

УДК 379.8

**Вызовы и перспективы индустрии развлечений:
Республика Корея, Российская Федерация и Республика Казахстан****Хуссамов Р.Р.**

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры международных экономических отношений
Казанского (Приволжского) федерального университета

Гараева А.Р.

Магистрант факультета мировой экономики и мировой политики
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики» (Москва)

В статье раскрываются основные вызовы, стоящие перед индустриями развлечений Республики Корея, Российской Федерации и Республики Казахстан. В рамках системного подхода рассмотрена эволюция развития индустрии развлечений Республики Корея. Авторы анализируют перспективы индустрии развлечений и ее вклад в современное экономическое развитие рассматриваемых стран. Особое внимание уделяется применению элементов корейской модели индустрии развлечений в российских условиях и в условиях Республики Казахстан.

Ключевые слова: индустрия развлечений, вызовы, перспективы, Республика Корея, Российская Федерация, Республика Казахстан, «мягкая сила»

Особое место в мировой торговле товарами и услугами занимает индустрия развлечений. Одним из глобальных игроков в этой сфере является Республика Корея. Корейской индустрии развлечений удалось добиться колоссального успеха за короткий исторический промежуток и занять достойное место в мировой индустрии развлечений. На сегодняшний день она является ярким примером для стран, в которых данное направление деятельности характеризуется слабым развитием.

Объектом данного исследования является индустрия развлечений Республики Корея (далее – РК), Российской Федерации и Республики Казахстан.

Вначале мы рассмотрим особенности развития индустрии развлечений РК с целью определения возможностей применения положительного корейского опыта в России и Республике Казахстан.

К настоящему моменту продукция развлекательной индустрии Республики Корея сохраняет популярность во всём мире. Потребители знакомы с её различными направлениями, но при этом му-

зыкальное направление является наиболее важным [1]. Следует отметить, что корейская музыкальная индустрия является динамичной развивающейся и быстро реагирующей на конъюнктуру в различных сегментах мирового рынка [2; 3]. Существует несколько государственных и негосударственных корейских компаний, деятельность которых направлена на анализ предпочтений потребителей разных стран: Корейское креативное агентство (*Korean Creative Content Agency*), Корейский фонд (*Korean Foundation*) и другие [4; 5]. Проводя анализ статистики корейской индустрии развлечений, которая рассчитывается Корейским креативным агентством и другими организациями, мы можем сделать вывод о том, что индустрия развлечений РК характеризуется высоким динамизмом развития (рис. 1).

На рисунке 1 можно увидеть динамику экспорта товаров «мягкой силы» Республики Корея за последние пять лет, которая, несмотря на влияние внешних факторов, является устойчиво положительной. Рост корейской индустрии развлечений также отмечался

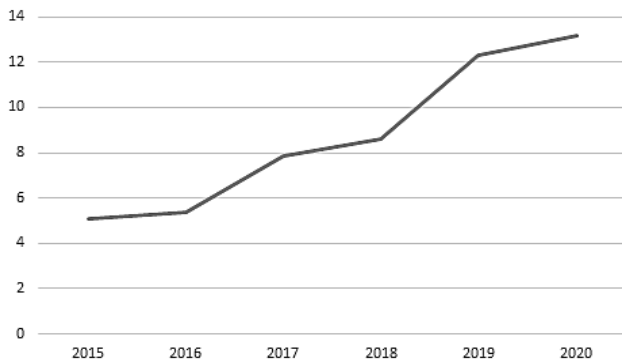


Рис. 1. Изменение экспорта товаров «мягкой силы» Республики Корея [3; 4; 6; 7]

и в период пандемии *Covid-19* в 2020 г., что нельзя сказать об общем экспорте товаров и услуг страны. Более того, по результатам проведенного авторами корреляционного анализа между экспортом «мягкой силы» и общим экспортом товаров и услуг РК коэффициент корреляции между этими показателями составил примерно 0,4.

Инклюзивная реакция и гибкость в понимании музыкальных трендов отличает шоу-бизнес РК от других участников глобального рынка развлечений. Например, компания *Hybe Corporation* (до апреля 2021 г. известная как *Big Hit Entertainment*) в связи с тяжелой эпидемиологической ситуацией в мире решила организовать крупнейший в мире онлайн-концерт в 2020 г. Общее число телезрителей такого концерта составило примерно 756 тыс. чел. из 107 стран. Несмотря на невысокую стоимость билета на онлайн концерт, которая составила лишь 25 % от цены на обычный концерт, компания *Hybe Corporation* смогла заработать на нём около 20 млн долл. США в условиях, когда мировые конкуренты получили крупные убытки [8].

Важной особенностью компаний индустрии развлечений РК является высокая диверсификация деятельности. В их продуктовую линейку входит музыкальная продукция, кинематограф, продукты, косметика, игры, манхва (корейские комиксы), веб-туны (цифровые комиксы) и многое другое. Широкая продуктовая линейка позволяет развлекательным компаниям РК значительно увеличивать свою целевую аудиторию [4; 7].

Другой особенностью индустрии развлечений РК является масштабное использование цифровых платформ. С середины 2000 гг. корейские развлекательные компании начали использовать западный видеохостинг *YouTube* и, определив его высокий потенциал, стали активно включать его в свою деятельность. Кроме того, в дальнейшем компанией *Naver Corporation* была разработана собственная корейская цифровая платформа, которая была запущена в 2015 г. и получила название *V Live* [9]. Она имеет ряд особенностей, одной из которых является диверсификация языкового сервиса. Фанаты из разных стран могут просматривать контент,

связывать со своими кумирами, избегая языкового барьера. На сегодняшний день данная платформа предлагает потребителю следующие языки: английский, корейский, японский, вьетнамский, тайский, индонезийский, испанский, мандарин и традиционный китайский [10]. Это привело к значительному росту официально зарегистрированных фанатов корейской индустрии развлечений по всему миру (рис. 2).

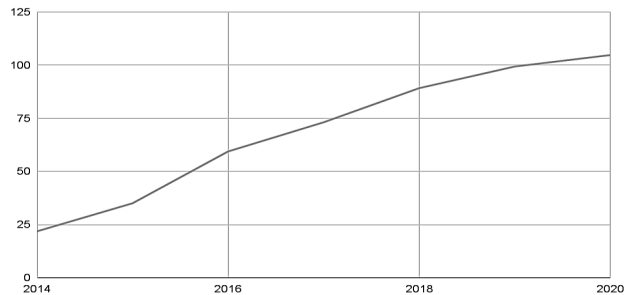


Рис. 2. Количество официальных фанатов корейской музыки 2014-2020 гг. (млн чел.) [5]

Рисунок 2 наглядно демонстрирует общий тренд, а именно – уверенный рост сообщества фанатов, потребляющих корейскую музыкальную продукцию, который продолжился и в 2020 г. При этом важно отметить то, что 75 % от общего прироста официальных фанатов корейской музыки в 2020 г. составили молодые граждане Российской Федерации [5].

Итак, индустрия развлечений Республики Корея представляет собой динамично развивающуюся сферу деятельности. К достоинствам данной индустрии относятся: 1) она является драйвером экономического роста страны; 2) постоянно растущий мировой интерес к продукции индустрии развлечений РК; 3) широкая диверсификация корейского бизнеса развлечений.

К недостаткам можно отнести следующие: 1) негативные социальные истории, связанные с артистами корейской поп-музыки; 2) психологический синдром Дориана Грея у некоторых молодых звезд корейской индустрии развлечений; 3) высокий уровень внутриотраслевой конкуренции.

Вторым объектом нашего анализа является индустрия развлечений РФ. Безусловно, российская культура характеризуется богатым историческим прошлым. Всемирно известны классики не только художественной литературы, но и других направлений культуры (музыка, балет, опера, театр, живопись и др.). Такие имена, как Ф.М. Достоевский, Л.Н. Толстой, М.А. Булгаков крепко закрепились в умах и сердцах иностранцев и создают один из первых ассоциативных рядов понятия «российская культура». Советские художественные фильмы «Любовь и голуби», «Служебный роман», песня «Подмосковные вечера» и многие другие яркие работы советской культурной жизни широко распространились за рубежом, несмотря на так называемые

мый «железный занавес», и стали важной частью российской культуры.

1991 г. стал отправной точкой нисходящей тенденции развития индустрии развлечений Российской Федерации. Этот тренд прослеживается в отчетах Международной федерации производителей фонограмм: если в 2008 г. РФ входила в топ-10 стран по производству фонограмм, то уже в 2010 г. страна смогла попасть лишь в топ-20 [3; 6].

Стоит отметить, что в последние 20 лет наблюдается несогласованность в развитии разных направлений индустрии развлечений РФ. Например, российская киноиндустрия развивается в основном вне зависимости от достижений и трендов развития национальной музыкальной индустрии. Помимо этого, внутри самих направлений индустрии развлечений РФ заметна фрагментация, выраженная в реализации отдельных, единичных проектов с разным уровнем эффективности. В стратегическом плане разработаны долгосрочные планы развития отдельных отраслей – секторов индустрии развлечений, но слабо развито комплексное долгосрочное планирование всей индустрии развлечений РФ.

Еще одной особенностью индустрии развлечений РФ является ее сильная зависимость от зарубежного контента (рис. 3).

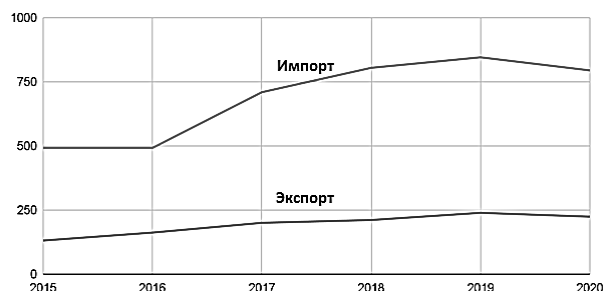


Рис. 3. Показатели экспорта и импорта индустрии развлечений Российской Федерации (млн долл. США) [11]

Анализируя динамику изменения экспорта и импорта продукции индустрии развлечений РФ, представленную на рисунке 3, мы можем сделать вывод о том, что в период с 2015 г. по 2020 г. среднее значение импорта превышало значение экспорта индустрии развлечений более чем в 2 раза.

Итак, индустрия развлечений Российской Федерации представляет собой среднеразвитую и перспективную отрасль деятельности. К ее достоинствам можно отнести: 1) богатое историческое и культурное прошлое страны; 2) музыкальный сегмент, который является драйвером российской индустрии развлечений; 3) большую емкость российского рынка развлечений.

Среди ее недостатков можно выделить: 1) широкое копирование и имплементация зарубежных трендов индустрии развлечений; 2) фрагментация

развития различных секторов российского рынка развлечений.

Третьим объектом нашего анализа является индустрия развлечений Республики Казахстан. Развлекательный рынок на территории Казахстана имел четкую формализованную структуру в период СССР. Однако с распадом Советского Союза она была разрушена по различным причинам. Для значительной части населения из ранее существовавших форм проведения свободного времени осталось преимущественно телевидение. Начавшийся с 1999 г. экономический подъем Республики Казахстан способствовал увеличению доходов населения страны, которое в конечном итоге привело к тому, что различные виды развлечений для людей стали более доступными. В результате начала стремительно развиваться новая креативная отрасль Республики Казахстан – индустрия развлечений.

Одной из главных особенностей современной казахстанской индустрии развлечений является попытка повторения корейской модели развития музыкального рынка. В 2015 г. Республика Казахстан анонсировала дебют мужской музыкальной группы, которая по ряду характеристик была аналогом корейского оригинала [12]. В настоящее время казахстанская музыкальная продукция становится популярной на национальных рынках соседних стран.

Другой особенностью казахстанской индустрии развлечений является информационная закрытость. Другими словами, довольно сложно оценить реальное состояние индустрии развлечений Казахстана из-за отсутствия релевантной статистики данного рынка. При анализе данных, представленных на официальном сайте Министерства национальной экономики Республики Казахстан, было выявлено отсутствие показателей продаж индустрии развлечений [13]. На данном сайте можно увидеть лишь данные о количестве институтов культуры и спорта, а также тенденцию изменения туристического потока в стране.

Таким образом, индустрия развлечений Республики Казахстан представляет собой перспективную отрасль национальной экономики на начальном этапе развития. К ее достоинствам можно отнести следующие: 1) музыкальный сегмент, который стал новым драйвером казахстанской индустрии развлечений; 2) среднюю емкость казахстанского рынка развлечений по сравнению с другими странами. К недостаткам казахстанской индустрии развлечений можно отнести: 1) копирование корейской музыкальной модели; 2) информационную закрытость казахстанского рынка развлечений.

Итак, подведем итоги. Россия и Республика Казахстан являются важными участниками Евразийского экономического союза. Каждая страна сталкивается со своими индивидуальными вызовами в развитии национальных индустрий развлечений.

Во-первых, для России важно преодолеть негативную тенденцию развития, связанную с превышением импорта над экспортом продукции национальной индустрии развлечений. Во-вторых, для России актуальна разработка комплексной стратегии развития индустрии развлечений с применением инклюзивного корейского опыта в данной сфере.

Какие же основные вызовы для индустрии развлечений Республики Казахстан? Мы считаем, что главным вызовом для устойчивого развития казахстанской индустрии развлечений является разработка собственной модели, опирающейся на национальные культурные традиции и творчески адаптированный мировой опыт, в том числе корейский опыт развития индустрии развлечений. Еще одним вызовом для казахстанской индустрии развлечений является систематизация информационного обеспечения данной сферы, позволяющая проводить комплексный анализ ее деятельности.

Литература:

1. Korea Creative Content Agency (한국콘텐츠진흥원) – URL: https://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0158948/1767081.do?searchCnd=&searchWrd=&cateTp1=&cateTp2=&useAt=&menuNo=203778&categorys=0&subcate=0&cateCode=&type=&instNo=0&questionTp=&uf_Setting=&recovery=&option1=&option2=&year=&categoryCOM062=&categoryCOM063=&categoryCOM208=&categoryInst=&morePage=&delCode=0&qtp=&pageIndex=52 (дата обращения: 30.05.2021).
2. Doo-bo S. An Essay on K-pop: Korean Wave, Idols, and Modernity // Social Studies Education (In Korean). – 2013. – Vol. 52. – P. 13-28.
3. International Federation of the Phonographic Industry (2021) IFPI issues annual global music report 2020 // URL: <https://gmr.ifpi.org/about-the-report> (дата обращения: 30.05.2021).
4. Korea Creative Content Agency (한국콘텐츠진흥원) – URL: https://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0158949/1843644.do?searchCnd=&searchWrd=&cateTp1=&cateTp2=&useAt=&menuNo=203779&categorys=0&subcate=0&cateCode=&type=&instNo=0&questionTp=&uf_Setting=&recovery=&option1=&option2=&year=&categoryCOM062=&categoryCOM063=&categoryCOM208=&categoryInst=&morePage=&delCode=0&qtp=&pageIndex=1 (дата обращения: 30.05.2021).
5. The Korea Foundation (한국국제교류재단). – URL: <https://www.kf.or.kr/kfEng/main.do> (дата обращения: 30.05.2021).
6. International Federation of the Phonographic Industry // IFPI issues annual global music report 2019. – URL: <https://www.ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report> (дата обращения: 30.05.2021).
7. Korea Creative Content Agency (한국콘텐츠진흥원) – URL: <https://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0158948/1842698.do> (дата обращения: 30.05.2021).
8. BTS's Virtual Concert 'Bang Bang Con: The Live' Was A Massive Moneymaker // Forbes. – URL: <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2020/06/16/btss-virtual-concert-bang-bang-con-the-livewasamassivemoneymaker/?sh=19ad66f559c5> (дата обращения: 30.05.2021).
9. NAVER. – URL: <https://www.navercorp.com/en/naver/company#:~:text=NAVER%20Co.%2C%20Ltd.%20is,digital%20comics%20platform%20NAVER%20WEBTOON> (дата обращения: 30.05.2021).
10. V Live TV. – URL: <https://www.vlive.tv/channels> (дата обращения: 30.05.2021).
11. World Trade Organization. – URL: <https://www.wto.org> (дата обращения: 30.05.2021).
12. Феномен Ninety One: как не участвовать в той-бизнесе и зарабатывать на музыке // Forbes Kazakhstan. – URL: https://forbes.kz/leader/uhod_otshablonov_1517307338/ (дата обращения: 30.05.2021).
13. Министерство Национальной экономики Республики Казахстан. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/economy?lang=ru> (дата обращения: 30.05.2021).

**Challenges and Prospects of the Entertainment Industry:
the Republic of Korea, the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan**

Khussamov R.R.
Kazan (Volga Region) Federal University

Garayeva A.R.
National Research University «Higher School of Economics» (Moscow)

The article describes the main challenges facing the entertainment industries of the Republic of Korea (ROK), the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan. Within the framework of a systematic approach, the development of the entertainment industry of the ROK is considered. The authors analyze its prospects and contribution to the modern economic development of these countries. Special attention is paid to the application of elements of the Korean model of the entertainment industry in the conditions of the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan.

Key words: entertainment industry, challenges, prospects, Republic of Korea, Russian Federation, Republic of Kazakhstan, “soft power”

