

Лекция 5. Характер экономических отношений в сфере культуры

План

1. Понятие экономических отношений и культуры
2. Формирование системы экономических категорий культурной деятельности в трудах представителей различных школ Самостоятельно
3. Основные направления становления науки об экономике культуры
4. Предмет и метод экономики культуры.
5. Термины

Задания

1. Изучите пример успешного культурного проекта (например, организация музыкального фестиваля, выставки современного искусства или кинопроизводства). Опишите, какие экономические отношения были задействованы в этом проекте. Ответьте на вопросы:

Кто выступал инвестором или спонсором?

Как распределялись доходы между участниками (организаторы, артисты, площадка)?

Какие экономические риски были связаны с проектом, и как их минимизировали?

2. Исследуйте, чем экономические отношения в сфере культуры отличаются от отношений в других отраслях экономики (например, в промышленности или IT). Рассмотрите такие аспекты, как:

Роль государства и грантов в финансировании культурных проектов.

Влияние нематериальной ценности культурного продукта на его экономическую стоимость.

Особенности ценообразования на культурные товары и услуги.

3. Придумайте небольшой культурный проект (например, концерт, выставка, театральная постановка) и составьте схему экономических отношений, которые будут задействованы. Укажите:

Источники финансирования (билеты, спонсоры, гранты).

Распределение средств (гонорары, аренда, реклама).

Потенциальные экономические риски и способы их минимизации.

Литература

Чарная, И. В. Экономика культуры : учебник и практикум для вузов / И. В. Чарная. — 5-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 269 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14567-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586639>

1. Понятие экономических отношений и культуры. Экономические отношения — отношения по поводу производства, распределения и потребления товаров и услуг.

Слово культура в переводе с латинского означает возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание.

В современной науке культура используется в трех значениях:

1. В широком смысле — как всеохватывающее явление и процесс, в ходе которого происходит преобразование природы, материальной среды и самого человека.
2. В узком смысле — как совокупность отраслей духовного производства, связанная с непосредственным воздействием на человека.
3. В отраслевом смысле — как отрасль национальной экономики.

Мы рассматриваем главным образом третье, отраслевое измерение этого понятия.

Характер экономических отношений в сфере культуры

70 годы XX века — дискуссия о характере экономических отношений в культуре. Точки зрения:

- экономических отношений в этой сфере быть не может, так как она не производит материальных благ (преобладающая);
- в сфере культуры складываются экономические отношения, но они второстепенные. Об экономических отношениях можно говорить только

постольку, поскольку в культуре потребляется продукт, созданный в материальном производстве.

Рубеж 80-х – 90-х годов – поиск новых экономических механизмов в культуре.

С начала 90-х годов – развитие рыночных отношений, затронувших и сферу культуры.

В настоящее время общепризнано, что в процессе культурной деятельности складываются полноценные экономические отношения, связанные с сохранением, созданием, распространением и освоением (потреблением) культурных ценностей и культурных благ.

Специфика экономических отношений в культуре.

- выделяется стадия сохранения в связи с тем, что здесь накапливается большой культурный потенциал;
- результатами культурной деятельности являются культурные блага и культурные ценности.

Понятие культурных благ и культурных ценностей даны в ст.3 Закона РФ «Основы законодательства РФ о культуре».

Культурные ценности –

нравственные и эстетические идеалы,
нормы и образцы поведения,
языки, диалекты и говоры,
исторические топонимы,
фольклер, художественные промыслы и ремесла,
произведения культуры и искусства,
результаты и методы научных исследований культурной деятельности,
имеющие историко-культурную значимость сооружения, предметы и технологии,
уникальные в историческом отношении территории и объекты.

Культурные блага – условия и услуги, предоставляемые организациями и физическими лицами для удовлетворения гражданами своих культурных потребностей.

Культурное благо категория более адекватная экономике культуры.

Диалог: Культурные ценности как основа для создания культурных благ.

Возможность превращения культурного блага в культурную ценность

В отличие от материальных благ, которые уничтожаются при потреблении, культурные блага наращивают свою ценность в процессе потребления.

Становление рынка культурных благ.

Основные субъекты рынка: государство, производители, потребители, посредники (инфраструктура). Профессиональная критика может быть отнесена к инфраструктуре культурной деятельности. Однако ввиду ее особой роли в исполнительском искусстве профессиональная критика часто выделяется в качестве самостоятельного субъекта художественного рынка.

Специфика художественного рынка заключается в том, что заказчик и потребитель, как правило, не совпадают.

Создателями культурных благ выступают:

- свободные художники, физические лица, осуществляющие свою индивидуальную трудовую деятельность без образования юридического лица;
- институционально-оформленные структуры: организации (юридические лица).

Организации культуры являются основным производителем культурных благ.

Субъекты, с которыми вступают в отношения организации культуры:

- потребители (индивидуальные и организованные);
- учредители (уполномоченные органы государственной власти и местного самоуправления, юр. и физ. лица);
- властные структуры (за исключением уполномоченных органов государственной власти и местного самоуправления): налоговые инспекции, комитеты по имуществу, земельные комитеты, органы казначейства и прю;
- спонсоры и благотворители;
- другие организации.

Инфраструктура культурной деятельности – взаимосвязанный комплекс организаций, направлений деятельности и механизмов, обеспечивающий участников культурной деятельности.

Элементы инфраструктуры: специализированные магазины, мастерские, продюсерские центры, кассы и т.д.

Помимо рыночной может быть выделена и традиционная инфраструктура, возникшая еще до перехода к рыночным отношениям.

Диалог:

Необходимость различения существования культуры в рыночных условиях и возможности ее функционирования на рыночных началах.

Понятие «провалов рынка» в сфере культуры.

Роль государства как одного из важнейших субъектов рынка культурных благ.

Основные направления государственного регулирования: законодательная регламентация культурной деятельности, финансовая поддержка организаций культуры и творческих работников, создание инфраструктуры, информационное обеспечение, социальная защита деятелей культуры и искусства и др.

2.Формирование системы экономических категорий культурной деятельности в трудах представителей различных школ Самостоятельно
Экономические категории культурной деятельности начали рассматриваться в работах представителей французской (Ж.-Б. Сэй, К. Гарнье), шведской (К. Викасель, Э. Линдаль), английской (А. Смит, Д. Кейнс, Дж. Рескин) и других научных школ.

В России первые работы в области экономики культуры появились в конце XIX и начале XX столетия (В. П. Погожев, 1908; В. А. Теляковский, 1926).

В работе американских экономистов У. Баумоля и У. Боуэна «Исполнительское искусство: экономическая дилемма» (1966) впервые серьезно поставлена одна из основных проблем экономики культуры — *опережающий рост цен на факторы производства по отношению к ценам на культурные услуги*, — получившая название «Болезнь

Баумоля» или *«Болезнь цен»*. Это послужило обоснованием необходимости государственной и общественной поддержки исполнительского искусства.

Французский культуролог А. Моль в труде *«Социодинамика культуры»* (1967) наметил общую теорию социокультурного цикла, напоминающего систему экономического товарооборота, и затронул важнейшие экономические категории культурной деятельности: товар, стоимость, себестоимость, цена, прибыль, рынок и некоторые другие.

Социокультурный цикл Моль изображает в виде взаимодействия творцов и потребителей на рынке интеллектуальной продукции. Участниками взаимодействия у него выступают творцы, микросреда (коллеги, критики), средства массовых коммуникаций, макросфера (просвещенные потребители) и широкие народные массы. Эту общую теоретическую схему Моль интерпретирует для разных видов культурной деятельности.

В центр своего исследования Моль ставит категорию «сообщения» (знака), которую рассматривает как коммуникационный товар и применяет к нему понятие стоимости и цены.

Серьезное исследование проблем экономики культуры в России началось в 70-е годы XX века. Появились труды, в которых культура рассматривается как активный элемент экономической системы (Э. М. Агабабяна, Г. Г. Дадамяна, Д. И. Правдина, В. М. Рутгайзера, М. В. Солодкова). Работы А. И. Дымниковой, Г. П. Иванова, А. Я. Рубинштейна, Б. Ю. Сорочкина, С. В. Шишкина и других авторов посвящены экономике культуры на современном этапе.

С последнего десятилетия XX века на Западе формируется новое понимание взаимосвязей между культурой и экономикой. Складывается отношение к культуре как к фактору экономического развития территорий, а к культурному продукту как к товару. Взят курс на развитие культурных (творческих) индустрий (Ч. Лэндри, Р. Флорида).

Постепенное распространение этих воззрений в нашей стране.

Отход от отношения к культуре как к культурному наследию, выполняющему важную идеологическую роль.

3. Основные направления становления науки об экономике культуры

Политико-экономическое направление – обосновывается возможность существования в культуре экономических отношений. Рассматриваются их сущностные характеристики.

Достоинство: высокий теоретический уровень.

Недостаток: особенности экономических аспектов функционирования сферы культуры выявляются на абстрактном уровне, недостаточная конкретизация рассматриваемых вопросов.

Прикладное направление: основное внимание сосредоточено на решении проблем совершенствования управления, хозяйственного механизма сферы и организаций культуры.

Достоинство: конкретность, учет отраслевой специфики, повышение действенности экономических рычагов управления.

Недостатки:

- слабая ориентированность на социально-культурные результаты. Разрыв между определениями целей и задач организаций культуры и экономических механизмов ее деятельности;
- отсутствие взаимосвязи отдельных экономических рычагов управления, вследствие чего возникает их несогласованность и определенная противоречивость.

Междисциплинарное направление – опирается на достижение других наук, изучающих функционирование сферы культуры.

Достоинство: Обогащение теоретических основ экономики культуры, расширение ее социальных горизонтов, возможность учитывать социально-культурные аспекты функционирования культуры.

Недостаток: Эклектичность во взаимодействии смежных дисциплин, не сформированность единого категориального аппарата, различная трактовка

категорий, используемых для описания процессов в культуре.(в частности в культурологии и экономике культуры)

В настоящее время при формировании системы научных знаний об экономических отношениях в культуре наметилась тенденция к слиянию названных направлений:

- повышается теоретический уровень проводимых исследований;
- Усиливается их практическая направленность;
- учитываются достижения других, смежных научных дисциплин.

Особо следует подчеркнуть взаимосвязь экономических аспектов с социально-психологическими и правовыми основаниями культурной деятельности.

4.Предмет и метод экономики культуры.

Предметом экономики культуры являются экономические взаимоотношения людей по поводу сохранения, создания, распространения и потребления культурных благ и ценностей, то есть конкретные формы действия экономических законов применительно к сфере культуры.

Методы экономики культуры – совокупность принципов и приемов анализа объективных экономических закономерностей, действующих в экономике культуры.

К наиболее важным из них относятся:

- метод системного анализа;
- статистический метод.

С точки зрения системного анализа экономика культуры представляет собой систему:

С одной стороны, активно взаимодействующую с внешней макросредой, экономическим комплексом в целом;

С другой стороны, состоящую из взаимодействующих друг с другом подсистем.

Изучение экономики культуры должно основываться на единстве качественных и количественных оценок при приоритете качественных.

Экономические отношения в культуре можно рассматривать как в динамике - в виде изменений за определенный временной период, так и в статике – по состоянию на конкретный момент времени.

Как наука ЭК тесно связана с различными циклами дисциплин.

С одной стороны, ЭК опирается на понятийный аппарат и объективные закономерности общественного развития, изучаемыми такими дисциплинами, макро и микроэкономика, финансы и кредит, экономика труда и др., взаимодействует с экономикой других отраслей социальной сферы (образование, здравоохранение и т.п.) а также использует статистику, менеджмент, математику, маркетинг, правоведение.

С другой стороны, ЭК исходит из результатов теории и истории культуры, философии культуры, социологии культуры и др. Эти науки изучают сущность культуры, критерии культурного развития, функции культурных ценностей в жизни общества и т.п. Для ЭК подобные знания являются отправной точкой, необходимым фоном исследования.

ЭК является методологической базой для изучения экономик отдельных видов организаций культуры и бухгалтерского учета в культуре.

5. ТЕРМИНЫ.

Прибыль — разница между доходами (выручки от реализации товаров и услуг) и затратами на производство или приобретение и сбыт этих товаров и услуг. $\text{Прибыль} = \text{Выручка} - \text{Затраты}$ (в денежном выражении)

Чистая прибыль — часть балансовой прибыли предприятия, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, сборов, отчислений и других обязательных платежей в бюджет. Чистая прибыль используется для увеличения оборотных средств предприятия, формирования фондов и резервов, и реинвестиций в производство.

Объём чистой прибыли зависит от объёма валовой прибыли и величины налогов; исходя из объёма чистой прибыли, исчисляются дивиденды акционерам предприятия.

Цена́ — количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара. По сути, цена является коэффициентом обмена конкретного товара на деньги. Величину соотношений при обмене товаров определяет их стоимость. Поэтому цена является стоимостью единицы товара, выраженной в деньгах, или денежной стоимостью единицы товара, или денежным выражением стоимости. Это фундаментальная экономическая категория.

Сто́имость — основа количественных соотношений при эквивалентном обмене. Разные экономические школы природу стоимости объясняют по-разному: затратами рабочего времени, балансом спроса и предложения, издержками производства, предельной полезностью и др.

Стоимость в статистике — произведение цены товара на его количество.

Стоимость в повседневной речи — цена товара («сколько сто́ят спички?»), затраты на приобретение («мне это стоило 1000 руб.»). Близко к терминам затраты, себестоимость.

Себестоимость — все издержки (затраты), понесённые предприятием на производство и реализацию (продажу) продукции или услуги.

Затраты — размер ресурсов (для упрощения измеренный в денежной форме), использованных в процессе хозяйственной деятельности за определённый временной этап.

Вы́ручка (оборот, объём продаж) — количество денежных средств или иных благ, получаемое компанией за определённый период её деятельности, в основном за счёт продажи товаров или услуг своим клиентам. Выручка отличается от прибыли, так как прибыль — это выручка минус расходы (издержки), которые компания понесла в процессе производства своих продуктов. Прирост капитала в результате увеличения по какой-то причине стоимости активов предприятия к выручке не относится. Для благотворительных организаций выручка включает общую стоимость полученных денежных подарков.

Выручка от реализации продукции (работ, услуг) включает в себя денежные средства либо иное имущество в денежном выражении, полученные или подлежащие получению в результате реализации товаров, готовой продукции, работ, услуг по ценам, тарифам в соответствии с договорами.

При этом деятельность предприятия можно характеризовать по нескольким направлениям:

- выручка от основной деятельности, поступающая от реализации продукции (выполненных работ, оказанных услуг);
- выручка от инвестиционной деятельности, выраженная в виде финансового результата от продажи внеоборотных активов, реализации ценных бумаг;
- выручка от финансовой деятельности.

Общая выручка складывается из выручки по этим трем направлениям. Однако основное значение в ней отдается выручке от основной деятельности, определяющей весь смысл существования предприятия.