

ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В СИСТЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

На рубеже XX–XXI вв. в социально-культурной сфере Беларуси динамично развиваются учреждения рекреационно–развлекательного профиля. Возрастание роли рекреационной деятельности прежде всего обусловлено неуклонной интенсификацией производства. Население ощущает массовую потребность в активном досуге, который призван обеспечить качественное воспроизводство рабочей силы. Факторами, влияющими на расширение данного сектора, стали активизация деловой активности, расширение международных контактов, увеличение потока туристов. Это требует наличия центров развлечений разного класса, которые могли бы удовлетворить разнообразные запросы гостей и жителей нашей республики.

Библиография проблемы остается довольно немногочисленной. Экономическое исследование на тему «Индустрия досуга в США» было проведено в середине 90-х гг. XX ст. О. В. Тереховой [6]. В нем были заданы основные параметры развития индустрии досуга, которые могли быть применимы к экономике разных стран на этапе индустриализации. Культурологическое обоснование данного явления, а также его классификацию выполнили российские культурологи М. А. Ариарский, Г. А. Аванесова, Т. В. Абанкина, С. Е. Зуева и др. [см. 1]. Т. В. Абанкина отмечает изменения социальной мотивации и потребительского поведения в сфере культуры и культурно-досуговой индустрии. Г. А. Аванесова дает развернутую классификацию учреждений данной сферы [1, с.114–115]. Осмыслению проблем развития индустрии досуга и развлечений посвящен ряд публикаций в российской периодической печати, в частности в журнале «Art-менеджер» [4]. Об активном становлении новой для постсоветских стран индустрии свидетельствуют многочисленные интернет-ресурсы. Размещенные преимущественно в рекламных целях, они суммируют информацию об услугах рекреационно-развлекательного характера, деятельности организаций и учреждений данного профиля [3].

Среди отечественных авторов к данной теме впервые обратилась И. Л. Смаргович [5]. Ею систематизирован разрозненный терминологический аппарат, раскрыты понятия «индустрия досуга

и развлечений», «культурно-досуговая индустрия», «культурная индустрия», обозначены пути научного поиска в определении сущности и содержания данного явления.

Тем не менее следует констатировать, что всесторонний научный анализ процессов развития индустрии развлечений, динамика которой весьма активна, является перспективой. Цель наших исследований – изучение предпосылок развития индустрии развлечений в Беларуси.

В ходе научных изысканий установлена взаимозависимость между ускорением научно-технического прогресса, развитием сферы развлекательных услуг, объемами свободного времени и потребительскими расходами населения [2, с.3–4]. Востребованность развлекательных услуг населением обусловлена прежде всего психофизиологическими факторами. Жизнь современного городского жителя характеризуется недостатком физической активности, ускоренным ритмом, перегруженностью информационных потоков, эмоциональной насыщенностью, наличием стрессовых ситуаций, что приводит к физическому и психическому утомлению, истощению жизненных сил, увеличению риска заболеваний нервной системы. Необходимы качественные условия для восстановления физических и психических сил человека, снятия нервного напряжения, расслабления, релаксации, избавления от негативной энергии. Поддержанию внутреннего баланса на психофизиологическом уровне способствуют развлечения. Данные психофизиологические особенности человеческой личности являются важной предпосылкой развития индустрии развлечений.

Одной из предпосылок развития индустрии развлечений является также доход населения. Подъем экономики ведет к росту доходов населения и появлению у него свободных средств и, как следствие, к росту потребности в различного рода развлечениях. Все это, на примере Беларуси, обусловило развитие в стране, по существу, новой отрасли – индустрии развлечений [3]. В сфере развлекательных услуг населению наблюдаются изменения как в характере потребительских интересов аудитории, так и дифференциации самих предложений.

Показателями индустриального этапа развития сферы развлекательных услуг являются: рост числа предложений, их высокий качественный уровень, массовое тиражирование подобного рода услуг, их доступность разнообразным группам

потребителей, конкуренция между производителями. Современной индустрии развлечений свойственна высокая дифференцированность, избирательность вкусов потребителей.

Целью индустрии развлечений является создание совокупности условий, от наличия которых зависит процесс развлечения. Целесообразно различать массовые развлечения и развлечения индивидуального порядка. Независимо от того, развлекается человек один или в компании, развлечение выступает индивидуальным благом. Сегодня значительную часть развлечений человек получает дома, в узком кругу. В этой связи целенаправленное развитие индустрии развлечений должно быть «запрограммировано» на преодоление и компенсацию негативных последствий разобщенности людей.

Индустрия развлечений производит условия для развлечений. Виды и характер последних чрезвычайно дифференцированы. Развлечения можно классифицировать согласно различным подходам и признакам: ландшафтно-географическому (горные, воздушные, водные и т.д.), социально-демографическому (для детей и взрослых, мужчин и женщин, холостяков и семейных), составу аудитории (индивидуальные, групповые и массовые), характеру деятельности (отдых, развлечения, познавательная деятельность, творчество). Спортивные развлечения различаются по видам спорта: воздухоплавание и парашютный спорт, водный спорт, подводное плавание, лыжный спорт и др. Развлечения культурного характера связывают с посещениями музеев, выставок, исторических достопримечательностей.

Множество развлечений носит комплексный характер и удовлетворяет различные потребности человека. В первую очередь, это рекреационные потребности, компенсации сил по отношению к основным видам деятельности во время включения человека в рекреационную активность. Большинство развлекательных видов деятельности направлены на удовлетворение гедонистических потребностей – получение радости, наслаждения в результате эмоционального переживания, успеха. Участие в карнавалах, национальных праздниках, фестивальных мероприятиях, рыцарских турнирах, туристические предложения, анимационные формы культурно-досуговой деятельности и т. п. дают возможность погружения в инокультурную, позитивно насыщенную среду. Многие виды развлекательной деятельности требуют активизации креативных качеств личности, установления межличностной

коммуникации в различных социальных группах, развития групповой солидарности. Частично через развлекательные виды деятельности реализуются информационные потребности личности.

Таким образом, индустрия развлечений направлена на удовлетворение разнообразных рекреационных, гедонистических, коммуникационных потребностей. Основные функции отрасли – восстановление человеческого потенциала, создание позитивного настроения, социализация и развитие личности. Выполняя эти функции, индустрия развлечений участвует в воспроизводстве рабочей силы, способствует увеличению человеческого капитала.

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность. Теория и практика организации: учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

2. *Акимова, Л. А.* Социология досуга: учеб. пособие / Л. А. Акимова. – М.: МГУКИ, 2003. – 123 с.

3. *Каталог* развлекательных заведений и мест отдыха, афиша культурных событий Минска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.relax.by/cat/ent/casinos/>. – Дата доступа: 22.02.2010.

4. *Рифкин, Джерemi (США).* Культурный капитализм: «Что я хочу испытать, чего еще не испытал?» / Джерemi Рифкин // Art-менеджер: журнал для профессионалов. – 2004. – № 2. – С. 2–10.

5. *Смаргович, И. Л.* Культурно-досуговая индустрия: сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Вестн. БГУКИ. – 2007. – № 8. – С. 109–115.

6. *Терехова, О. В.* Индустрия досуга в США: экономическое исследование / О. В. Терехова. – М.: Наука, 1983. – 176 с.