**Воспитательно-образовательный потенциал современных культурных индустрий**

***Давлетьярова Аделина Ринатовна***

*Студент*

*ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева»,*

*Факультет истории и социальных коммуникаций, Астрахань, Россия*

*E-mail: Adelinadavletarova110@gmail.com*

Культурные индустрии - это сравнительно новое явление для отечественной гуманитаристики и экономики. Определение понятия культурных индустрий по настоящее время вызывает многочисленные дискуссии. В связи с этим возникает необходимость верного толкования “культурных индустрий” в научной среде. Играя значительную роль в производстве и тиражировании социокультурных смыслов и значений, культурные индустрии способны выступать важным элементом образовательного пространства. Принимая во внимание активное распространение культурных индустрий и их новизну для российского общества, большое значение приобретает анализ образовательного и воспитательного потенциала современных культурных индустрий.

Культурные индустрии в настоящее время обретают совершенно иные функции и превращаются в новый и высокотехнологичный кластер, обладающий образовательно-воспитательным потенциалом. Новый инновационно-творческий сектор представлен не только новыми типами креативных практик и индустрий, но и новыми видами учреждений, социокультурными площадками - креативными пространствами, которые в процессах вовлечения аудитории в культурную жизнь уверенно встали в один ряд с традиционными культурно-досуговыми институциями - театрами, библиотеками, музеями, домами культуры и т. д. Креативные пространства синтезируют в себе функции культурных, досуговых площадок и бизнеса. Основываясь на идее создания и развития инновационных, креативных форматов и проектов, ориентированных на запросы и интересы аудитории, культурные индустрии выступают хорошей площадкой для реализации проектов в сфере образования.

В рамках нашей статьи следует отметить ряд важных функций культурных индустрий. В статье Георгиевой Е.С., Никонова С.Б., Лабуша Н.С., Пую А.С., Олейникова С.В. отмечается, что «в качестве важной функции культурных индустрий может выступать функция организации коммуникационного процесса в публичном культурном пространстве» [2, с. 260]. Поясняется, что данная функция была отчасти реализована некоторыми индустриями в период пандемии. Сфера культурных индустрий в тот период претерпела ряд трансформаций: переход в онлайн-сферы взаимодействия с потребителями, развитие деятельности стекхолдеров креативного класса (малые и микропредприятия креативной сферы, самозанятые), активное использование креативными отраслями информационных технологий [3, с. 52]. Также в рамках нашего исследования, необходимым становится упоминание функции культурной социализации и ценностного самоопределения индивида.

В статье О.А. Янутш мы находим емкое описание тенденций развития культурных индустрий в сфере образования. Во-первых, развитие транссубъектных индустрий, которые предполагают взаимодействие нескольких институтов культуры [5, с. 127]. Примером информационного контента выступает получивший распространение и завоевавший большое число поклонников формат – подкасты. Он уже сумел зарекомендовать себя как эффективное средство обучения и воспитания в рамках внеурочных мероприятий. С точки зрения развития креативных индустрий, подкасты (их создание, продюсирование и пр.) сами выступают частью новых медиа и креативной экономики [1, с. 15]. В пример также можно привести взаимодействие музеев и школ в России. В различных регионах России уже есть примеры успешной реализации партнерских программ, позволяющих скоординировать деятельность различных индустрий (школ, театров, кино, музеев и вуза) в рамках единого проекта, который длится в течение всего года [4, с. 289]. Все активнее развивается сфера игровых приложений для мобильных устройств на платформах Android и Apple. Особенностью данного направления является широкая дифференциация предлагаемых программ по возрасту и по интересам [6, с. 13].

Вторая тенденция связана с пониманием специфики экономических моделей создания, реализации и управления культурными индустриями в сфере образования. В сфере образования прибыль от культурных индустрий носит пролонгированный характер, так как они в значительной мере направлены на расширение собственной аудитории в будущем. Очевидно, что без специальных музейных программ со временем число посетителей музеев будет только сокращаться, а без научно-просветительских проектов все меньше талантливой молодежи будет приходить в науку. Особенно это актуально в средних и малых городах, в которых отсутствие насыщенных социокультурных практик становится одной из причин оттока молодежи.

Таким образом, государственная культурная политика в данном направлении должна строиться по пути максимальной интеграции усилий государственных, общественных и частных организаций, занимающихся просветительской и образовательной деятельностью различных видов, уровней и форм.

Литература

1. Астафьева О. Н., Коротеева О. В., Купцова И. А. Развитие социально-предпринимательских проектов в области креативных индустрий: введение в проблематику // Потенциал сообществ для развития творческих индустрий и социально-предпринимательских проектов в культуре: Статьи и материалы / Школа Культурного форума регионов России (Республика Северная Осетия-Алания – Вологодская область – Севастополь – Краснодарский край). М.: Изд-во ИП Ершов И.А., 2021. С. 7-18.
2. Георгиева Е.С., Никонов С.Б., Лабуш Н.С., Пую А.С., Олейников С.В. Роль культурных индустрий и массмедиа в культурной социализации и ценностном самоопределении индивидов: от стандартизации к социальному функционалу // Инновации и инвестиции. 2022. №2. С. 255-261.
3. Глушкова Ю. О., Васина А. В. Влияние COVID-19 на креативные индустрии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Игнатьева В.О. Образовательный потенциал культурных индустрий: пермский опыт // Современные модели развития культурных индустрий в регионах России: сборник научных статей. 2014. С. 288-294.
4. Игнатьева В.О. Образовательный потенциал культурных индустрий: пермский опыт // Современные модели развития культурных индустрий в регионах России: сборник научных статей. 2014. С. 288-294.
5. Янутш О.А. Тенденции развития культурных индустрий в сфере образования // ИТС. 2015. №2 (79). С 126-130.
6. Van Eck, R. Digital game-based learning : It's not just the digital natives who are restless //EDUCASE Review. 2006. Vol. 41, №. 2. С 1-16. URL:http://edergbl.pbworks.com/w/file/fetch/47991237/digital%20game%20based%20learning%202006.pdf.