № 2. С. 17–24.

¹⁵ Стальная, В.А. Индустрия развлечений в мировой экономике: современные тенденции и перспективы развития // Российский внешнеэкономический вестник. 2009. № 2. С.17.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

ления деятельности, определяющие её компонентный состав:

- деятельность клубов по интересам;
- деятельность развлекательных центров, в том числе, торгово-развлекательных центров;
- деятельность дискотек, танцевальных клубов и др.;
- деятельность парков культуры, рекреативных объектов и зон отдыха;
- работу парков аттракционов и тематических парков;
- деятельность ботанических садов, зоопарков и природных заповедников.

Таким образом, несмотря на то, что индустрия развлечений активно развивается в пространстве современных культурных практик, сегодня назрела необходимость усиления не только общего культурологического понимания сущности индустрии развлечений и ее роли в современной культуре, но и включение задач поддержки этой индустрии в деятельность органов, определяющих и реализующих государственную культурную политику, параметры образования и подготовки кадров, а также создание благоприятных условий для бизнеса этой отрасли. При этом наиболее актуальными являются¹⁶:

- *политические и законодательные решения по поддержке индустрии досуга.* Развитие культурных индустрий в целом, и индустрии развлечений в частности – это, прежде всего, политическое решение, значимый приоритет культурной политики государства. Смена акцентов поддержке культурных инициатив с парадигмы «государство-меценат» на парадигму «государство-инвестор» предполагает расширение сектора индустрии культуры. Помимо общего политического направления необходим целый ряд более конкретных, но очень

весомых решений (начиная с создания системы льготного налогообложения до целостной системы поддержки малого бизнеса в сфере культуры, досуга и развлечения, стимулирования развития региональных творческих кластеров);

- *модернизация образования в сфере творческих индустрий.* Необходимы инвестиции в профессиональное образование, обеспечивающее реализацию всех технологических задач индустрии досуга: от чисто технических и организационных до воспитательных, художественных и творческих. Такая задача предполагает модернизацию образовательного процесса в высших учебных заведениях, прежде всего по направлению «Социально-культурная деятельность», призванную решить проблемы дефицита не только менеджерских кадров, но творческих специалистов (исполнителей, аниматоров, воспитателей, консультантов). Основными принципами модернизации должны стать современные стандарты обучения, высокий уровень преподавания, связь образования с практикой творческих индустрий. В современном российском высшем образовании данная задача решается путем открытия новых профилей в рамках направления «Социально-культурная деятельность», в том числе таких как «Социально-культурные технологии в индустрии досуга», «Социально-культурная анимация и рекреация». Здесь имеется хороший резерв для подготовки кадров на уровне бакалавриата и магистратуры, а также организации системы повышения квалификации, подготовки и переподготовки уже работающих специалистов;

- *поддержка малого бизнеса и создание бизнес-инкубаторов в индустрии досуга.* Развитие индустрии досуга в России во многом определяется развитием малого и среднего бизнеса в целом. Возможность начать и вести свой бизнес-проект – ключевое и необходимое условие роста творческой экономики. Создание бизнес-инкубаторов – это перспективная цель дальнейшей поддержки инноваций в отечественной индустрии досуга;

- *развитие международного взаимодействия в сфере развития индустрии развлечений.* Оста-

¹⁶ Ярошенко, Н.Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве России // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2016. № 3 (71). С. 130.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

ро необходима поддержка международных инфраструктурных и сетевых проектов в индустрии досуга. Проведение международных выставок (РАП-ПА-ЭСКО и др.), регулярных форумов, встреч, создание специализированных онлайн-ресурсов, ресурсных центров для молодых предпринимателей, наличие постоянно действующей исследовательской программы могут стать важными

практическими шагами по развитию этого сегмента индустрии культуры в России.

Дальнейшее развитие индустрии развлечений необходимо связывать с развитием социально-культурных технологий, позволяющих решать задачи социально-культурного воспитания и развития личности в специфических условиях организованного досуга¹⁷.

¹⁷ Ярошенко, Н.Н. Воспитательный потенциал современной индустрии досуга / Н.Н. Ярошенко // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2015. № 4 (44). С. 28–35. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vospitatelnyy-potentsial-sovremennoy-industrii-dosuga>

