

УДК 7.08

Современная индустрия развлечений и общество потребления: к проблеме определения понятия и факторов ее динамики

Левицкая Анастасия Николаевна

Аспирант,
кафедра ЮНЕСКО,
Институт государственной службы и управления,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
119571, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, 82/1;
e-mail: 3707765@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается проблема определения понятия индустрии развлечений в ее взаимосвязи с потребительскими предпочтениями в современном междисциплинарном дискурсе, обосновываются факторы, влияющие на динамику ее развития в условиях социально-экономических, социокультурных изменений. Основная часть статьи посвящена концептуальному анализу таких терминов, как: «индустрия», «развлечения», «индустрия развлечений» с позиции социологического, функционального и деятельностного подходов, что нашло отражение в исследованиях зарубежных и российских авторов. Особого внимания, по мнению автора статьи, заслуживают социально-экономические детерминанты современного общества потребления, которые становятся важным фактором динамики развития индустрии развлечений. При этом, в статье подчеркивается важность индустрии развлечений в экономическом плане, однако отмечается негативное влияние таких ее современных характеристик, как излишняя коммерциализация, низкий культурный уровень потребительских предпочтений, что приводит к деформации личностного и общественного сознания. В заключительной части статьи закономерным становится вывод о том, что все эти обстоятельства становятся главной причиной метаморфоза человека, его превращения в «человека-функцию» в ценностном измерении культуры на современной стадии ее динамики.

Для цитирования в научных исследованиях

Левицкая А.Н. Современная индустрия развлечений и общество потребления: к проблеме определения понятия и факторов ее динамики // Культура и цивилизация. 2025. Том 15. № 5А. С. 3-9.

Ключевые слова

Индустрия, развлечения, индустрия развлечений, динамика индустрии развлечений, современное общество потребления, культурный продукт, потребительские предпочтения.

Введение

В современном научном дискурсе такое культурное явление как индустрия развлечений занимает особое место. В виду своей многоаспектности и сложности концептуального плана, индустрия развлечений становится объектом пристального внимания со стороны многих теоретиков и практиков, предпринимающих попытки осмыслить ее разные аспекты: сущность и содержание самого понятия [Левицкая, 2025; Стальная, 2008], генезис и тенденции развития [Воронина, 2021, Левицкая, 2025, Ярошенко, 2017], взаимосвязи с другими культурными явлениями в контексте общей динамики культурных изменений [Астафьева, Малыгина, 2022; Астафьева, 2025; Ерохина, Летина, Злотникова, 2016; Левицкая, 2025].

Актуализация процесса изучения индустрии развлечений как культурного феномена в настоящее время происходит на фоне глобальных перемен, продиктованных динамичными процессами, затронувшими многие сферы жизнедеятельности общества, в частности, экономическую сферу, в которой индустрия развлечений приобрела статус самостоятельного сегмента экономики, приносящего колоссальные доходы как государству, так и бизнес-структурам, заинтересованным в ее инвестировании. Социально-экономический аспект индустрии развлечений, затронутый в нашей статье, представляется весьма важным сегодня и значительно дополняет современное культурологическое представление об этом культурном явлении, делая его целостным и всеобъемлющим.

Такое разноплановое и разностороннее исследование этого культурного явления, представляющего объект нашего исследования, требует применения системного и междисциплинарного подходов, позволивших охватить многие области научного знания (культурологию, социологию, историю, экономическую теорию и др.), в которых исследователями раскрываются концептуальные представления об этом современном феномене, определяются основные факторы динамики современной индустрии развлечений и их взаимосвязь с изменениями потребительских предпочтений, что по сути образует предметное поле настоящей статьи.

Основная часть

Индустрия развлечений как сравнительно новое социокультурное явление сформировалась лишь в конце XX века и приобрела характерные особенности, позволяющие ее выделять среди прочих культурных новообразований. Вместе с тем, вполне логично встает вопрос о смысловом содержании ключевых понятий «индустрия» и «развлечения», образующих объект нашего исследования – индустрию развлечений, а также о динамике ее развития.

В своем широком понимании термин «индустрия», появившийся в латинском языке (*industria* – усердие), созвучен термину «промышленность», что отмечено в большинстве справочных изданий [Ожегов С.И., Шведова Н.Ю., 1994; Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б., 1999]. Вместе с тем, ряд авторов указывают на системный характер индустрии, подразумевая под ней, «совокупность предприятий и организаций, объединенных общей целью, технологией или производственным процессом» [Воронина, 2021 Стальная, 2008]. В экономическом дискурсе «индустрия» определяется как «сфера деятельности, сектор экономики, включающий в себя производство (промышленность), сбыт товаров какого-то рода» [Воронина, 2021]. Обобщая изложенное, предложим собственное понимание «индустрии» как сферы общественной деятельности, сущность которой заключается в производстве определенных товаров и/или услуг, имеющих культурное, экономическое и социальное значение для общества.

Для раскрытия понятийного смысла «развлечений» обратимся прежде всего к представителям социологической мысли, внесших значительный вклад в развитие социологии досуга (Дюмазедье Ж., Дюркгейм Э.). В понимании этих исследователей развлечения представляют собой «занятие, времяпрепровождение, которое является частью досуга и в более широком смысле – образа жизни человека» [Дюмазедье Ж., 1993; Дюркгейм Э., 1991]. Основное предназначение их для человека заключается в порождении положительного эмоционального фона, направленного на устранение его негативных психоземotionalных состояний, вызванных однообразием и меланхолией повседневного бытия [Дюркгейм Э., 1991].

В англоязычной справочной литературе встречается определение развлечений как «вида активности, которая привлекает внимание аудитории, доставляет удовольствие и наслаждение» [Collins English Dictionary, 2025]. Такое понимание термина, на наш взгляд, сопряжено с событийным форматом развлечений, звучит весьма широко и не раскрывает до конца истинного смысла этого понятия.

Понимание природы развлечений в их культурном контексте концептуально дополняют функциональный и деятельностный подходы. Так, с позиции функционального подхода [Парсонс Т., 2018] развлечения кроме генетических функций, заложенных в самой их природе (к примеру, досуговая, гедонистическая и др.), интегрируя в различные социальные институты в сфере образования, медицины и др., призваны выполнять и другие функции, связанные с деятельностью этих институтов. Развлечения характеризуются широким диапазоном своих культурных проявлений как в деятельности отдельного человека, так и общества в целом. В контексте деятельностного подхода развлечения рассматриваются исследователями как разновидность деятельностного начала в культуре, к примеру, хобби представляет собой один из видов деятельности человека - «занятие для души, являющееся источником социально-культурной активности личности и определяющее динамику перехода от инициативной деятельности к активному социально-культурному творчеству, ведущему к процессам социализации и инкультурации личности» [Антонова Л.Ю., 2012].

Обращаясь к вопросу генезиса и динамики такого рода мероприятий, имеющих развлекательный характер, стоит сказать, что они эволюционировали в истории культуры на протяжении всего ее развития и, в зависимости от конкретного исторического периода, были направлены на удовлетворение потребностей определенной аудитории. К примеру, в самом начале истории культуры это могли быть религиозные обряды, позже, в средневековье – рыцарские турниры, а впоследствии появились театры, цирки, настольные игры, направленные на развитие интеллектуальных способностей человека, в частности шахматные турниры [Воронина, 2021]. Следовательно, необходимость в получении положительных эмоций была присуща человечеству на всех этапах его исторического развития, развлечения служили для достижения этой цели. Становясь все более популярными, они привлекали к себе внимание людей, пожелавших сделать этот вид деятельности, приносящим материальную выгоду, что в итоге способствовало формированию такого масштабного во всех своих смыслах и проявлениях культурного явления, как индустрия развлечений.

В работах современных российских исследователей, в частности В.Н. Ворониной, И.Б. Назаровой, В.А. Стальной, приводится определение понятия «индустрия развлечений», заимствованное из проведенных компанией Price water house Coopers исследований в области индустрии досуга и развлечений: «...В понятие индустрии развлечений 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» [«Видео игры и киберспорт»].

Исследование PwC, 2020]. В английском словаре индустрия развлечений трактуется как «бизнес, связанный с музыкой, фильмами, телевидением и т.д.» [Collins English Dictionary, 2025].

Принимая во внимание все рассмотренные нами подходы к определению термина «индустрия развлечений», согласимся с позицией В.А. Стальной, что «все они сводятся к перечислению видов деятельности или предприятий, отнесенных к развлечениям» [Стальная, 2008]. Полагаем, что с такой позиции, не представляется возможным осмыслить глубоко этот культурный феномен. Это обстоятельство заставляет нас обратиться к исследованию факторов динамики современной индустрии развлечений и их взаимосвязи с изменениями потребительских предпочтений.

Как уже было заявлено в самом начале нашей статьи важным фактором, влияющим на развитие современной индустрии развлечений и связанных с ней потребительских предпочтений, является экономический фактор. Поскольку индустрия развлечений становится сегодня в один ряд с другими сегментами экономики во многих странах и, в России в том числе, вовлекая в свое развитие крупные финансовые вложения, полагаем, что именно экономический фактор является одним из основных в ее динамике. В своей статье В.Н. Воронина указывает, что «в 2018 году объем мировой индустрии составил примерно 2,1 трлн долл.» [Воронина, 2021], что подтверждает интенсивное развитие этой отрасли и позволяет прогнозировать значительный прирост в последующие годы. Вполне очевидно, что увеличившийся потребительский спрос на развлекательные услуги в сфере культуры в большинстве развитых стран, включая Россию, продиктован ростом доходов у населения вследствие интенсивного развития частного бизнеса, коммерциализации большей части сферы культуры. Итогом таких изменений становятся возрастающие потребности общества в организации разнообразного досуга и развлечений, несмотря на их, чаще всего, достаточно высокую стоимость. Следовательно, исходя из того, насколько развита индустрия развлечений в стране, можно судить об уровне развития ее экономической и социальной сфер, а также о финансовой состоятельности самих потребителей развлекательных услуг.

Вместе с тем, тенденции рыночной экономики, воздействуя на сектор производства продукции развлекательной индустрии затрагивают и духовную жизнь, «унифицируя» и «примитивизируя» ее (а нередко манипулируя таковым). Тем самым они формируют в коллективном сознании потребителя, в том числе, посредством масс-медиа механизмов, искаженные, неадекватные представления о культурной ценности и художественно-эстетическом качестве потребляемого продукта.

Заключение

Подводя итоги проведенного исследования, стоит еще раз обратить внимание на ключевые аспекты рассмотренной нами в статье категории – индустрии развлечений в ее взаимосвязи с современным обществом потребления и социально-экономическими детерминантами, влияющими на ее динамику. Во-первых, современное общество потребления, базис которого образуется новой социально-политической ролью и коммерциализацией всех секторов экономики, товаров и услуг (и знания как товара), характеризуется формированием нового типа социальности и социализированного индивидуума. Во-вторых, в данной связи складывается специфическая модель потребительских детерминант и система регулятивных принципов социальных отношений во всех сферах (экономике, политике, культуре, духовном производстве и др.). Все эти обстоятельства становятся главной причиной метаморфоза человека, его

превращения в «человека-функцию» в ценностном измерении культуры на современной стадии ее динамики.

Библиография

1. Антонова, Л. Ю. Хобби как средство культурной интеграции молодежи / Л. Ю. Антонова // Вестник Бурятского гос. ун-та. – 2012. – № 6. – С. 253–257.
2. Астафьева, О. Н. Досуговые формы в «переходный период» развития культуры / О. Н. Астафьева // Социология власти. – 2005. – № 1. – С. 71–83.
2. «Видео игры и кибер спорт». Исследование PwC [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.pwc.ru/publications/mediaindustriya-v-2020-2024/videoigry-i-kibersport.html>. (дата обращения: 14.05.2025)
3. Воронина, В. Н. Индустрия развлечений в мировой экономике / В. Н. Воронина // Российский внешнеэкономический вестник. – 2021. – № 10. – С. 22–33.
4. Дюмазедье, Ж. На пути к цивилизации досуга / Ж. Дюмазедье // Вестник МГУ. Сер. 12. Социально-политические исследования. – 1993. – № 1. – С. 83–88.
5. Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда; Метод социологии: [перевод с французского] / Эмиль Дюркгейм; изд. подгот. А. Б. Гофман; [примеч. В. В. Сапова]. – Москва: Наука, 1991. – 572 с.
6. Ерохина, Т. И. Сферы и уровни массовой культуры: российский дискурс [Электронный ресурс] / Т. И. Ерохина, Н. Н. Летина, Т. С. Злотникова // Ярославский педагогический вестник. – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sfery-i-urovni-massovoy-kultury-rossiyskiy-diskurs> (дата обращения: 14.05.2025)
7. Левицкая, А. Н. Индустрия развлечений: культурные смыслы и потребительские предпочтения в молодежной среде / А. Н. Левицкая // Общество: философия, история, культура. – 2025. – № 3. – С. 228–234.
8. Назарова, И. Б. Развлечения как способ противодействия стрессу в условиях социальной турбулентности / И. Б. Назарова // Вестник Института социологии. – 2025. – Том 16. – № 1. – С. 180–199.
9. Парсонс, Т. Социальная система / Т. Парсонс. – Москва: Академ. проект, 2018. – 529 с.
10. Современный экономический словарь / Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. – 2. изд., испр. – Москва: ИНФРА-М, 1999. – 476 с.
11. Стальная, В. А. Индустрия развлечений в мировой экономике: современные тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс] / В. А. Стальная // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-razvlecheniy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 12.05.2025 г.)
12. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Российская АН, Ин-т рус. яз., Российский фонд культуры. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Азъ, 1994. – 907 с.
13. Ярошенко, Н. Н. Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / Н. Н. Ярошенко // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1 (26). – С. 112–122.
14. Collins English Dictionary [Электронный ресурс] – URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/the-entertainment-industry> (дата обращения: 12.05.2025)

Modern Entertainment Industry and Consumer Society: On the Problem of Defining the Concept and Factors of Its Dynamics

Anastasiya N. Levitskaya

Postgraduate Student,
UNESCO Chair,
Institute of Public Administration and Civil Service,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
119571, 82/1, Vernadskogo ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: 3707765@mail.ru

Abstract

The article examines the problem of defining the concept of the entertainment industry in its relationship with consumer preferences in contemporary interdisciplinary discourse, substantiating the factors influencing its development dynamics in the context of socio-economic and sociocultural changes. The main part of the article is devoted to a conceptual analysis of such terms as "industry," "entertainment," and "entertainment industry" from sociological, functional, and activity-based perspectives, as reflected in the research of foreign and Russian scholars. The author emphasizes that the socio-economic determinants of modern consumer society deserve special attention as they become a significant factor in the dynamics of the entertainment industry's development. While highlighting the economic importance of the entertainment industry, the article also points to the negative impact of its contemporary characteristics, such as excessive commercialization and the low cultural level of consumer preferences, which lead to the distortion of individual and collective consciousness. In conclusion, the article argues that these circumstances become the primary cause of human metamorphosis, transforming individuals into "function-people" within the value dimension of culture at its current stage of development.

For citation

Levitskaya A.N. (2025) *Sovremennaya industriya razvlecheniy i obshchestvo potrebleniya: k probleme opredeleniya ponyatiya i faktorov ee dinamiki* [Modern Entertainment Industry and Consumer Society: On the Problem of Defining the Concept and Factors of Its Dynamics]. *Kultura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 15 (5A), pp. 3-9.

Keywords

Industry, entertainment, entertainment industry, dynamics of the entertainment industry, modern consumer society, cultural product, consumer preferences.

References

1. Antonova, L. Y. Hobby as a means of cultural integration of youth / L. Y. Antonova // Bulletin of the Buryat State University. 2012. No. 6. pp. 253-257.
2. Astafieva, O. N. Leisure forms in the "transitional period" of cultural development / O. N. Astafieva // Sociology of Power. - 2005. - No. 1. - pp. 71-83.
2. "Video games and cyber sports". PwC research [Electronic resource]. - 2020. - URL: <https://www.pwc.ru/publications/mediaindustriya-v-2020-2024/videoigry-i-kibersport.html>. (date of request: 05/14/2025)
3. Voronina, V. N. The entertainment industry in the global economy / V. N. Voronina // Russian Foreign Economic Bulletin. - 2021. - No. 10. - pp. 22-33.
4. Dumazedie, J. On the way to leisure civilization / J. Dumazedie // Bulletin of Moscow State University. Ser. 12. Socio-political research. 1993. No. 1. pp. 83-88.
5. Durkheim, E. On the division of social labor; Method of Sociology: [translated from French] / Emile Durkheim; edited by A. B. Hoffman; [note by V. V. Sapova]. Moscow: Nauka Publ., 1991. 572 p.
6. Erokhina, T. I. Spheres and levels of mass culture: Russian discourse [Electronic resource] / T. I. Erokhina, N. N. Letina, T. S. Zlotnikova // Yaroslavl Pedagogical Bulletin. - 2016. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sfery-i-urovni-massovoy-kultury-rossiyskiy-diskurs> (date of request: 05/14/2025)
7. Levitskaya, A. N. The entertainment industry: cultural meanings and consumer preferences among young people / A. N. Levitskaya // Society: philosophy, history, culture. - 2025. - No. 3. - pp. 228-234.
8. Nazarova, I. B. Entertainment as a way to counteract stress in conditions of social turbulence / I. B. Nazarova // Bulletin of the Institute of Sociology. - 2025. - Volume 16. - No. 1. - pp. 180-199.
9. Parsons, T. Social system / T. Parsons. - Moscow: Akademiya, 2018. - 529 p.
10. Modern economic dictionary / Raizberg B. A., Lozovsky L. Sh., Starodubtseva E. B. - 2nd ed., ispr. - Moscow: INFRA-M, 1999. - 476 p.

-
11. Stalnaya, V. A. The entertainment industry in the global economy: current trends and development prospects [Electronic resource] / V. A. Stalnaya // Russian Foreign Economic Bulletin. – 2009. – No. 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-razvlecheniy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya> (date of reference: 05/12/2025)
 12. Explanatory Dictionary of the Russian language: 72500 words and 7500 phraseological expressions / S. I. Ozhegov, N. Y. Shvedova; Russian Academy of Sciences, Institute of Russian, Russian Cultural Foundation. – 2nd ed., ispr. and add. Moscow: Az, 1994. – 907 p.
 13. Yaroshenko, N. N. The entertainment industry in the space of modern cultural practices / N. N. Yaroshenko // International Journal of Cultural Studies. – 2017. – № 1 (26). – Pp. 112-122.
 14. Collins English Dictionary [Electronic resource] – URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/the-entertainment-industry> (date of request: 05/12/2025)