

Марія О. Проскуріна

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРИЙ

У статті досліджено сферу культури як середовище економічної діяльності та частину системного дослідження економіки культури та культурних індустрій. Проаналізовано специфіку економічного механізму у сфері культури, висвітлено низку базових економічних категорій в контексті культурних індустрій. Надано визначення віртуалізації економіки, а також висвітлено вплив цього процесу на товарно-грошові відносини в сучасному суспільстві.

Ключові слова: економічний механізм; культурні індустрії; мережеве суспільство; віртуалізація економіки.

Літ. 26.

Мария О. Проскурина

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

В статье исследована сфера культуры как среда экономической деятельности и часть системного исследования экономики культуры и культурных индустрий. Дан анализ специфики экономического механизма в сфере культуры. Освещен ряд базовых экономических категорий в контексте культурных индустрий. Дано определение виртуализации экономики, а также показано влияние данного процесса на товарно-денежные отношения в современном обществе.

Ключевые слова: экономический механизм; культурные индустрии; сетевое общество; виртуализация экономики.

Mariya O. Proskurina¹

ECONOMIC MECHANISM OF CULTURAL INDUSTRIES

The article studies the field of culture as an economic activity environment and part of cultural economy and cultural industries. The author analyzes the specifics of the economic mechanism in the field of culture and describes the range of fundamental economic categories in the context of cultural industries. Author's definition of economy's virtualization is offered, and the influence of this process on commodity-money relations in contemporary society is explained.

Keywords: economic mechanism; cultural industries; network society; economy virtualization.

Peer-reviewed, approved and placed: 22.08.2016.

Постановка проблеми. Суспільство є однією з найбільш складних форм об'єктивної реальності. Воно характеризується динамікою розвитку, багаторівневістю структури, а також різноманітністю цілей та завдань її підсистем. Суспільні процеси проходять в умовах свідомо створеного середовища та підпорядковуються цілеспрямованості людської діяльності. Зміни, що відбуваються під впливом дії об'єктивних законів соціально-економічної системи, бажань і мотивів індивідів, постійно привертають до себе увагу дослідників-економістів, вимагають аналізу їх сутності та причин виникнення. Ті зрушення, що відбулися в II половині XX ст. та були зумовлені кардинальними змінами в усіх сферах життєдіяльності людини, сприяли трансформації систем господарювання провідних країн світу, формуванню креативного середовища, яке дозволило перетворити інформацію та творчий потенціал людини на потужний економічний ресурс, а культуру – на повноцінний сектор підприємницької діяльності – культурні індустрії. Ця сфера є результатом синтезу

¹ National Academy of Management, Kyiv, Ukraine.

економічного та гуманітарного секторів. Вона характеризується специфікою функціонування елементів та їх взаємодії, що зумовлює доцільність висвітлення економічного механізму культурних індустрій. Зосередження уваги лише на матеріальних умовах економічного життя суспільства, на способах виробництва і виробничих відносинах значно обмежує можливості економістів-аналітиків сьогодні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Впродовж ХХ – початку ХХІ століть у світовому господарстві та його підсистемах під впливом науково-технічного прогресу та в процесі переходу до сучасного фінансово-кредитного типу господарювання відбулися значні зміни, що призвели до трансформації економічного механізму та виокремленні культурних індустрій в самостійну сферу економічної діяльності. В роботах Р. Вільямсона [25], Р. Пітерсона [22], Б. Ріана [23] та ін. досліджено сутність та специфіку культурного продукту. Політекономічний підхід до аналізу культурних індустрій та їх соціального значення можна знайти в роботах Н. Гарнхама [15], П. Гілроя [16], П. Холла і Т. Джефферсона [18], а також Р. Вільямсона [25] та Дж. МакГіллана [20]. Фундаментальні дослідження економіки культури та культурних індустрій представлені Д. Тросбі [11] та Д. Хезмондалшем [13]. А. Гальчинським запропоновано аналіз віртуальної та мережевої економік [3]. Культура як економічне середовище привертає все більше уваги як універсальний інструмент подолання економічних спадів та забезпечення стійкого зростання. Незважаючи на масштаб та глибину проведених досліджень, сучасність ставить перед економістами нові питання, що потребують рішень, зокрема, щодо формування цілісної моделі взаємодії всіх елементів економічного механізму культурних індустрій в умовах трансформації соціально-економічних систем. Актуальність дослідження даної проблеми посилюється в контексті пошуку Україною альтернативних шляхів подальшого розвитку та модернізації господарської системи.

Мета дослідження полягає в аналізі економічного механізму культурних індустрій як об'єкта економічного державного регулювання.

Основні результати дослідження. Економічні потрясіння кінця ХХ – початку ХІХ століть стали результатом глибоких структурних зрушень в господарських системах більшості країн світу та визначили новий вектор подальшого розвитку – вектор міжсистемних трансформацій та становлення нової якості економічного середовища. Формується новий тип господарювання, в межах якого діють економічні та неекономічні елементи, і останні поступово переважають. Новий тип соціально-економічних відносин вимагає застосування більш гнучких методологічних підходів до економічного аналізу, які спиратимуться не лише на математичні моделі, проте широко застосовуватимуть знання зі сфери соціології, психології, культурології та інших сфер знань соціогуманітарного сектору.

Основна привабливість капіталістичного господарства полягала в ілюзії його нейтральності, яка 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 підпо-

рядкування» [9, 9]. В ідеалі ринкові відносини говорять нам про автономію індивідів та деперсоніфікацію соціальних зв'язків. Це було відображено в концепції методологічного індивідуалізму. Людина як раціональна істота прагне до максимізації своєї корисності. Ринок виступає об'єктивним інститутом узгодження інтересів окремих індивідів, незалежно від чиєїсь волі. Тобто він діє як вбудований механізм саморегулювання.

Для розуміння сутності процесів останніх змін в економічних системах слід вийти за межі уявлення про ринок як досконале та незалежне від людини суспільне утворення. Запропоновані представниками неокласичного напряму моделі економічного розвитку та динаміки мають високий рівень абстракції та характеризуються обмеженістю застосування через введення обов'язкових умов її реалізації. Такі моделі не можуть бути універсальними.

При дослідженні динамічних ринкових систем важливу роль має психологія мас. У суспільстві панують прагнення до збільшення багатства, яке є «рушієм суспільства, а споживання – метою багатства» [9, 88]. Потужними мотиваційними факторами є можливість отримання високих доходів на капітал. Розвиток нових технологій та нових галузей, відкриття нових ринків дають надію на збільшення прибутку. Окрім прагнення багатства, потужним фактором стає потреба у приналежності до певної соціальної групи, а також потреба у визнанні цією ж групою. Все це підкріплюється доступністю кредиту. Враховуючи соціальну складову процесів в межах економічної системи, варто враховувати сукупність індивідуальних реакцій господарюючих суб'єктів на такі зміни. Очевидним є те, що саме розвиток креативних та культурних індустрій дозволяє повною мірою реалізувати ці групи різнорівневих споживчих потреб.

Призначення соціально-економічної системи полягає в організації взаємодії окремих економічних агентів через соціокультурну підсистему таким чином, щоб їх організовані спільні зусилля були більші за арифметичну суму зусиль кожного окремого економічного суб'єкта. Необхідність аналізу як економічних, так і соціокультурних зрушень у функціонуванні суспільних систем національних, регіональних та міжнародних рівнів зумовлює застосування міждисциплінарного методу та інституціонального підходу до дослідження динамічних процесів в економіці.

Для ілюстрації доцільності взаємодоповнення наукових систем згадаємо концепцію Ю. Осіпова. Він розглядає практичну діяльність з точки зору теорії господарства і зазначає, що виробництво – це загальнокультурний процес, а організація виробництва – самоорганізація культури. Розглядаючи поняття «господарського механізму», Ю. Осіпов стверджує, що його не можна зводити до «системи поверхневих або «явищних» елементів виробничої організації» [8]. При застосуванні міждисциплінарного підходу необхідно звернутися до принципу системності, який є однією з основних характеристик цивілізаційної парадигми [12]. Системність та міждисциплінарність 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. Таким чином, господарський механізм ми розглядаємо не лише як сукупність його елементів та очевидних

зв'язків між ними, але доповнюємо його емерджентними властивостями динамічного системного середовища.

Соціально-економічна система є нелінійним, нерівноважним, відкритим та динамічним, когерентним [1, 41] системним утворенням, здатним до самоорганізації та саморозвитку. Вона характеризується множинністю цілей розвитку. При дослідженні складних динамічних систем використання, розвинутого на основі класичної механіки, категоріального апарату є некоректним. Складні системи диференціюються на відносно автономні підсистеми, в яких відбувається масова, стохастична взаємодія елементів, в результаті якої виникають емерджентні властивості.

Суспільство є надзвичайно складною системою. Завдяки наявності інтелекту стає можливим прийняття рішень щодо напряму подальшого розвитку. У випадку інтелектуального прийняття рішення «самоорганізація» системи переходить у поняття «плановості». Тому в сучасних умовах спиратися на об'єктивний ринковий механізм неможливо. Це зумовлено посиленням ролі плануючих організацій та держави в економічних процесах суспільства.

Говорячи про економіку культури, ми не можемо цілком покладатися на механізм ринкової саморегуляції як спосіб оптимального задоволення потреб споживачів, оскільки він не дозволить реалізувати такі функції культури як, зокрема, освітня, ціннісноутворююча, виховна. Тобто ті функції, які не притаманні економічному продукту та не посилюють на його комерційну привабливість, а подекуди навіть навпаки. З певними обмеженнями механізм ринкової саморегуляції застосовується в окремому сегменті економіки культури – в економіці культурних та креативних індустрій. Проте специфіка культурного продукту, його символічне, неутилітарне значення, обумовлює увагу до нього з боку держави. Культура не може існувати виключно на принципах самозабезпечення та економічної ефективності. Цей сектор спирається як на успішні бізнес-моделі (сфера культурних та креативних індустрій), так на меценатську підтримку, спонсорство та державні дотації.

Оскільки соціально-економічні проблеми набули глобального характеру, а лінійні традиційні уявлення про взаємодію економічних агентів не відображають реальність, необхідним стає розробка нових моделей колективної поведінки. Індивідуальна свобода прийняття рішень визначається і обмежується системою суспільних відносин, які є результатом та продуктом культурного розвитку спільноти.

Постіндустріальне суспільство є різнорівневою системою ринкових формувань, що характеризуються єдністю функціонування капіталів, специфікою суб'єктів та об'єктів, неоднорідністю інституційного середовища, різноманітністю цільових функцій та критеріїв вимірювань. Це новий тип суспільства для дослідників – суспільство «ситого типу», де задоволені всі базові матеріальні потреби. Сучасна економічна наука тільки підійшла до дослідження подібних систем.

Сучасне суспільство характеризується віртуалізацією економічних процесів. Ми визначаємо віртуалізацію економічних процесів як процес абстрагування діяльності від матеріальної реалізації за одночасного забезпечення ізоляції різних фінансово-економічних процесів, що можуть реалізовуватися,

спираючись на єдину фізичну ресурсну базу. Це дозволяє функціонувати кільком системам з різними цілями в межах однієї господарської системи за умови залучення різної комбінації наявних ресурсів. Сучасне суспільство характеризується відсутністю тісного зв'язку між матеріальними та інформаційними потоками. Ці комбінації надаються гіпервізером, роль якого виконує соціально-економічна система.

Сучасна економічна система зорієнтована на виробництво не матеріальних благ, а ідеальних цінностей. Переважає не репродуктивна, а творча праця, що не піддається стандартизації. Така форма праці зберігає свої фізичні властивості, проте забезпечує нове символічне значення, яке і формує додану вартість. Індустріалізація культури забезпечує тиражування та масову реалізацію творчого продукту.

Важливим фактором є тяжіння споживача до самозбагачення – самовдосконалення шляхом отримання естетичного досвіду. Розквіт культурних індустрій та креативного сектору в цілому є підтвердженням дематеріалізації економіки, в якій інформація та знання стають основним ресурсом. Задоволення матеріальних потреб людини призвело до зростання духовної активності та інтелектуалізації суспільних процесів. Результатом подібних змін стає заміна об'єктів реальної економічної дійсності символами та віртуальними цінностями. Відбувається процес деутилізації споживання та становлення економіки символів та знаків. А. Долгін визначає таку систему як «економіка клубів», призначення якої – задоволення потреб людини у спілкуванні [4, 23]. Товари та послуги виконують комунікаційну функцію, спрямовану на мінімізацію транзакційних витрат.

Ціна речей все менше визначається універсальною цінністю, а залежить від ситуаційної та індивідуальної цінності. Відповідно до класичної теорії К. Маркса, вартість є соціальною якістю [6, 188–209]. Процес масштабної деутилізації та символізації споживання досліджував Ж. Бодріар [2, 16]. Відомий критик У. Бенджамін звертає увагу на «специфічну ауру» об'єктів мистецтва, яка формується в культурному та ритуальному середовищах [14]. Подібні об'єкти матимуть сакральну, символічну та престижну вартість, разом з тим, вони завжди можуть бути продані або надані за гроші в тимчасове виростання іншим суб'єктам. В економічному розумінні, цінність обумовлюється вартістю, корисністю та ціною, яку індивіди призначають товару на ринку. Культурна цінність формується дещо в іншій площині. В економіці культури визначення цінності можливе через вартість, проте з урахуванням певної специфіки. Культурну цінність можна охарактеризувати, використовуючи наступні форми цінності [11, 51–52]:

1. Аутентична цінність – охоплює естетичну інтерпретацію твору та якості краси, гармонії, форми та інші естетичні характеристики, визнані як компоненти даної культурної цінності.
2. Духовна цінність як цінність, інтерпретована в релігійному контексті або охоплює духовне осяяння та розуміння різних сенсів.
3. Соціальна цінність, що спирається на формування суспільної єдності та задоволення потреби в приналежності. Забезпечує процес розуміння сутності суспільних відносин.

4. Історична цінність – наявність історичних зв'язків.
5. Символічна цінність – коли предмет мистецтва є джерелом та способом збереження певного сенсу.
6. Цінність оригіналу – коли твір є реальним, справжнім, унікальним та оригінальним.

Культурна цінність в культурних продуктах закладена, незалежно від реакції на них споживачів. Існує безліч прикладів високої культурної, проте низької економічної цінності об'єктів, на що звертає увагу Н. Лічфілд [19, 169]. При визначенні вартості, а згодом і ціни на культурний продукт важливим є врахування як економічної, так і культурної цінностей об'єкту. Віртуалізація вплинула на формування доданої вартості, до якої тепер включають знаки та символи, тобто заповнення матеріального світу соціальними складовими.

За умов співвідношення максимізації прибутку та максимізації культурної цінності можна виділити три основні підходи [11, 142–145]:

1. Розуміння доходу як обмеження за умови максимізації культурної цінності. Це стосується, перш за все, некомерційного театру, класичної музики та інших видів класичного мистецтва. Дохід необхідний для забезпечення потреб митця, проте метою є не прибуток, а культурне надбання.

2. Дохід як сукупність максимізуючи показників. За таких умов вирішується питання прийнятної культурної цінності та відповідної фінансової винагороди. Мистецтво отримує комерційну орієнтацію за збереження своєї цінності.

3. Максимізація прибутку як єдина мета. За таких умов практично всі аспекти виробництва культурного продукту визначаються економічними умовами – рентабельністю проектів. Якісні показники культурної цінності не враховуються. Така позиція максимально відображає сутність індустріального підходу до культури.

У визначній роботі К. Маркса «Капітал» значну увагу приділено ретроспективному аналізу формування товарного виробництва як домінуючої форми економічних відносин [6]. Соціально-економічна система суспільства будується навколо потреби капіталу у виробництві, просуванні та реалізації товарів та послуг з метою отримання прибутку. Тому надання переваги виключно комерційній доцільності в культурному середовищі може нести загрозу рівню соціокультурного розвитку суспільства.

Специфіка ринку культурних індустрій полягає в одночасному існуванні фізичного ринку культурних продуктів, який і визначає економічну цінність, та ринку ідей, які є необхідною складовою креативного сектору, що визначають культуру. Ціна буде сформована в результаті обміну з урахуванням символічного наповнення, а культурна цінність буде реалізована через інтерпретацію та оцінювання смислів, вкладених у продукт. Проте однією з тенденцій сучасного інформаційного простору є «смилова пустота» за наявності надмірної інформації.

Віртуалізація економіки вивела питання обмеженості ресурсів в іншу площину – зі сфери виробництва у сферу споживання, а основними обмеженими ресурсами стають символи та людські можливості щодо сприйняття (увага, час, фізичні можливості).

Оснoву індустріалізації становить можливість технологічного відтворення. Сучасні технології дозволяють відтворювати та масово тиражувати культурні блага. Це суттєво змінило динаміку культурного відтворення та споживання. Індивідуальне споживання культурних благ доповнилося суспільним та масовим. Масове тиражування дозволяє відшкодувати інвестиції в матеріали, навички та час за рахунок обсягів продажів та ефекту масштабу: дешевше копія – вище потенційний прибуток. Удосконалення технологічної бази та використання нових технологій є важливим, проте не єдиним фактором становлення товарного виробництва в культурі. Окрім цього, сучасні технології надали споживачеві можливість стати творцем та виробником культурного продукту, що дозволяє реалізувати потребу у творчій самореалізації індивіда та власноруч вдосконалювати обраний товар.

До основних товарів культурних індустрій відносять записи на матеріальних носіях, оригінали мистецьких творів, репродукції та копії. До кінцевих послуг можна віднести доступ до події або видовища (концерти, трансляції). До товарів проміжного споживання можна віднести основні активи виконавця – авторське та суміжні права, які можуть бути повністю передані або частково, на правах ліцензування.

Основним продуктом культурних індустрій є символи та тексти [13, 35]. З появою можливості масового тиражування та розповсюдження текстів межі між особистим та колективним розумінням розмиті, а канали передачі самі перетворилися в товар. Сьогодні телебачення, радіо та інші ЗМІ є не лише однією з культурних індустрій, але й каналом розповсюдження товарів-субститутів (фільми, серіали, музичний продукт), а також товаром на ринку активів – товарів проміжного споживання. Культура розглядається як частина надбудови в господарській системі, проте культурний продукт розповсюджується за принципами товарного виробництва з урахуванням всіх його закономірностей та протиріч.

Виокремлюють три основні шляхи реалізації мінової вартості культурного продукту [21, 23]:

1. Культурні об'єкти, що мають фізичну реалізацію та були продані як товар для кінцевого споживання фізичними особами.

2. Трансляція на телебаченні та радіо є безкоштовним для споживачів, за виключенням спеціального замовленням послуг, проте реалізовується час на рекламу та спонсорство.

3. Публічне представлення для обмеженої кількості глядачів в певний проміжок часу.

Варто зазначити, що кожна з підгалузей культурних індустрій має свій механізм реалізації мінової вартості, шляхи регулювання комерційної політики, трудових ресурсів, рівні капіталовкладень та способи корпоративного контролю.

Підприємницьке середовище культури характеризується високою непередбачуваністю смаків споживачів та нелогічністю їх вибору. Враховуючи це, дослідження споживчих мотивів є важливою складовою розуміння економічного механізму культурних індустрій. Символічне споживання виконує функцію способу забезпечення соціальної ідентичності. Споживчі можливості

культурних продуктів обмежуються рівнем освіти та вільним часом. Культурна компетентність, яка здобувається в результаті освіти та досвіду, була сформульована в роботі А. Маршалла «Принципи політичної економії» [7, 157]. Разом з тим, більшість споживачів не мають уявлення, який саме естетичний досвід вони б бажали і могли отримати, отже попит буде формуватися пропозицією.

І третій фактор, що визначатиме попит – це демонстративне споживання та колекціонування, що зумовлює зростання цінності і ціни на кожен наступну одиницю товару. Це в жодному разі не заперечує традиційного механізму формування попиту на товари культурної продукції, який буде залежати від ціни на сам товар, ціни втрачених можливостей, споживчого доходу та якісних характеристик самого товару. Попит на товари культурних індустрій демонструє високу еластичність відповідно до очікувань та доходів.

Ринок є досить мінливим, тому важливою характеристикою є гнучкість виробництва. Це призвело до розквіту малого та середнього бізнесу. Піднесення культурних індустрій спостерігається в регіонах з розвинутими мережами [21, 39–41]. А. Гальчинський зазначає, що віртуальна економіка спирається на мережеве суспільство, яке є результатом інформаційної революції, що спричинила розквіт кібернетичного простору [3, 283]. Це зумовлено такими факторами:

1. Регіональні мережі спираються на неекономічні екстерналії та специфіку інституційного середовища, в основі якого лежить довіра та спільні цілі.

2. Географічна близькість мереж – кластеризація та спеціалізація. Творчі кластери як особлива організаційна форма поєднують в собі творчу складову, економічну доцільність та соціальні функції. Здебільшого, вони формуються на індустріальних територіях, що змінили призначення. Прикладами є: в Німеччині – індустріальний комплекс "Zollverein"; «Фабрика дизайну» в м. Роттердам (Нідерланди) [5, 107–111], в Києві функціонують Арт-завод «Платформа» та «Мистецький арсенал», в Одесі – Театральна лабораторія «Театр на Чайній», у Львові – інноваційно-інвестиційний проект «Креативний квартал». Окрім цього, формування мереж хабів та креативних просторів, що дозволяють посилити та утворити нові зв'язки в середовищі працівників креативного сектору, а також сприяє формуванню креативного класу в найбільших містах.

3. Відхід від уніфікованого економічного національного простору до багаторівневої та рухомої економічної системи дозволяє забезпечити мобільність основних ресурсів в межах регіону.

Культурні індустрії є продуктом та фактором урбанізації, символами міста, забезпечуючи роль культурного центру регіону, виступаючи економічним ресурсом та інструментом забезпечення соціальної ідентичності громадян [24]. Незважаючи на весь потенціал, що має культура як сектор підприємницької діяльності він може бути використаний лише в країнах з відповідним рівнем розвитку господарської системи, оскільки спирається на широке застосування високих технологій та інтелектуального потенціалу. Незалежним виконавцям з країн, що розвиваються, зайняти свою нішу на міжнародному ринку культурних продуктів практично неможливо, оскільки розвиваючись на

регіональному ринку, кожна окрема культурна індустрія підпорядкована законам глобальної індустрії.

На Економічному форумі в Давосі в січні 2016 р. було оголошено про початок VI-ої науково-технічної революції. Як зазначив почесний голова та засновник Світового економічного форуму К. Шваб, рушійними сферами VI НТР є штучний інтелект, робототехніка, автономні транспортні засоби, нанотехнології та інші галузі сучасної науки [26]. НТР зумовить перехід до якісно нового способу виробництва, що, відповідно, призведе до втрати робочих місць через зникнення окремих професій, а отже до зростання безробіття. Суспільство має встигнути адаптуватися до нових викликів. За таких умов сектор культурних та креативних індустрій може компенсувати викривлення у сфері зайнятості за рахунок створення нових робочих місць.

Висновки. Наприкінці ХХ ст. людство отримало унікальні можливості, які ми тільки починаємо усвідомлювати та опановувати. Досліджуючи економіку культури, доцільно звертати увагу не на процес коммодифікації культури, а на становлення та розвиток системи товарного виробництва в промислових масштабах – взаємозв'язок між індивідуальним митцем та культурними фабриками. В II половині ХХ ст. у провідних країнах світу відбулося становлення системи державного регулювання культури. Паралельно з цим розвивалося утвердження поняття культурних індустрій як частини культури. Метою державної політики має стати захист культури від надмірного впливу індустріалізації для забезпечення основних соціальних функцій гуманітарного сектору. Це є прикладом позитивного державного втручання.

Організацію товарного виробництва у сфері культури можна охарактеризувати як постфордизм – відхід від масового уніфікованого тиражування до гнучкої спеціалізації.

Культурні індустрії не є результатом старої системи відтворення. Вони знаходяться на авангарді нової системи товарного виробництва та формують основу «економіки символів та простору».

Державна економічна політика, що спирається виключно на матеріалізм, в нових умовах не виправдовує себе, оскільки вартість багатьох продуктів визначається кількістю вкладених знань [10, 108]. Питання повної трансформації суспільства потребує ґрунтовного аналізу, що має спиратися на недогматичне та неригористичне виявлення каузальних та функціональних зв'язків в межах суспільно-економічних систем та врахуванні впливу різноманітних зовнішніх та випадкових сил.

1. *Бекетов Н.В.* Мировой кризис и проблемы глобализации // Проблемы современной экономики. – 2009. – №2 // www.m-economy.ru.

Beketov N.V. Mirovoi krizis i problemy globalizatsii // Problemy sovremennoi ekonomiki. – 2009. – №2 // www.m-economy.ru.

2. *Бодриар Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.

Bodriar Zh. Obschestvo potrebleniia. Ego mify i struktury / Per. s fr., poslesl. i primech. E.A. Samarsoi. – М.: Respublika; Kulturnaia revoliuciia, 2006. – 269 s.

3. *Гальчинський А.С.* Кризи і цикли світового розвитку. – К.: АДЕФ-Україна, 2009. – 392 с.

Halchynskiy A.S. Kryzy i tsykly svitovoho rozvytku. – К.: ADEF-Ukraina, 2009. – 392 s.

4. Долгин А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. – М.: АСТ, 2010. – 224 с.
Dolgin A. Manifest noivoi ekonomiki. Vtoraia nevidimaia ruka rynka. – M.: AST, 2010. – 224 s.
5. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Классика XXI, 201. – 240 с.
Zelentcova E., Gladkikh N. Tvorcheskije industrii: teorii i praktiki. – M.: Klassika KhKhI, 201. – 240 s.
6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. – М.: Политиздат, 1983. – Т. 1, Кн. 1. Процесс производства капитала. – 905 с.
Marks K. Kapital. Kritika politicheskoj ekonomii. – M.: Politizdat, 1983. – T. 1, Kn. 1. Protcess proizvodstva kapitala. – 905 s.
7. Маршалл А. Принципы политической экономии: В 3 т. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 1. – 415 с.
Marshall A. Printcipy politicheskoj ekonomii: V 3 t. – M.: Progress, 1993. – T. 1. – 415 s.
8. Осипов Ю.М. Опыт философии хозяйства. Хозяйство как феномен культуры и самоорганизующаяся система. – М.: Моск. ун-т, 1990. – 382 с.
Osipov Ju.M. Opyt filosofii khoziaistva. Khoziaistvo kak fenomen kul'tury i samoorganizuiushchajaiasia sistema. – M.: Mosk. un-t, 1990. – 382 s.
9. Розванлон П. Утопичный капитализм. История идеи рынка / Пер. з фр. Є. Марічева. – К.: Києво-Могилянська академія, 2006. – 246 с.
Rozvanlon P. Utopichnyi kapitalizm. Istoriia idei rynku / Per. z fr. Ie. Maricheva. – K.: Kyievo-Mohylianska akademiia, 2006. – 246 s.
10. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века / Пер. с англ. – М.: АСТ, 2003. – 669 с.
Toffler E. Metamorfozy vlasti. Znanie, bogatstvo i sila na poroge KhKhI veka / Per. s angl. – M.: AST, 2003. – 669 s.
11. Тросби Д. Экономика и культура / Пер. с англ. И. Кушнаревой. – М.: Высшая школа экономики, 2013. – 256 с.
Trosbi D. Ekonomika i kultura / Per. s angl. I. Kushnarevoi. – M.: Vysshiaia shkola ekonomiki, 2013. – 256 s.
12. Фещенко В.М. Динамічний аналіз проблем циклічності у розробках українських економістів кінця XIX – початку XX ст. // Вісник Тернопільської академії народного господарства.– 2004.– Вип. 4. – С. 189–195.
Feshchenko V.M. Dynamichniy analiz problem tsyklichnosti u rozrobkakh ukrainskykh ekonomistiv kintsia KhIKh – pochatku KhKh st. // Visnyk Ternopil's'koi akademii narodnoho hospodarstva.– 2004.– Vyp. 4. – S. 189–195.
13. Хезмондали Д. Культурные индустрии / Пер. с англ. И. Кушнаревой; Под науч. ред. А. Михалевой. – М.: Высшая школа экономики, 2014. – 456 с.
Khezmondalsh D. Kulturnye industrii / Per. s angl. I. Kushnarevoi; Pod nauch. red. A. Mikhalevoi. – M.: Vysshiaia shkola ekonomiki, 2014. – 456 s.
14. Benjamin, W. (1970). Illuminations: Essays and Reflections. Trans. Harry Zohn. London: Fontana. 288 p.
15. Garnham, N. (1990). Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information. London: Sage. 216 p.
16. Gilroy, P. (1992). The Empire Strikes Back: Race and Racism in 1970s Britain. London: Routledge. 219 p.
17. Hall, P. (2000). Creative Cities and Economic Development. Urban Studies, 37(4): 639–649.
18. Hall, S., Jefferson, T. (eds.) (1976). Resistance Through Rituals: Youth Sub-Cultures in Post-War Britain. London: Hutchinson in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham. 288 p.
19. Lichfield, N. (1988). Economics in Urban Conservation. Cambridge: Cambridge University Press. 361 p.
20. McGuigan, J. (1992). Cultural Populism. London: Routledge. 301 p.
21. O'Connor, J. (2010). The Cultural and Creative Industries: A Literature Review. 2nd ed. Newcastle: Creativity, Culture and Education (CCE) // www.creativitycultureeducation.org.
22. Peterson, R. (1982). Five Constraints on the Production of Culture: Law, Technology, Market, Organisational Structure and Occupational Careers. Journal of Popular Culture, 16(2): 143–153.

23. *Ryan, B.* (1992). *Making Capital From Culture: the corporate form of capitalist cultural production*. Berlin and New York: Walter de Gruyter.

24. *Scott, A.J.* (2004). *Cultural Product Industries and Urban Economic development. Prospect for Growth and Market Contestation in Global Context*. University of California, LA, UUSA. *Urban Affairs Review*, 39(4): 461–490.

25. *Williams, R.* (1989). *The Politics of Modernism: Against the New Conformists (Radical Thinkers)*. Verso. 208 p.

26. World Economic Forum. Annual Report 2015–2016 // www3.weforum.org.