visitors' and researchers' contact with such institutional museums, peculiarities in getting access to its document stock, the author's assessment of specifics of architecture of museum communication in institutional museums.

Key words: *an institutional museum, a museum of a corporation, a museum of an educational organization, activity profile of a museum, museum network, Altai Krai.*

УДК 351.85:379.8(571.13)

DOI: 10.32340/2414-9101-2019-3-25-29

Л. В. Секретова, кандидат педагогических наук, доцент
Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (Омск, Россия)
sekretova.l@mail.ru

ИНДУСТРИЯ ДОСУГА КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ И ЕЁ РЕГИОНОВ

Аннотация. Стремительная коммерциализация досугового сектора современной российской экономики, активная миграция частного капитала в сферу отдыха и развлечений обусловила переход отечественной индустрии досуга под управление механизмов рыночной экономики. Стремление к максимизации прибыли плохо сочетается с заботой об общественном благе, поэтому закономерным следствием разгосударствления досугового сектора стала проблема достижения разумного баланса между соблюдением экономических интересов предприятия-поставщика досуговых товаров и услуг и защитой духовных интересов личности, социальных групп от недоброкачественных – антиобщественных и антиличностных – практик в сфере досуга. Разрешение проблемы автор усматривает в обновлении подходов к содержанию профессиональной подготовки специалистов в области социально-культурной деятельности и в пересмотре роли профессионалов в сфере досуга в оптимизации характеристик качества жизни населения, проживающего в российских регионах.

Ключевые слова: *индустрия досуга, предпринимательство, социально-культурная деятельность, технология досуговой деятельности, услуга в сфере досуга, экономическое развитие российских регионов.*

До 90-х годов XX века отечественные специалисты в области организации досуга и социально-культурной деятельности принимали во внимание, прежде всего их духовно-нравственные, познавательные, культуротворческие, коммуникативные, рекреационные аспекты. Однако в конце XX – начале XXI века досуговое пространство населения, прежде всего, крупных городов начинают все активнее заполнять коммерческие предприятия и организации, компании, индивидуальные предприниматели, производящие разнообразные культурно-досуговые услуги. Это заставляет и нас обратить, наконец, больше внимания на экономическую сторону досуга и его индустриальный образ.

Индустрия досуга в России идёт по пути развития досуговых индустрий развитых капиталистических стран, становясь не просто отдельной отраслью производства и сбыта досуговых товаров и услуг, но и «локомотивом» развития множества отраслей, всей экономики. И вот это очень важно. Помимо системы ценностей и организационно-методических форм их выражения и трансляции, создаваемых отраслью «культура и искусство», индустрия досуга использует в процессе производства и реализации культурно-досугового продукта (услуги) практически все достижения науки, техники и технологий, стимулирует подъем строительной и транспортной отрасли, машино- и приборостроения, лёгкой и пищевой промышленности, сельского хозяйства, гостиничного хозяйства, средств массовой информации, IT-отрасли и др.

Развитию досуговых индустрий способствовало и то, что социальные завоевания XX века (прежде всего, сокращение объёма рабочего времени, установление выходных, праздничных дней и дней отпуска), с одной стороны, и всевозможная бытовая техника, развитие системы бытовых услуг в целом, с другой стороны, расширили пространство досуга. Появилось свободное время

как для активных самостоятельных досуговых занятий и увлечений, так и для потребления готовых досуговых услуг.

Вторая причина, как мы считаем, связана с идеологическим и аксиологическим влиянием кинематографа, который дал массовому зрителю множество привлекательных примеров того, чем именно можно заняться в свободное время. Атракционы и парки развлечений, игорные заведения и мюзик-холлы, сёрфинг и дайвинг – все это и многое другое стало основным содержанием многих художественных кинофильмов. А какое множество их посвящено экзотическим и фантастическим путешествиям, даже невозможно подсчитать. Яркие образы героев фильмов, воплощённые мастерами актёрской игры, привлекли в глобальный мир индустрии досуга миллионы людей во всем мире, вслед за ними, а порой, и, опережая их, пришёл бизнес по производству досуговых услуг.

Таким образом, третья причина стремительного развития досуговых индустрий – экономическая. XX век показал, что предпринимательская деятельность в сфере досуга может приносить не меньшую прибыль, чем любой иной законный бизнес. Действительно, и об этом пишет специалист в области социокультурного развития России Г. А. Аванесова, даже само «понятие “индустрия” акцентирует внимание на индустриально-технической, технологической и предпринимательской сущности досуговой деятельности. Индустрия досуга понимается, прежде всего, как бизнес в сфере досугового сервиса, как производство продуктов и услуг на современной технической базе, с использованием технологий и способов индустриального труда» [1, с. 114].

Процесс развития индустрии досуга опирается на новейшие информационно-компьютерные технологии, на комплекс многочисленных видов индустрий, заполняющих пространство свободного времени и досуга человека зрелищами, туризмом, спортом, общением в социальных сетях, компьютерными играми и пр. Спрос на услуги в области досуга возрастает, потребление растёт, как растут и доходы, приносимые и бизнесу, и государству предприятиями индустрии досуга.

Яркий пример целого государства, существующего, прежде всего, на средства, привлечённые благодаря досуговому индустриям, – княжество Монако. «Около 20 % своих доходов оно получает от иностранного туризма. Обслуживанием туристов занимается большая часть здешних жителей. В княжестве за последнее время построено несколько десятков гостиниц, действуют музеи, оперный театр, Зоологический и Экзотический сады. Яхт-клубы, пляжи, плавательные бассейны, спортплощадки, корты, площадки для игры в гольф, большое количество ресторанов, кафе, баров, знаменитые игорные дома – все эти развлекательные заведения привлекают иностранных туристов и перекачивают их деньги в казну Монако...» [2].

Число государств, стремящихся использовать досуговую индустрию в экономических и финансовых интересах, возрастает; и наша страна здесь не является исключением. Состоявшийся в июне-июле 2018 года в России чемпионат мира по футболу наглядно это продемонстрировал, став не только символом состоятельности государства и российского футбола, не только знаменем патриотического и интернационального настроения наших сограждан, но и необычайно ярким зрелищем, поводом для событийного туризма. Оно оказалось, пожалуй, главным явлением в индустрии досуга 2018 года, оказав при этом влияние и на предшествующее чемпионату развитие экономики, и на последующее развитие социально-экономической инфраструктуры и индустрии досуга. Эксперты, аналитики и политики в качестве целей и результатов проведения чемпионата (помимо идеологических, политических, имиджевых, воспитательных и др.) отмечали высокие доходы от туристического потока, возведение новых спортивных сооружений, создание транспортной инфраструктуры, и, в целом, благоустройство городов, принимавших участников состязаний.

Вот лишь некоторые цифры об экономическом и финансовом эффекте от проведения мундиаля: «По оценке оргкомитета «Россия 2018», суммарный эффект чемпионата для ВВП России в 2013–2018 гг. составил 952 млрд рублей... суммарное влияние ЧМ-2018 на ВВП России составило около 17 млрд долл., что превосходит эффект от аналогичных чемпионатов в Бразилии, ЮАР, Германии и Южной Корее и наиболее близко к показателю Японии... Также результаты исследования показали, что долгосрочный ежегодный эффект ЧМ-2018 для ВВП России после проведения чемпионата в перспективе 5 лет составит 150-210 млрд рублей в год» [3].

Аналогичные тенденции в развитии досуговых индустрий, конечно, не в таких больших масштабах, начинают проявляться и в отдалённых от столицы российских регионах, изыскивающих возможности использовать потенциал индустрии досуга в экономических интересах и даже

шире – в интересах развития региона и его отдельных территорий. Чаще всего таким видом индустрии в нашей стране становится именно туристская отрасль.

И это не удивительно. Туризм – актуальнейшее в мире и в современной России направление экономического и культурного развития. С одной стороны, туризм – это конкретная экономическая деятельность по производству услуг, направленных на удовлетворение туристских потребностей, реализуемая различными хозяйствующими субъектами (туроператорами, транспортными компаниями, гостиничными и ресторанными организациями, учреждениями культуры и др.) через многочисленные организационно-экономические отношения между ними. С другой стороны, и для нас именно это главное, туризм представляет собой популярнейший сегодня способ организации и проведения досуга, аккумулирующий в себе и развлечение, и удовольствие, и познание окружающего мира, и социальное творчество в пространстве межличностной и межкультурной коммуникации.

Сведения, приведённые на официальном сайте Ростуризма, убедительно демонстрируют значение туризма в развитии социально-экономической сферы российского государства: «туриндустрия способствует развитию 53 (!) отраслей экономики, развитию малого и среднего бизнеса, занятости и самозанятости, повышению качества жизни населения, сглаживанию диспропорций территориального развития, увеличению объёмов экспорта, увеличению налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. Среди основных направлений и мер по развитию туризма названо создание туристической инфраструктуры, диверсификация туристических предложений, проектирование туристических маршрутов» [4].

Столь большое влияние туриндустрии на экономику страны, несомненно, послужило принятию Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» (далее – Концепция). В Концепции отмечается, что «за время реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» накоплен значительный опыт по изучению и оценке туристского потенциала регионов Российской Федерации с точки зрения перспектив развития различных видов туризма и выработке подходов к развитию туристской инфраструктуры, учитывающих специфику географического положения и климатических условий регионов, а также различия в уровне финансовой обеспеченности субъектов Российской Федерации» [5].

Практически это находит выражение в принятии региональных целевых программ развития культуры и туризма, в проведении комплекса соответствующих мероприятий: участие во всероссийских и международных выставках, проведение региональных выставок, реставрация исторических памятников, создание уникальных природных и архитектурных объектов, формирование местных туристических маршрутов, проектирование ярких культурных акций как поводов для событийного туризма и т. д.

В Омском регионе поворот к развитию туристической отрасли стал особенно заметным в апреле 2014 года, когда состоялась первая региональная туристическая выставка «Отдых! Omsk – 2014». Тогда к ней было привлечено внимание и правительства региона, и производителей туристских услуг, и учреждений культуры, и СМИ. В выставке приняли участие 78 (!) омских организаций, предприятий и учреждений, которые занимаются разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта на территории омского региона, деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. Это турагентства, базы отдыха, гостиницы, транспортные компании, театры, музеи, учреждения культуры муниципальных районов Омской области, общественные организации. В настоящее время в Омской области действует государственная программа «Развитие культуры и туризма» на 2014–2020 годы, в которой, конечно, есть и подпрограмма «Туризм». В числе её задач – «развитие и формирование туристского кластера Омской области, повышение качества туристских услуг, продвижение туристских продуктов» [6].

В отношении иных видов досуговых индустрий активность государства не столь заметна, но все же, надо признать, в последние годы произошли определённые подвижки в области создания комфортной среды для горожан, в том числе, досуговой среды. Так, например, в «Стратегии развития города Омска до 2030 года» (далее – Стратегии), принятой в декабре 2018 года, написано, что «в соответствии с долгосрочными целями и приоритетами Российской Федерации, Омской области главной целью социально-экономического развития города Омска до 2030 года является стабильное улучшение комфортности жизни в городе Омске. Комфортность жизни определяется

и оценивается по совокупности показателей, характеризующих уровень развития и степень удовлетворения материальных и духовных потребностей населения» [7]. В числе «точек роста» города-миллионника определено множество таких, которые прямо или косвенно связаны с теми или иными видами досуговых и творческих индустрий, например:

- «проект “Кварталы культурных индустрий”»;
- развитие инфраструктуры учреждений культуры;
- развитие театрального и профессионального искусства;
- программа строительства спортивных объектов (центр кёрлинга, лыжероллерная трасса);
- программа реконструкции зданий ГПОО “Спортивно-концертный комплекс имени В. Блинова”», бюджетного учреждения города Омска «Спортивный комплекс “Красная звезда”»;
- сохранение историко-культурного наследия, обустройство территории объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), в том числе сохранение памятников деревянного зодчества;
- создание бесплатных досуговых центров для молодёжи в микрорайонах города» [7].

Приведённые цитаты показывают, что на пути достижения цели развития города «Омск – территория комфорта» ключевая роль отводится проектам и программам, связанным с развитием индустрии досуга.

Таким образом, индустрия досуга становится в XXI веке одной из ведущих отраслей экономики, причём, ведущей в прямом смысле этого слова. Знаменательно, что современные определения понятий «экономическая эффективность» и «социально-экономическая эффективность» сформулированы не только на основе экономических категорий, но и гуманитарных. Так, читаем: «Экономическая эффективность – результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов её функционирования к затраченным ресурсам. Складывается как интегральный показатель эффективности на разных уровнях экономической системы, является итоговой характеристикой функционирования национальной экономики. Главным критерием социально-экономической эффективности является степень удовлетворения конечных потребностей общества и *прежде всего, потребностей, связанных с развитием человеческой личности*. Социально-экономической эффективностью обладает та экономическая система, которая в наибольшей степени обеспечивает удовлетворение многообразных потребностей людей: материальных, *социальных, духовных*, гарантирует высокий уровень и качество жизни. Основой такой эффективности служит оптимальное распределение имеющихся у общества ресурсов между отраслями, секторами и сферами национальной экономики» [8].

Итак, во-первых, развитие индустрии досуга влечёт за собой развитие отраслей экономики, связанных с нею циклом производства и реализации культурного продукта (услуги); во-вторых, эффективность экономики тесно связана с развитием человеческой личности, качеством удовлетворения её потребностей, включая не только материальные, но и социальные и духовные, стало быть, с качеством, в числе прочих, продуктов и услуг индустрии досуга.

В-третьих, развитие индустрии досуга ведёт к появлению многих новых профессий, к формированию и расширению рынка труда для работы, как в организациях индустрии досуга, так и на предприятиях, производящих материалы, оборудование и все необходимое для разнообразных досуговых индустрий.

В-четвертых, развитие индустрии досуга, с одной стороны, обусловлено развитием техники и технологий, с другой стороны, возрастающие досуговые потребности стимулируют дальнейшее развитие и техники, и технологий (например, новых компьютерных игр, сложного снаряжения для дайвинга и альпинизма, парашютного спорта, аттракционов развлечений и т. д.).

Таким образом, современная индустрия досуга все более становится рычагом, способствующим подъёму социально-экономического развития России, её отдельных регионов. В стране появляются новые виды досуговых и креативных индустрий, о чём мы уже писали ранее [9].

При этом вопрос о социально-культурном эффекте индустрии досуга остаётся наиболее проблематичным из-за объективных противоречий между целями бизнеса и общества, целями получения финансовой прибыли и развития духовной культуры. Это требует от специалистов учреждений культуры и досуга, от выпускников вузов культуры не только универсальных, педагогиче-

ских и культурологических компетенций, но и глубоких экономических знаний, умения взглянуть на организацию досуга различных групп населения не только с позиций педагога, технолога или менеджера социально-культурной деятельности, но и с экономической точки зрения, с позиции *предпринимателя в сфере досуговых индустрий*, способного интегрировать в созданном продукте (услуге) экономический (финансовый) интерес, духовные интересы личности и интересы общества в целом.

Список литературы

1. Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации : учеб. пособие. – Москва : Аспект Пресс, 2006. – 236 с. : ил. – Текст : непосредственный.
2. Экономика Монако. – Текст : электронный // Карлики Европы. Travel company [=туристическая фирма]. – URL: <http://www.diminutive.ru/country/monaco19.php> (дата обращения: 07.05.2015).
3. Чемпионат мира по футболу [Международной федерации футбола (ФИФА)] 2018. – Текст : электронный // Википедия, свободная энциклопедия : [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Чемпионат_мира_по_футболу_2018#Финансирование (дата обращения: 31.03.2019).
4. Роль туризма в экономике : [инфогра.] – Текст : электронный // Федеральное агентство по туризму Министерства экономического развития Российской Федерации : официальный сайт. – Москва, 2009–. – URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/rol-turizma-v-rossiyskoy-ekonomike/> (дата обращения: 22.12.2018).
5. Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» : утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. № 872-р. – Текст : электронный // Правительство России : официальный сайт. – Москва. – URL: <http://government.ru/docs/32585/> (дата обращения: 18.02.2019).
6. Об утверждении государственной программы Омской области «Развитие культуры и туризма» на 2014–2020 годы : утв. постановлением Правительства Омской области от 15 окт. 2013 г. № 251-п. – Текст : электронный // «Гарант.ру», информационно-правовой портал : сайт. – Москва, 2014–. – URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/omsk/501801/> (дата обращения: 18.02.2019).
7. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития города Омска до 2030 года : утв. решением Омского городского совета от 19 дек. 2018 г. № 101. – Текст : электронный // Консорциум «Кодекс», электронный фонд правовой и нормативно-технической информации : сайт. – Москва. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/550330985> (дата обращения: 14.04.2019).
8. Экономическая эффективность. – Текст : электронный // Центр управления финансами : [сайт]. – 2009–. – URL: <https://center-yf.ru/data/economy/Ekonomicheskaya-effektivnost.php> (дата обращения: 31.03.2019).
9. Секретова, Л. В. Исследования индустрии досуга в России: социально-культурный аспект. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 138–146.

Liudmila V. Sekretova, Ph. D. in Pedagogics, Associate Professor
Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)
sekretova.l@mail.ru

LEISURE INDUSTRY – GROWTH AREA FOR RUSSIAN SOCIAL, CULTURAL, AND ECONOMIC SECTORS

Abstract. Fast commercialization of leisure sector of the today's Russian economics, private capital migrations into a sphere of leisure activity and entertainment determined a transfer of the domestic leisure industry under a rule of market economics. Itch for profit is a bad company for care about public good, so it is not a surprise that denationalization of leisure sector had a misbalance between economic interests of providers of leisure goods and serves, and protection of a personality's spiritual interests from anti-social and anti-personal practices in leisure time, as a consequence. The author sees a solvation for the problem in upgrading approaches to a content of professional training of specialists in social and cultural activities, as well as in revisiting a role of workers of leisure sphere in enhancement of Russian regions population's life quality.

Key words: *leisure industry, business undertaking, social and cultural activities, technique of leisure activities, a service in leisure sphere, economic development of Russian regions*