

Чотонов М.М.

ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ В НАПРАВЛЕНИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

М.М. Chotonov

THE ECONOMY CULTURE IN THE DIRECTION OF INSTITUTIONAL TRANSFORMATION

УДК: 338/45.18

В статье рассматриваются экономика культуры в направлении институциональных трансформаций.

The article discusses the economy of culture in the direction of institutional transformation.

Рыночные отношения в сфере культуры, в организации досуга приобретают немалую специфику: они нередко конфликтуют с сущностью культурного развития общества. Особенно подвержены конфликтному характеру те аспекты культурной практики, которые связаны с воспитанием новых поколений, с развитием личности, с творческой деятельностью в искусстве, с досугом, где задействованы долгосрочные цели и чисто духовные задачи. Все эти аспекты культурного развития не могут быть всецело подчинены коммерческим целям хозяйственной деятельности. Вместе с тем, для бизнеса указанные аспекты культурной практики приобретают неактуальный, порой абстрактный характер.

Рынок во многом остается антидемократичным, порождая социальную несправедливость, антидуховность, частично нейтрализуемые государством (поддержка некоторых сфер экономики культуры), общественными инициативами (благотворительность, самодеятельное творчество). Поэтому производство культурных товаров, а также организация социокультурного сервиса и досуговой деятельности людей выступают весьма специфической областью экономической практики, которая требует особого внимания сглаживания тех противоречий, которые порождаются чрезмерным уровнем ее коммерциализации.

Однако в XX веке степень экономизации и коммерциализации сферы культуры возростала во многих странах, что потребовало от обществ выработки новых политико-хозяйственных стратегий по отношению к ее развитию. В современном мире существуют как сходные приемы культурной политики, позволяющие сфере культуры и досуга успешно развиваться в рыночных отношениях (разработка специального законодательства о культуре и досуге, использование бюджетного финансирования, налоговых льгот), так и способы их выживания, порожденные национально-исторической спецификой.

В разных странах мира существуют многообразные и порой не одинаковые структурные звенья, из которых состоит экономика культуры. Чаще всего в нее включено производство товаров культурного назначения и их продажа; деятельность учреждений культуры и организаций, предоставляющих культур-

но-досуговые услуги; создание и трансляция кино-, теле-, радио-продукции, а также печатной продукции; активность рекреационно-развлекательных центров и фирм и т.п.

В этой связи следует отличать смысл общетеоретического понятия «культура» от более конкретной ее трактовки в прикладном термине «экономика культуры». Рассматривая в ее явление культуры в качестве масштабного механизма, воспроизводящего способ жизнедеятельности народа в истории, важно учитывать, что сам этот механизм постоянно развивается и функционирует спонтанно, т.е. через социальную активность множества поколений людей, не подчиненных рациональному регулированию из единого, центра. Вместе с тем в любой современной культуре имеется немало сторон и аспектов, которые, действуя спонтанно, одновременно нуждаются в организационноадминистративном, правовом регулировании, а также в материальной поддержке, осуществляемой специализированными институтами и общественными структурами. Подобная поддержка осуществляется различными способами: во-первых, через социальную и культурную политику органов власти, во-вторых, через активность общественных организаций, спонсоров, меценатов; в-третьих, путем включения (на смешанной или чисто коммерческой основе) в рыночные экономические отношения. В рамках экономической практики культура трактуется как один из срезом связанной с созданием и производством товаров культурного назначения, с организацией культурнодосуговой деятельности, направленной на удовлетворение информационных, художественных-досуговых, развлекательных потребностей населения. В этой связи можно говорить о том, что экономика любого современного общества обслуживает социокультурную сферу, которая включает в себя:

- 1.пространство порождения культурных ценностей в системе «образование, наука, искусство»;
- 2.производство товаров культурного назначения;
- 3.деятельность по распространению общественной информации, а также социокультурных и досуговых услуг;
- 4.систему поддержки индивидуального культурного развития и приобщения подрастающих поколений культурному наследию.

В этом направлении в последние годы и в сфере культуры нашей страны происходят радикальные

институциональные и ценностные изменения. Наряду с трансформацией государственного сектора культуры сформировались рыночные институты (частные издательства, галереи, аукционы, новая система организации кинопроизводства и кинопроката, театральная антреприза и т. д.). Возникли новые сектора экономики, имеющие непосредственное отношение к сфере культуры, в числе которых художественный рынок, рынок антиквариата, дизайн и целый ряд коммерчески успешных проектов, называемых «культурными индустриями».

Сформировалась новая система критериев успеха деятельности организаций сферы культуры. Изменилась и система ценностей, транслируемая с помощью культуры, средств массовой информации и системы образования. Для анализа всех этих преобразований здесь используется широкое понимание сферы культуры как системы организаций и лиц, осуществляющих деятельность по созданию, сохранению, распространению благ, удовлетворяющих потребности людей в эстетических переживаниях, приобщении к историческим, художественным и моральным ценностям, развлечению и информации.

Общее направление реформ в сфере культуры, сводится к модернизации организационно-хозяйственного механизма, совершенствованию законодательной базы, широкому общественному участию в социально-культурной деятельности, создание условий для эффективного функционирования коммерческого и некоммерческого секторов, сохранение качества предоставляемых благ. В целях оптимизации сети государственных учреждений и разнообразия их организационно-хозяйственных форм предложено преобразование бюджетных учреждений в автономные учреждения и государственные (муниципальные) автономные некоммерческие организации.

Существует ряд потенциальных источников формирования финансовых средств организаций культуры. Наиболее мощный из них – коммерческий сектор.

Бизнес вкладывает средства в культуру не только по альтруистическим мотивам, - ему это выгодно. Предпринимательский успех фирмы, ее прибыль не в последнюю очередь зависит от ее известности и успеха в обществе. Пожертвования в сферу культуры и искусства дают прекрасную возможность получить признание и успех. Кроме того, государство разработало некоторые льготы в налогообложении, которые должны способствовать увеличению пожертвований от коммерческого сектора: Указом Президента РФ №1904 от 12 ноября 1993 г. увеличена «с 1 января 1994 года доля не подлежащей налогообложению прибыли, безвозмездно перечисляемая предприятиями и организациями государственным учреждениям и организациям культуры и искусства... до 5%, а доходов банков и страховых организаций, перечисляемых на эти же цели, до 3%». Однако, недостаток Указа заключается в том, что стимулируя привлечение средств в государственные организации культуры, у которых все-же есть гарантированные ассигнования либо из федерального, либо из местного бюджета, он оставляет без внимания частные организа-

ции культуры и искусства, тогда как именно в их недрах рождается нечто инновационное, экспериментальное. С другой стороны, есть опасность того, что ловкие дельцы начнут повсеместно создавать частные театры и другие организации культуры и перечислять туда 5% прибыли своих предприятий. В таком случае, частные учреждения культуры станут просто прикрытием для налогоплательщиков.

Таким образом, становится ясно, что необходима более гибкая, уточненная система льгот при налогообложении. В настоящее же время организации культуры всячески стараются получить гарантированные государством ассигнования, что открывает реальную возможность привлечения средств и из других источников. Впрочем, распространенное мнение, что основным мотивом пожертвований на благотворительные цели являются налоговые льготы не совсем верно. На самом деле эта причина не всегда становится главной.

Люди дают деньги потому, что:

1. Они приобщаются к деятельности организации, заражаются ее идеями.
2. Они вовлекаются в деятельность организации как ее непосредственные участники.
3. Они жаждут общественного признания своих благородных поступков.
4. Это престижно.
5. Их просит о пожертвованиях кто-то, чьим мнением они дорожат.

Второй источник - благотворительные фонды.

Это организации, создающиеся для финансирования некоммерческого сектора. Благотворительные фонды начинают свою деятельность с того момента, когда первый донор вносит в него деньги. Затем средства инвестируются с целью получения доходов. Часть этих доходов становится источником субсидирования. Большое распространение фонды получили в США, где развита мощная инфраструктура, оказывающая финансовую поддержку организациям культуры и искусства, а также отдельным творческим деятелям.

Третий источник - это частные лица.

Пожертвования частных лиц в нашей стране, к сожалению, практически невозможны вследствие малообеспеченности граждан, отсутствия класса собственников.

Еще один источник - наиболее важный и, скорее, традиционный - государство. Он являет собой основу жизнедеятельности организаций культуры и искусства.

В основном средства направляются на оплату труда работников (как штатных, так и привлекаемых по договору), выплату гонораров авторам произведений, используемых организацией культуры; на содержание зданий, оборудования, транспорта и т.п.; на проведение капитального ремонта и на другие затраты, связанные с основной деятельностью организации культуры, т.е. деятельностью, «направленной на сохранение, создание, распространение и освоение культурных ценностей, предоставление культурных благ населению в различных формах и видах.

Новые организационно-правовые механизмы предусматривают более гибкие формы бюджетного финансирования по результату, измененные режимы управления имуществом, более свободный режим экономической деятельности.

Методы реализации поставленных задач служат объектом острых дискуссий в кругу профессионалов. Частично это обуславливается сложностью и многоплановостью происходящих в сфере культуры и искусства преобразований, включая институциональные, в том числе в силу ее специфики как отрасли экономики, а также особенностей каждого вида культурной деятельности как сферы создания уникального продукта.

Отмечая значимость институциональных аспектов, обратим, однако, внимание на то, что в сфере культуры, как и в других областях экономики социальной сферы, традиционно применялись подходы, развиваемые в экономической теории благосостояния.

Результатом применения данных методов экономического анализа стали следующие основные положения и выводы, имеющие безусловное значение для оценки возможных сценариев реформирования сферы культуры в нашей стране.

Многие культурные блага обладают свойствами неисключаемости и неконкурентности в потреблении, следовательно, относятся к общественным благам или благам, обладающим некоторыми характеристиками общественных. В силу наличия ситуации «безбилетника» среди потребителей культурных благ, рыночные механизмы эффективного распределения ресурсов в сфере культуры должны дополняться другими институциональными механизмами. Производство общественных благ требует участия в их финансировании либо государства, либо других лиц, имеющих интересы, не тождественные интересам потребителей этих благ, например, спонсоров и меценатов.

Культурная деятельность сопровождается значительными позитивными эффектами для лиц, не являющихся непосредственными их потребителями. Среди положительных внешних эффектов культурной деятельности в литературе выделяют так называемые социально значимые внешние эффекты, связанные с сохранением исторической памяти общества, с распространением и освоением людьми ценностей, норм поведения, способствующих социальному согласию, стабильности сложившегося социального порядка и развитию общества. Поскольку средства, получаемые от продажи культурных благ непосредственным потребителям, недостаточны для покрытия совокупных затрат по созданию этих благ, то многие виды культурной деятельности, имеющие положительные внешние эффекты, требуют дополнительного участия со стороны государства и общества.

Наряду с ценностями непосредственного использования (эстетическое наслаждение, получение знаний, развлечение, самовыражение) культурные блага обладают ценностями, не связанными с текущим потреблением. Люди, которые в настоящий момент не потребляют культурные блага, ценят воз-

можность их потребления в будущем (ценность отложенной альтернативы) и доступность культурных благ для своих детей и будущих поколений (ценность наследования). Однако ценности культурных благ, не связанные с их потреблением, явно не выражаются в ценах и не оплачиваются на рынке, поэтому без государственной поддержки объем производства культурных благ будет меньше оптимального.

Выходящими за рамки неоклассического экономического анализа (как и анализа с позиции экономики благосостояния) являются такие свойства культурных благ, как неполнота информации об их качестве и неинформативность цен о свойствах культурных благ. Большинство культурных благ относится к благам, оцениваемым опытным путем, в отличие от благ, качество которых можно определить до момента потребления, ориентируясь на рыночные цены. Как правило, производитель более осведомлен о свойствах культурного блага по сравнению с потребителями, что ведет к проблеме асимметричности распределения информации о свойствах и качестве культурных благ. Сложность ситуации заключается не только в существовании высоких издержек по измерению качества культурного продукта и издержек, связанных с оппортунистическим поведением производителей, как в других секторах с аналогичными проблемами. Особенность потребления культурных благ состоит в том, что этот процесс может быть охарактеризован как неповторяемый и назначение культуры и искусства заключается именно в том, чтобы давать потребителю каждый раз новые ощущения, знания, эмоции. Таким образом, в каждом новом акте потребления нельзя воспользоваться накопленным опытом и сформировавшимися критериями отбора.

Одним из следствий асимметрии информации является существование целого ряда посредников, выполняющих сигнальную функцию на рынке культурных благ¹³, представленных институтами критики, экспертизы, цензуры. Указанные участники рынка не могут гарантировать степень удовлетворения от потребления культурного блага, однако могут дать свою оценку качества продукта. В контексте данного анализа следует отметить, что одной из проблем кыргызского сектора культуры является неразвитость рыночных институтов экспертизы и оценки, включающих не только художественную критику, но и различные премии, награды, звания и т. д. Чаще всего сегодня эти институты не выполняют роли независимых экспертов, а действуют на стороне производителей, дополняя традиционные методы рекламы.

В содержательном аспекте культурные блага отражают информацию и знания, которые генерируются в таких сферах, как религия, наука, искусство, быт и поведение. В любом культурном благе можно условно выделить материальную (вещественную, воплощенную) и идеальную формы (символ, смысл, художественную, эстетическую, нравственную ценность). С учетом наличия у культурных благ символической ценности всем им присущи такие свойства информации, как неисчерпаемость и неконкурентность в потреблении. Поэтому экономические отноше-

ния в сфере культуры - это не только отношения по поводу производства, потребления, обмена материальных объектов, но и отношения, объектом которых служат символы, знаки, смыслы. Культурное благо, рассмотренное как символическое, а не как экономическое «богатство», существует как таковое только для человека, который может использовать который может, используя «художественный код», расшифровать его эстетическую, историческую, символическую ценность. В свою очередь, цена культурного блага становится эквивалентом значений и абсолютных ценностей, к которым отсылает данное культурное благо.

Сам по себе творческий продукт предполагает неограниченный доступ к нему потребителей. Расходуется лишь мотив к потреблению, который приобретает самостоятельную ценность. Тем самым ограниченными ресурсами в сфере культуры становятся время и внимание потребителя. В свою очередь, мотив к потреблению зависит от внушения, наличия потребности (воспитания культурного вкуса), доступности информации о качестве товара, существующей системы индивидуальных оценок, социальных факторов.

Поскольку для многих культурных благ характерна возрастающая предельная полезность от дополнительной единицы продукта, степень удовлетворенности от потребления культурных благ зависит от наличия у потребителей уровня знаний, культурного опыта. Следствием такой зависимости может стать (что нередко и наблюдается в Кыргызской Республике) преобладание на рынке благ, не требующих высокого уровня подготовки, легких для восприятия, ориентированных на массового потребителя. Вопрос о том, насколько потребители недооценивают качество и полезность культурных благ, остается дискуссионным, например, в случае «высокой» культуры. Поэтому основными направлениями государственной политики здесь должны стать также меры, направленные на формирование культурных потребностей, поддержание общественного интереса к культуре, с целью восполнения недостающего спроса на культурные блага высокого качества.

При всей значимости вопросов, представленных в данной части статьи, они не исчерпывают всю актуальную проблематику. Особое значение ныне приобретают исследования, посвященные специфике организационной структуры производства культурных благ, поведению различных субъектов на рынке культурной продукции и т. п. Разработка данных проблем во многом перекликается с теорией контрактных отношений, которая в последние годы набирает силу в рамках неинституционального анализа. То же относится к изучению имущественных прав, вопросов согласования экономических, социальных и культурных интересов и ряду других вопросов, формирующих перспективные решения многих актуальных задач в социально-культурной сфере.

К числу современных проблем, исследуемых в рамках неинституционального анализа (который, однако, не противостоит неоклассическому подходу), относятся вопросы организации рынков в сфере

культуры, влияния структуры издержек и специфики контрактных отношений на выбор формы экономической организации в сфере производства культурных благ, специфики некоммерческой организации. Основные выводы, касающиеся факторов, влияющих на эффективность рыночных механизмов в сфере культуры, следующие.

Для рынков предложения многих культурных благ характерна несовершенная конкуренция, конкретно - доминирование монополий, что обусловлено рядом причин. В первую очередь, издержки производства некоторых сложных (дифференцированных) культурных благ очень велики (например, театральная деятельность, создание фильмов, выпуск аудиопроductии, реставрация памятников). Поэтому необходимый объем их выпуска может быть эффективно обеспечен в условиях крупных монополизированных компаний, имеющих возможность экономить на масштабе производства²². Суть экономии от масштаба, как известно, состоит в том, что средние издержки производства единицы продукции уменьшаются по мере увеличения выпуска данного продукта. При этом для повышения прибыльности монополии сокращают ассортимент предоставляемых благ, повышая цены на них. Вследствие указанных причин стратегией многих фирм на рынке культурных благ становится сокращение выпуска дифференцированных товаров и увеличение выпуска однородных товаров и услуг.

Задачей государства в этом случае является уменьшение негативных последствий несовершенства рынка путем стимулирования дополнительного объема предложения, поддержки небольших фирм и некоммерческих организаций. Применение инструментов косвенного участия государства в сфере культуры довольно распространено в западных странах (перекрестное и доленое субсидирование, так называемые маркированные налоги, государственные гранты). Что касается Кыргызстана, то здесь диверсификация инструментов косвенного регулирования социально-культурной сферы остается одной из острых и нерешенных проблем. Несмотря на цели сокращения прямого государственного участия в сфере культуры и модернизацию институциональной структуры, возможности частных некоммерческих и коммерческих организаций по доступу к общественным ресурсам остаются незначительными.

Поскольку для многих сфер культурной деятельности человеческий труд, причем творческий, является основным фактором производства, проблема повышения его производительности является ключевой. Повышение производительности труда в культурном секторе идет меньшими темпами, чем в среднем в экономике, так как возможности использования новых технологий и других ресурсов в производстве весьма ограничены.

В долгосрочной перспективе сферы производства с основной долей человеческого труда стоимость которого повышается, могут быть безубыточными только при финансовой поддержке за счет государственных и общественных средств.

Институт некоммерческой организации (НКО), на наш взгляд, обладает рядом преимуществ в сфере культуры по сравнению с коммерческой организацией. В силу раскрытой выше специфики культурных благ, коммерческие организации здесь проигрывают по двум направлениям. Во-первых, ориентация менеджеров на получение прибыли провоцирует оппортунистическое поведение, вследствие чего потребитель получает товары худшего качества. В НКО, как правило, напротив, интересы менеджмента и потребителей совпадают, так как сами организации создаются ради целей, отличных от извлечения прибыли. Высокое качество производимых благ гарантирует соблюдение контрактов и увеличение числа потребителей. Нерегулярность процесса производства, а также сложность определения качества культурных услуг сокращают преимущества, вызванные повторяемостью процесса производства и репутации коммерчески ориентированных менеджеров из-за проблемы неполноты контракта.

Во-вторых, некоммерческие организации с системой членства оказываются эффективным механизмом возмещения постоянных затрат, которые преобладают в структуре издержек. Для возмещения постоянных издержек некоммерческие организации используют механизм разделения оплаты услуг на две части: постоянные членские взносы и стоимость билета за каждое отдельное благо (мероприятие).

Ряд преимуществ НКО касается вопросов управления и принятия решений. Наличие коллегиального органа управления (попечительского или наблюдательного совета) позволяет определять стратегию поведения совместно с менеджментом. Члены организации увеличивают финансирование или сокращают его в зависимости от результатов деятельности НКО.

Отмечу, что все указанные механизмы наиболее реализованы в кыргызском законодательстве относительно такой организационно-правовой формы, как некоммерческая организация, и реализация целей модернизации институциональных механизмов в социально-культурной сфере предполагает совершенствование существующих форм хозяйствования и разработку более обоснованных подходов к новым видам государственного участия.

Литература:

1. Рубинштейн А. Г. Экономика культуры. М., 2006; Жидков В. С., Соколов К. Б. Культурная политика России: теория и история. - М., 2001).
2. Долгин А. Б. Прагматика культуры. - М., 2002.
3. Бикбов А. Рынки культуры как рынки вкуса и признания // Неприкосновенный запас. 2004. Ха 1(33).
4. Шапинская Е. Н., Кагарлицкая С. Я. Пьер Бурдьё: художественный вкус и культурный капитал // Массовая культура и массовое искусство: «За» и «против». М., 2003. С. 431-453.

Рецензент: к.э.н., доцент Кемелдинова Ж.М.