

УДК 330.130.2

М. Ю. Зелінський
кандидат філософських наук,
професор кафедри філософських та соціальних наук
Київського національного торговельно-економічного університету

Л. П. Саракун
кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософії
Національного університету харчових технологій

КУЛЬТУРА Й ЕКОНОМІКА: ЕФЕКТ ВЗАЄМОДІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Багатотисячний історичний досвід переконливо демонструє, що без урахування ролі культури в соціумі неможливий поступальний його розвиток, зокрема й економіки, що закономірно призводить до різного роду криз і конфліктів. Розкриття особливостей взаємодії культури й економіки дає змогу достовірно оцінити зміст і спрямованість соціально-економічних перетворень.

Дослідженню проблем економіки культури присвячені праці У. Боумоля, У. Боуена, В. Гееця, А. Рубінштейна, Д. Тросбі, Б. Фрея. Зокрема, А. Рубінштейн розглядає питання фінансового забезпечення сфери культури та законодавчого її регулювання. Новий погляд на економічні аспекти культурної діяльності й культурний контекст економіки та економічної поведінки пропонує відомий економіст Д. Тросбі. Він показує, як саме здійснюється оцінка культурних благ у економічному й культурному відношенні та вводить поняття культурного капіталу й стійкості.

У межах аналізу означених проблем залишаються недостатньо дослідженими механізми взаємодії сфери культури та економіки в нових трансформаційних умовах.

Мета статті – проаналізувати взаємовплив культури та економіки й розкрити роль держави, бізнесу та громадськості в розвитку сфери культури.

В умовах поглиблення ринкових відносин сфера культури, як ніяка інша, відчуває значні труднощі. Незважаючи на те що чимало закладів культури мають можливість заробляти кошти, реалізуючи свій творчо-виробничий продукт (послуги), все ж однією з базових закономірностей сучасної економіки культури є так звана «хвороба витрат» (cost disease), відкриття якої належить У. Баумолю та У. Боуену [11]. Сутність цього феномена полягає в тому, що для деяких видів художньої культури, виконавського музичного мистецтва витрати перевищують прибуток (від проданих квитків). Як наслідок, саме існування організацій, які продають послуги виконавського характеру, виявилось проблемним, оскільки їхня діяльність не окупується й вони змушені звертатися за фінансовою підтримкою до держави та меценатів, намагатися сформувати первісний капітал.

Стосовно обсягів державної підтримки культури до цього часу не існує співвідносних даних у контексті міжнародних порівнянь. На цю проблему дослідники постійно звертають увагу. Незважаючи на започаткування ЮНЕСКО у 2009 році єдиних правил здійснення статистичного обліку у сфері культури, зіставлення даних із фінансування культури, як і раніше, досягти не вдається, бо в різних країнах у культурний сектор включають різні види дозвілєвої діяльності. За даними ОЕСР, найвищий обсяг державної підтримки (% від ВВП) за статтею «культура й рекреація» в докризовий період відмічався в Данії (1,6%), Франції (1,5%), Ізраїлі (1,4%), Чехії (1,3%) [7, с. 91].

Бюджетне фінансування культури в Україні й у часи незалежності здійснюється за залишковим принципом як одна з «малозначимих» галузей економіки. Водночас не варто заперечувати необхідність задоволення потреб більшості людей у культурних благах, таких як послуги бібліотек, музеїв, театрів, кінотеатрів, за цінами, доступними для всіх соціальних верств населення. У складній ситуації, що склалася в країні, потрібно не скорочувати, а трансформувати різні заклади соціально-культурної сфери, де можуть

бути як додаткові платні, так і гарантовані безкоштовні послуги.

Серед основних аргументів, що зумовлюють необхідність державної підтримки культури, варто зазначити такі:

- культура належить до суспільних благ, які потребують субсидій;
- культура створює позитивні екстерналії й належить до категорії мериторних благ;
- з позиції соціальної справедливості вона повинна бути доступною для кожного [7, с. 94].

Основоположник економіки культури У. Баумоль цей перелік доповнює стартапом культурної діяльності й тезою про те, що культура повинна розглядатися як інвестиції в майбутнє. Іншим лейтмотивом теоретичного обґрунтування державної підтримки культури з погляду економічної теорії є необхідність корекції «провалів» ринку. До цієї аргументації зверталось чимало економістів. Зокрема, в роботах швейцарського економіста Б. Фрея обґрунтування необхідності державного втручання набули системного характеру.

Не зменшуючи значимість культури в розвитку суспільства, з погляду економічної теорії виникає резонне питання: якщо роль культури така значна, тоді чому це не відображається на її затребуваності, тобто на попиті з боку споживачів? Б. Фрей пропонує відповідати на це питання з двох боків: попиту і пропозиції [13, с. 390–393].

Пропозицій у культурі та мистецтві недостатньо, якщо ринок не виявляє всі вподобання споживачів, їх реальну зацікавленість у використанні культурних благ. Згаданий дослідник Б. Фрей виділяє три ситуації, за яких попит на культурні блага визначається ринком не в повному обсязі: неринковий характер попиту на культурні блага; позитивні екстерналії, що виникають у результаті культурної діяльності; зарахування мистецтва до категорії суспільних благ.

Неринковий характер попиту на культурні блага науковець пов'язує із соціальною значущістю культурної діяльності загалом. Він виокремлює п'ять основних різновидів соціальної значущості культурних благ для споживача.

По-перше, відкладене в часі залучення до культурних цінностей (люди цінують можливість отримання задоволення від мистецтва коли-небудь у майбутньому). По-друге, наявність культурної діяльності без залучення до неї (люди отримують задоволення від самого існування осередку культури, не замислюючись над тим, відвідають вони його в майбутньому). Люди навіть можуть знати заздалегідь, що самі вони ніколи не будуть брати участь у культурній діяльності, але вони цінують саме наявність такої діяльності. По-третє, турбота про майбутні покоління (люди відчувають задоволення від усвідомлення того, що їхні нащадки при бажанні зможуть отримати задоволення від відвідування об'єктів культури). Деякі люди самі можуть не бути цінителями мистецтва, але розглядають його як спадщину для майбутніх поколінь. По-четверте, почуття національної гордості (люди відчувають задоволення від усвідомлення своєї причетності до місцевої культурної пам'ятки, яка приваблює численних туристів із різних куточків земної кулі). У багатьох випадках культурна діяльність дуже тісно асоціюється з національною самобутністю, престижем і суспільною злагодою [13, с. 391]. По-п'яте, освіта й культурне просвітництво (люди усвідомлюють, що культурні організації сприя-

ють підвищенню культурного рівня населення, вихованню художнього смаку).

Б. Фрей, аналізуючи провали ринку (стосовно попиту), вказує на аргумент неринкового попиту на культурні блага, демонструючи цим самим ні що інше, як існування потреб суспільства, які не є ринковим механізмом. Він зазначає, що не зовсім коректно зараховувати ці потреби до провалів ринку, оскільки ринок не фіксує їх існування. Підтримка культури з боку держави зумовлена провалами ринку, зокрема позитивними екстерналіями, які створює культура для суспільства [12, с. 71]. З одного боку, культурна діяльність може супроводжуватися позитивними екстерналіями як для індивідумів, так і організацій, що безпосередньо не беруть участі в процесі виробництва культурних благ. Останні користуються результатами, за які вони не платять і за які, отже, виробник означених благ на ринку не отримує прибуток. З іншого боку, певною вигодою можуть скористатися індивідууми й фірми, які не заплатили за їх споживання. В обох випадках виробництво культурних благ недостатньо порівняно з тим, що оптимально для суспільства. Б. Фрей підкреслює, що позитивні екстерналії від діяльності театрів, музеїв і культурних організацій відчують на собі не тільки ті люди, які їх відвідують, а й суспільство загалом [14, с. 20].

Багато економістів пов'язують позитивні екстерналії з освітньою функцією культури та мистецтва. Суспільство загалом вирає від підвищення освітнього й культурного рівня населення. У підсумку це виражається в удосконаленні людського потенціалу, покращенні якості соціального середовища, що не може не позначитися й на економічному розвитку. Наприклад, американський економіст Д. Фулerton уважає субсидування культурних організацій кращим способом для досягнення цілей освіти в контексті культурного розвитку суспільства, ніж субсидування власне освітніх організацій. Ідеться про те, що цільовою аудиторією шкіл і університетів апріорі є та частина суспільства, яка тією чи іншою мірою залучена в процеси культурного споживання. Субсидування культурних організацій дасть змогу розширити масштаби культурного просвітництва і створити сприятливі умови для доступності культурних благ широкому загалу населення [15, с. 75].

Інший економіст Т. Сітовські пов'язує державну підтримку культури з необхідністю протистояти процесам дегуманізації суспільства. Якщо «вишлеск» емоцій людини буде здійснюватися через творче начало шляхом безпосередньої участі як у професійній культурній діяльності, так і в аматорському мистецтві, то це допоможе захистити людей від тваринних інстинктів людської природи, а значить, знизити рівень агресії в суспільстві, протистояти різним виявам асоціальної поведінки, поширенню алкоголізму та наркоманії. Т. Сітовські відкидає стандартні аргументи на підтримку культури й мистецтва, такі як турбота про майбутні покоління, відмічаючи, що єдиним вагомим інструментом державної підтримки культури є те, що вона є засобом формування художнього смаку [17, с. 68].

Повертаючись до вищезгаданого Б. Фрея, варто зазначити, що він розглядає й інші ситуації, при яких ринок не в змозі виявити реальні вподобання споживачів культурних благ. Зокрема, наділення культури властивостями публічних благ; стартап культурної діяльності; недосконалість конкуренції у сфері культури; відставання виробництва в сценічних мистецтвах.

Обґрунтування державної підтримки культури Б. Фрей також пов'язує з необхідністю забезпечення рівних можливостей залучення широких верств населення до культурних цінностей, що зумовлено не корегуванням «провалів» ринку, а ціннісною аргументацією. Практика показує, що публіка, яка виявляє інтерес до культури й мистецтва, представлена переважно заможними людьми. Тому забезпечення доступності до культурних цінностей широкого загалу населення вимагає не тільки залучення коштів громадськості, а й реалізації комплексу заходів із розвитку художнього смаку в людей, тобто широкомасштабного куль-

турного просвітництва. Без державної підтримки культура й мистецтво стануть доступними переважно для заможних верств населення [12–14].

Хейльбрун і Грей відзначають, що проблема відсутності рівних можливостей для залучення широких верств населення до культурних цінностей полягає не тільки у високих цінах і низьких доходах, а й у регіональних диспропорціях. У місцевих спільнотах існує нестача культурних закладів на професійній основі. Субсидії необхідні для того, щоб допомогти поширити мистецтво й культуру географічно, а також збільшити їх доступність для бідних верств населення [16, с. 217].

Культура, розвиваючись, спирається на підтримку держави, яка несе юридичні зобов'язання перед минулим, сьогоденням і майбутнім за збереження культурної спадщини народу, що проживає на її території. Вона забезпечує рівність можливостей і умов культурного розвитку громадян, визначає напрями, зміст і форми державної підтримки культури з урахуванням національних традицій, рівня політичного та економічного розвитку суспільства.

Фінансування за рахунок державного й місцевих бюджетів має відбуватися на основі чітко визначених стандартів гарантованих безоплатних послуг у сфері культури. Це, у свою чергу, передбачає вдосконалення не лише формального розподілу бюджетних коштів, а й установлення стандартів надання обов'язкових безоплатних послуг у сфері культури.

Обсяг бюджетного забезпечення культурно-мистецьких програм має визначитися на підставі мінімальних стандартів забезпечення культурно-мистецькими послугами. При цьому також повинні враховуватися особливості депресивних регіонів України, в яких тривалий час функціонують недостатньо розвинені осередки культури.

Запровадження мінімально необхідного бюджетного забезпечення культурних програм дасть змогу стабілізувати якість культурно-мистецьких послуг. Воно має становити основу видатків річного зведеного бюджету України на галузь культури й мистецтв. А запровадження інноваційних бюджетних програм створить умови для подальшого розвитку культурно-мистецької галузі. Планування та виконання таких програм має відбуватися також на основі проектів, поданих закладами культури до державних і місцевих органів влади.

У багатьох країнах світу культура підтримується різними благодійними організаціями. Значного розповсюдження благодійництво набуло в США. Це звична форма підтримки культури, коли заможні люди вважають своїм обов'язком надавати безкоштовну допомогу в розробці гуманітарних проектів. Одні допомагають театрам, інші виділяють кошти на розвиток музейної справи, треті підтримують місцеві осередки культури. І все це робиться за покликком серця.

До нових каналів фінансування культури належить і цільовий капітал, який широко розповсюджений у країнах Західної Європи. Це внесок, певний обсяг фінансових ресурсів, відкладених на користь некомерційних організацій на певних умовах. Це можуть бути пожертвування чи спеціально зібрані кошти, це своєрідний інвестиційний актив у вигляді грошей, цінних паперів, нерухомого або іншого майна, переданого некомерційним організаціям юридичними чи фізичними особами як благодійна допомога. Заклади культури можуть щорічно отримувати кошти у вигляді відсотків, ренти чи прибутку.

Нині розвиток меценатства і благодійна діяльність загалом в Україні фактично лише започатковуються. Останнім часом про них згадують часто. Ухвалено Закон України про благодійництво та благодійні організації. Цей Закон визначає загальні засади благодійництва, забезпечує правове регулювання відносин у суспільстві, спрямованих на розвиток благодійної діяльності, утвердження гуманізму та милосердя [3]. Період матеріальна, фінансова й інша підтримка фізичними та юридичними особами тих, хто потребує благодійної допомоги, здійснюється для того, щоб популяризувати тільки своє ім'я, власну торгову марку. При цьому

необхідно також звертати увагу на те, куди саме спонсори вкладають кошти. Зазвичай український благодійник спонсорує шоу-бізнес (під виглядом розвитку культури), спорт і різні розваги, які, в кінцевому підсумку, принесуть йому прибуток. Такий «благодійник» не спонсорує видавничу діяльність, класичну музику, бібліотеки, музеї, дитячі та юнацькі заклади дозвілля. Замість меценатства, здійснює рекламні акції, а гроші вкладає в поп-культуру, яка формує сумнівні цінності, здійснюючи помітний негативний вплив на свідомість людини. Щоб в Україні з'явилися справжні меценати, держава має створити необхідні умови, аби меценатство у сфері культури стало престижним.

Міркуючи про нестабільність і брак фінансування культури впродовж усього періоду української незалежності, варто поставити питання: чи справді в цьому основна проблема? Експертна платформа «Культура 2025», поставивши собі таке запитання, дійшла висновку, що ні. Причина криється в тому, що держава інвестує кошти здебільшого в бізнес-проекти, не замислюючись над подальшим розвитком сфери культури.

Імідж України у світі, її міжнародний статус безпосередньо пов'язані з раціональним використанням потенціалу культури. Важливу роль відіграє позиціонування України в Європейському Союзі (далі – ЄС) як промоутера культурного розвитку, ініціатора та учасника міжнародних культурних проектів, що впливають на соціально-економічні показники і сприяють консолідації суспільства. У цьому контексті відомий учений-економіст В. Гець наголошує: «Головне завдання нашої держави на найближчу перспективу – забезпечити достатній рівень конкурентоспроможності як країни в цілому, так і окремих її регіонів, щоб в умовах глобалізації економічних процесів бути гідним суб'єктом у системі міжнародних і міжекономічних відносин» [1, с. 10].

Унаслідок Революції Гідності українська культура отримала визнання як важливий консолідуючий чинник саме завдяки громадянському суспільству, представники якого висунули до держави категоричні вимоги щодо реформування культурної політики. Однак багато з висунутих ідей складно втілити на практиці через брак відповідних державних механізмів. Зокрема, для сфери культури в нашій країні залишаються малознайомими (а відтак і незадіяними) такі поняття європейської культурної політики, як креативна економіка, культурні та креативні індустрії, креативні міста [6]. Це робить неможливими будь-які зусилля з євроінтеграції, оскільки сам зміст європейської культурної політики залишається для українських чиновників нез'ясованим, а культура не визнається ними рушієм економічного розвитку.

Водночас у ЄС підтримка сектору культури, який визначається в документі ЮНЕСКО «Creative Economy Report 2013» як доволі продуктивний і динамічний, є одним із пріоритетів соціально-економічного розвитку. Про це зазначено й у стратегії «Європа 2020». Культура і творчий сектор визнані джерелами економічного зростання та зайнятості населення, порозуміння й діалогу в суспільстві.

Важливість інвестицій у культуру і творчий сектор підкреслює програма Європейської комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014–2020 роки [8]. Варто підкреслити, що ця програма є рамковим документом, спрямованим на підтримку європейського культурного й аудіовізуального секторів. Бюджет програми, зокрема, на період 2014–2020 рр. становить 1,46 мільярдів євро. На відміну від попередніх культурно-гуманітарних проектів Європейської комісії, нова програма передбачає участь країн, які не є членами ЄС, – України, Молдови, Грузії та Туреччини.

Крім того, програма спрямована на підтримку європейського кіно, культури та креативного сектору, розширюючи масштаби зайнятості населення, що, безумовно, сприятиме економічному зростанню. Планується підтримати десятки тисяч митців, фахівців культури й аудіовізуального сектору, представників «виконавчого» мистецтва (театр, танець), образотворчого мистецтва, видавничої справи, кінематографії, телебачення, музики та відеоіндустрії. Сприяючи євро-

пейській культурній активності, пошуку нових аудиторій в інших країнах, програма також допоможе зберегти культурне розмаїття.

Нині визнано, що культура відіграє провідну роль в економіці ЄС та інших країн Заходу. Завдяки вищезгаданим секторам відбулося зростання внутрішнього валового продукту ЄС на 4,5%, майже на 4% зросла зайнятість (з'явилось 8,5 мільйонів робочих місць). Європа є світовим лідером із експорту продукції креативних індустрій. Нова програма відповідає на виклики, що з'явилися внаслідок глобалізації й поширення цифрових технологій. Це змінило способи створення культурного продукту, вплинуло на шляхи його поширення і прийняття.

Участь у програмі «Креативна Європа» є необхідною для України з огляду на можливості подальшого розвитку культури та її фінансування. Ця програма ЄС спрямована на підтримку культурного, креативного й аудіовізуального секторів із 2014 до 2020 роки щодо реалізації європейських проектів, які дають можливість подорожувати, охоплювати нові аудиторії, обмінюватися практичними навичками та вдосконалюватися.

Сьогодні існує близько 18 каналів (які нерідко іменують «схеми» або «напрями»), що дають можливість фінансування в рамках «Креативної Європи». Кожен із них охоплює окремих сектор або вид діяльності. «Креативна Європа» надає фінансову підтримку лише тим проектам, які виконують поставлені завдання, а саме:

- зміцнення креативного сектору й нарощування потенціалу;
- формування аудиторії;
- розробка нових бізнес-моделей;
- створення та підтримка віртуальних проектів.

Для оцінювання проектних заявок у рамках оголошених конкурсів залучаються незалежні експерти. З метою уникнення конфлікту інтересів існують чіткі правила їх відбору, сфера діяльності яких найкраще відповідає проблематиці проектної заявки. Усі заявки оцінюються згідно зі шкалою оцінювання. Після висновків експертів проекти розглядаються Комісією, яка приймає остаточне рішення щодо списку відібраних проектів. Під час відбору проектів увага приділяється дотриманню термінів подачі заявок, наявності всіх необхідних документів, якості методології проекту, обґрунтуванню фінансових витрат на реалізацію проекту тощо [8].

Розширення рамок взаємодії культури й економіки призводить до того, що завдання держави в умовах поглиблення ринкових відносин полягає не тільки в тому, щоб безпосередньо фінансувати заклади культури, а й у тому, щоб організувати фінансування в рамках державно-приватного партнерства. Щоб сприяти організації такого фінансування, залишаючись у правовому полі й не використовуючи адміністративний ресурс, державі необхідно здійснювати просвітницьку роботу. Зокрема, роз'яснювати бізнес-спільноті важливість інвестицій у культуру, оскільки без них неможливо розвивати креативні технології в галузі культури, які започатковані й успішно впроваджуються в країнах ЄС, де державою пропонуються взаємовигідні умови діяльності для різних суб'єктів культурної політики.

Перехід від концепції збереження культурного потенціалу країни в ситуації радикальних політичних і соціально-економічних перетворень до установки на розвиток вітчизняної культури передбачає зміну парадигми культурної політики. Якщо до останнього часу зусилля держави були спрямовані переважно на збереження й підтримку закладів культури, їх матеріально-технічної бази, то тепер важливо спрямовувати зусилля на створення повноцінних умов для творчості як професіоналів, так і самодіяльності.

Важливо під час вироблення концепції національної культурної політики бути відкритим до інших культур, оскільки цивілізаційні трансформації, пов'язані з процесами глобалізації, актуалізують міжкультурну взаємодію, породжують крос-культурні цінності й водночас впливають на національну ідентичність, яка втрачає свою цілісність.

Література

1. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В.М. Геєць ; НАН України ; Ін-т екон. та прогноз. НАН України. – К., 2009. – 864 с.
2. Есаков В.А. Государственная и общественная экономическая поддержка культуры / В.А. Есаков // Культура: управление, экономика, право. – 2008. – № 4. – С. 8–12.
3. Про благодійництво та благодійні організації : Закон України від 5 липня 2012 року № 5073-VI (зі змінами, внесеними згідно із Законами) // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2013. – № 25. – Ст. 252. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5073-17>.
4. Культура и рынок. Опекаемые блага / под ред. А.Я. Рубинштейна, В.Ю. Музычук. – СПб. : Алетейя, 2013. – 400 с.
5. Культура потребує державної опіки, зваженого підходу : [звернення учасників круглого столу «Українська культура сьогодні: стан, перспективи розвитку та дослідження» до керівництва держави] // Українська культура. – 2005. – № 3 (4). – С. 5.
6. Культурні цінності Європи / за ред. Ганса Йоаса і Клауса Віганта ; пер. з нім. – К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2014. – 552 с.
7. Музычук В.Ю. Государственная поддержка культуры: теоретические и практические аспекты / В.Ю. Музычук // Культура и рынок. Опекаемые блага / под ред. А.Я. Рубинштейна, В.Ю. Музычук. – СПб. : Алетейя, 2013. – С. 90–135.
8. Перспективи приєднання України до платформи «Креативна Європа» : [аналітична записка] / Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1863/>.
9. Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби ; пер. с англ. И. Кушнаревой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.
10. Экономические основы культурной деятельности: индивидуальные предпочтения и общественный интерес : в 3 т. / отв. ред. А.Я. Рубинштейн, Б.Ю. Сорочкин. – СПб. : Алетейя, 2002. – Т. 2 : Экономическая политика в сфере культуры: новый век, новый взгляд. – 2002. – 258 с.
11. Baumol W.J., Bowen W.G. (1966). *Performing Arts: The Economic Demma*. – New York : The Twentieth Century Fund.
12. Frey B.S. (1999). State Support and Creativity in the Arts: Some New Considerations. *Journal of Cultural Economics*. – Vol. 23. – P. 71–85.
13. Frey B.S. (2003). Public support / A handbook of cultural economics / edited by Ruth Towse. Edward Elgar. – P. 389–398.
14. Frey B.S. (2009). *Cultural Economics*. CESifo DICE Report 1/2009.
15. Fullerton D. (1991). On Justifications for Public Support of the Arts // *Journal of Cultural Economics*. – Vol. 15. – No. 2. – P. 67–82.
16. Heilbrun J., Gray C.M. (1993). *The Economics of Art and Culture. An American Perspective*. Cambridge University Press.
17. Scitovsky T. (1972). What's Wrong with the Arts Is What's Wrong with the Society. *The American Economics Review*. – Vol. 62. – No. ½. – P. 62–69.

Анотація

Зелінський М. Ю., Саракун Л. П. Культура й економіка: ефект взаємодії в ринкових умовах. – Стаття.

Культура розглядається як один із потужних рушіїв соціального та економічного розвитку. Основним стрижнем, що проймає всі сфери суспільства, є зміна статусу, ролі й функцій національної культури як важливого чинника суспільного поступу. У статті досліджуються основні аспекти взаємодії культури й економіки та розкриваються механізми фінансування галузі культури в умовах ринку. Обґрунтовується необхідність нової управлінської парадигми, яка вбачається у використанні самоорганізаційних процесів і «самобудуванні» культури. Аналізується економічна креативність у виробництві культурних благ і послуг. Значна увага приділяється визначенню пріоритетних напрямів культурної політики, яка б ґрунтувалася на встановленні конструктивного діалогу й тісній співпраці між державою, комерційними структурами та громадськістю.

Ключові слова: культура, економіка, ринок, механізми фінансування культури, культурна політика, екстерналії, креативний сектор.

Аннотация

Зелинский Н. Е., Саракун Л. П. Культура и экономика: эффект взаимодействия в рыночных условиях. – Статья.

Культура рассматривается как один из мощных двигателей социального и экономического развития. Основным стержнем, пронизывающим все сферы общества, является изменение статуса, роли и функций национальной культуры как важного фактора общественного прогресса. В статье исследуются основные аспекты взаимодействия культуры и экономики, раскрываются механизмы финансирования отрасли культуры в условиях рынка. Обосновывается необходимость новой управленческой парадигмы, которая видится в использовании самоорганизационных процессов и «самостроительстве» культуры. Анализируется экономическая креативность в производстве культурных благ и услуг. Значительное внимание уделяется определению приоритетных направлений культурной политики, которая бы основывалась на установлении конструктивного диалога и тесного сотрудничества между государством, коммерческими структурами и общественностью.

Ключевые слова: культура, экономика, рынок, механизмы финансирования культуры, культурная политика, экстерналии, креативный сектор.

Summary

Zelinski N. Yu., Sarakun L. P. Culture and economy: the effect of interaction in market conditions. – Article.

Culture is one of the most powerful engines of social and economic development. The main core of that permeates all spheres of society is to change the status, role and functions of national culture as an important factor of social development. The paper examines the main aspects of interaction between culture and economics and financing mechanisms reveal the cultural field in the marketplace. The necessity of a new management paradigm that consists in the use of self-organizing processes and “self-construction” culture. Analyzes economic creativity in the production of cultural goods and services. Much attention is directed to the definition of the priorities of cultural policy, which would be based on establishing a constructive dialogue and close cooperation between the government, businesses and the public.

Key words: culture, economy, market, culture mechanisms funding, cultural policy, externalities, creative sector.