

*Секція: Економічна теорія*

**ПРОСКУРИНА МАРІЯ ОЛЕГІВНА**

*Кандидат економічних наук,*

*Доцент кафедри шоу-бізнесу*

*Київський національний університет*

*культури і мистецтв*

*м. Київ, Україна*

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ.**

Термін “культурна індустрія” вперше було запропоновано німецькими філософами М. Горкгаймером та Т. Адорно у спільній праці “Діалектика просвітництва” (1947 р.) для визначення масове виробництво продуктів культурного призначення, виготовлених індустріальним способом, що спостерігалось на початку 40-х рр. ХХ ст. у США. Такі зміни було оцінено негативно, оскільки в перспективі це мало призвести до масового виробництва стандартизованих творів, що становить загрозу для традиційного мистецтва та культури взагалі, шляхом використання уніфікованих техніки та технології.

На початку 80-х років ХХ ст. культурні індустрії зазнали значних змін, що було зумовлено прискоренням науково-технічного прогресу, що призвело до впровадження технічних інновацій у галузі комунікацій (радіо, телебачення, Інтернет), інформаційно-комп’ютерних технологій. Все це змінило способи, виготовлення та поширення предметів та послуг культурного призначення, а також зумовили бурхливий розвиток заснованих на цих технологіях виробництв по всьому світу.

Підприємства культурних індустрій більше не можна було розглядати як вторинні по відношенню до «реального» сектору економіки, оскільки змінилась структура виробництва та споживання, а отже і зайнятість. Сьогодні спостерігається різке зростання нематеріальних та неутилітарних благ в структурі

споживання. Предмети матеріальної та нематеріальної культури сприймаються не лише як корисні речі, але як символи та культурні коди – як засоби комунікації та ідентифікації приналежності до певного кола. Змінилося ставлення до потенційних споживачів. Значна увага приділяється маркетинговим дослідженням та маркетинговій політиці. Спостерігається випередження витрат, пов'язаних з обробкою інформації (транзакційні витрати) по відношенню до витрат на матеріальне виробництво блага. Одночасно з масовізацією культурних благ в світі спостерігається індивідуалізація та колаборативна фільтрація [2, с. 49]. Значне зростання витрат на рекламу стимулювало розвиток індустрій.

Деякі компанії переросли у глобальні корпорації. Вони більше не спеціалізуються на окремих галузях культури, утворюючи конгломерати, тісно пов'язані між собою та з суміжними галузями, утворюючи складну мережу спільних підприємств. Динаміка цього сектору створює привабливі умови для малих та середніх підприємств, які є достатньо конкурентоспроможними.

Розповсюдження культурних продуктів набуло глобального характеру та подолато національні кордони. В величезних масштабах зображення, звуки, нарративи впроваджуються скрізь, утворюючи нові гібриди або навіть перезавантажуючи культурні цінності [6, с. 14-15]. Відбулися і значні зрушення в секторі державної культурної політики та регулювання. Все частіше рішення приймаються на міжнародному рівні, що змінило механізм суспільного регулювання та поняття суспільної власності. Культурним індустріям все частіше відводиться роль в інструменту відродження економіки на місцевому та регіональному рівнях.

Культура впливає на економіку і сама підпадає під її вплив. Тексти та символи перейшли з категорії вільних благ до категорії економічного блага, яке характеризується дефіцитністю. В необмеженому інформаційному просторі ми знову стикаємося з питанням обмеженості ресурсів – людськими можливостями: дозвілля, час, сили, пам'ять, емоції та смаки. Культурні індустрії пов'язані з виготовленням та розповсюдженням продуктів, що впливають на розуміння світу споживачів. Таким чином є можливість формувати попит, а не лише створювати

пропозицію. Більшість спожитих текстів та символів виробляються корпораціями заради підтримки сприятливих, для отримання стабільного прибутку, умов.

Сьогодні економіка культури є джерелом багатства, способом зайнятості та однією з рушійних сил економічного розвитку суспільств. Як зазначають сучасні економісти-дослідники (Б. Фрей, Д. Хезмондалш, Д. Тросбі та ін.) ми можемо розглядати економіку та культуру як окремі академічні дисципліни, і в той самий час ми не можемо ігнорувати їх взаємовплив в епоху постіндустріальних суспільств. Економіка культури є частиною економічної науки. Для ілюстрації необхідності взаємодоповнення наукових систем звернімо увагу на позицію Ю. Осіпова, який розглядає практичну діяльність людей з точки зору теорії господарства: «Виробництво – загальнокультурний процес, організація виробництва – самоорганізація культури». Нові знання формуються на межі різних наук та в умовах їх взаємовпливу та взаємопроникнення. При застосуванні міждисциплінарного підходу слід звернутися до принципу системності, який є однією з основних характеристик цивілізаційної парадигми та передбачає врахування впливу на економіку не лише продуктивних сил, соціально-економічних та техніко-економічних відносин, а також політичної, культурної, соціальної, релігійної та інших сфер суспільного життя [5].

Починаючи з XIX ст. основна привабливість капіталістичного господарства полягала у ілюзії його нейтральності, що уособлювалася в ідеї невидимої руки – деперсоніфікованого регулятора людських взаємовідносин. «Ринок пропонує абстрактний спосіб соціального регулювання: стосунки між індивідами регулюються об'єктивними законами, і при цьому між людьми відсутні відносини підпорядкування» [3, с. 9]. В ідеалі ринкові відносини говорять нам про автономію індивідів та деперсоніфікацію соціальних зв'язків. Це знайшло своє вираження в концепції методологічного індивідуалізму. Коли людина розглядається як раціональна істота, що прагне до максимізації своєї корисності. Ринок в цьому разі виступає як об'єктивний інститут узгодження інтересів окремих індивідів незалежно від чиясь волі. Тобто тут ми говоримо про вбудовані механізми саморегулювання, що діють об'єктивно. Запропоновані неолібералістами моделі

ефективних ринків сприяли утвердженню припущення про можливість застосування економічних моделей для аналізу культурних благ, оскільки за висловом відомого економіста Р. Коуза: «немає суттєвої різниці між ринком товарів та ринком ідей». Проте обмеженість традиційного методологічного апарату економічного аналізу ринків культури та медіа є очевидною. Для розуміння специфіки економіки культурних індустрій слід вийти за межі уявлення про ринок, як досконале та незалежне від людини суспільне утворення. Соціально-економічна система є нелінійним, відкритим, динамічним, когерентним [1, с. 41] системним утворенням, що здатне до саморозвитку. Використання системно-синергетичного та міждисциплінарного підходів дозволяє сформувати її цілісне бачення.

При дослідженні розвитку економічних систем, важливе місце посідає феномен психології мас. В суспільстві панують прагнення до збільшення багатства, яке є «рушієм суспільства, а споживання – метою багатства...»[3, с. 88]. Розвиток нових технологій та нових галузей, відкриття нових ринків дають надію на збільшення прибутку. Враховуючи соціальну складову процесів в межах економічної системи слід зважати на сукупність індивідуальних реакцій господарюючих суб'єктів на різноманітні структурні зрушення в соціо-культурному середовищі. Спосіб мислення людей визначається їх стилем життя. Цей стиль визначається як економічними, так і не економічними інститутами, проте основним підґрунтям є матеріальне забезпечення їх життєдіяльності. І в цьому ракурсі при нагоді стають формаційні підходи. Основу існування суспільства становить матеріальний сфера, створюючи можливості для існування та самореалізації. Проте сьогодення економіка дедалі більше стає відірваною від реального матеріального базису. Завдяки впливу культурних індустрій вона набуває рис віртуальності.

Оскільки культурні індустрії набули глобального характеру, а лінійні традиційні уявлення про взаємодію економічних агентів стають сумнівними, необхідним є розробка нових моделей колективної поведінки. Індивідуальна свобода прийняття рішень обмежується системою суспільних відносин, які не

піддаються контролю та непередбачувані на великому часовому проміжку. При дослідженні економки культури, на наш погляд, доцільно наслідувати приклад представників інституціоналізму.

Для того, щоб економіка, як наука мала змогу адекватно реагувати на сучасні умови, слід розширити межі економічних досліджень та визначити значення всіх аспектів культури в діяльності людства, а також більш ґрунтовно та системно проводити дослідження взаємовпливу культуриних та економічних систем.

#### Література:

1. Асланов Л.А. Культура и власть. Философские заметки. Кн. 1. — М.: Изд-во ИТРК, 2001. — 496 с.
2. Долгин А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка /Александр Долгин. – М.:АСТ, 2010. – 224 с.
3. Розванлон П'єр. Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку/Пер. з фр. Є. Марічева. – К.:Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – 246 с.
4. Тросби Д. Экономика и культура/пер с англ. И. Кушнаревой; Нац. исслед.ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.
5. Фещенко В. М. Динамічний аналіз проблем циклічності у розробках українських економістів кінця ХІХ – початку ХХ ст. / В.М. Фещенко //Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2004. – В.4. – С. 189-195.
6. Хезмондалш Д. Культурные индустрии/пер.с англ. И. Кушнаревой; под науч. ред. А.Михалевой; Нац. исслед.ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.