

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА МОН УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА МОН УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ФЕДОРЕНКО ТЕТЯНА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 330.16:316.75]:355.018(477)

ДИСЕРТАЦІЯ

**КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ
В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ**

Спеціальність 051 – Економіка

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ Федоренко Т.О.

Науковий керівник: Кириленко Володимир Іванович, доктор економічних наук, професор

Київ – 2023

АНОТАЦІЯ

Федоренко Т.О. Культура як фактор економічного зростання в умовах нестабільної держави. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – Економіка. – Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 2023.

Дисертацію присвячено вирішенню нового наукового завдання щодо обґрунтування теоретико-методологічних засад дослідження впливу фактора культури на економічне зростання країни.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження культури як фактора економічного зростання» проаналізовано відмінності у підходах до розуміння поняття «культура», виявлено особливості бачення культури на різних етапах еволюції економічної думки, специфіку міждисциплінарних напрямів (соціологічний, філософський, психологічний, управлінський) досліджень культури. Порівняльний аналіз підходів до розуміння культури дає можливість об'єднати економічний, соціологічний та філософський підходи з метою визначення впливу культури на економічне зростання.

Окреслено взаємозв'язок між економікою та культурою. Сучасні суспільства мають декілька соціальних суперечностей: прагнення до прибутку та доброчинність, практичність та творчість. Культура забезпечує баланс рівноваги у протиставленні ідеалістичних та прагматичних цінностей. Вона стає авторитетом, засобом вирішення соціальних проблем, внутрішньою силою індивіда.

Узагальнено особливості міжкультурних досліджень на основі відмінностей соціальних норм, котрі створюють фундамент соціальної організації держави та визначають її розвиток. Універсальними категоріями культури є неформальні правила, які лежать в основі будь якої суспільної організації, вони становлять базис соціальних відносин. Кожне суспільство у процесі свого функціонування стикається з необхідністю розробити правила міжгрупової взаємодії (ієрархія – рівність), відповідальності (індивідуальні зусилля – солідарність), планування

(акцент на теперішньому – орієнтація на майбутнє), правил поведінки (добро і зло) та системи покарань за порушення.

Проаналізовано передумови для формування культурних цінностей, зокрема географічні, історичні фактори, які впливають на процеси формування соціальної взаємодії та цінностей суспільства. Ці фактори можна віднести до зовнішніх, оскільки вони є даністю для країни. Існують ще похідні чинники (неформальні правила), які визначає суспільство: соціальні вимоги, норми міжгрупової взаємодії, правила поведінки, поняття добра і справедливості, етики та моралі. Неформальні правила часто закріплюються суспільством у вигляді законів, правових обмежень, дисциплінарних покарань за недотримання норм. Так формується ціннісна поведінка індивіда, яка потім реалізується у формі поваги до формальних правил, дотримання законів, довіри до інших людей та органів влади.

Узагальнено культурні цінності, котрі можуть сприяти соціально-економічному розвитку суспільства. Пріоритетними цінностями розвитку спільноти, на думку Ш. Шварца, є доброзичливість (сприяє соціальній співпраці), універсалізм (розуміння потреб інших, толерантність, соціальна справедливість) та самовизначення (самостійність у фізіологічному та соціальному вимірі). Факторами, котрі впливають на економічне зростання, на думку М. Грондони, є релігія, знання та освіта, віра в особистість, погляди на конкуренцію, багатство, ставлення до прибутків, мотивація до праці, довіра та розподіл суспільних благ. Деталізація впливу цих чинників на економічне зростання представлена у третьому розділі.

Важливо пам'ятати, що цінності країн поступово змінюються в залежності від соціально-економічних умов та технологічного розвитку. Економічне зростання, перехід країни від індустріального до постіндустріального суспільства, яке супроводжується підвищенням рівня життя, обумовлює зміну системи цінностей. Суспільства, на думку Р. Інглегарта та К. Вельцеля, рухаються від традиційних до світських цінностей, від цінностей виживання до самовираження – такою є траєкторія розвитку. Особливості зміни цінностей, залежність економічних та

етичних цінностей від економічних та соціальних показників продемонстровано у третьому розділі.

Обґрунтовано, що культурний вплив не є прямолінійним, а культурна змінна не є єдиною, що визначає відмінності економічного зростання. Ціннісні установки та певний вид економічної поведінки суспільства неможливо перенести з однієї групи або території на іншу. Зміна економічних правил, наприклад, лібералізація ринків, прийняття законодавчих актів також не забезпечить миттєвого формування цінностей. Для цього потрібні соціальні зміни, інститути (демократичний устрій країни, громадянське суспільство, верховенство права), суспільна підтримка та час.

У другому розділі «Макроекономічний аналіз взаємозв'язку культури та економіки в умовах переходу до інноваційного розвитку» доведено, що суспільство формується за допомогою культури, яка відображена в культурних продуктах та транслюється через ЗМІ, соціальні мережі, культурні заклади. Культурний продукт та інформація, яку він несе, мають надзвичайно потужну силу, вони здатні створювати віртуальну реальність, провокувати конфлікти та спотворювати справжні цінності. Культурні цінності, які просуваються у медійному, інформаційному просторі в різних історичних та мовних контекстах створюють силу, котра може формувати поведінку індивіда, організовувати рух соціальних груп та створювати підґрунтя для значних політичних змін.

Доведено, що культурна політика є стрижнем розвитку суспільства, а його змістова частина має бути спрямована на формування наративів і дороговказів, які дають суспільству усвідомлення власної ідентичності, показують «хто ми є», «куди ми ідемо». Це має стати основою стратегічного планування розвитку держави. Завданнями культурної політики мають бути підвищення якості людського капіталу, формування умов для соціального діалогу, підтримка національної культури та мови, формування національної єдності та спільних цінностей.

Визначено основні проблеми сучасного ринку культурних благ: спрощення (твори мистецтва створюються як споживчий продукт за логікою ринкової раціональності, щоб краще продати), узагальнення (легкі, доступні розваги, котрі створюють віртуальність та можуть бути спроєктовані індивідом на власний

життєвий досвід), товаризація (прибуток стає важливішим за художнє вираження), прикрашання дійсності (створення позитивних образів героїв, які мають певний рівень достатку, оточені красивими та псевдокрасивими речами).

Спроби підпорядкувати культуру потребам суспільства можуть призвести до деградації культури і держави та негативно вплинути на систему соціального мислення. Суспільство можна і треба заохочувати до споживання культурних благ, мотивувати до розвитку когнітивних навичок (осмислення, рефлексії, здатності формувати причинно-наслідковий зв'язок).

Доведено, що критично важливою культура стає в умовах нестабільної держави, слабкості державних інституцій. Під нестабільною державою ми маємо на увазі неефективну державу, в якій немає поваги до закону, залежна та несправедлива судова система, слабка інфраструктура та система соціального обслуговування. Сьогодні до цих негативних факторів в Україні додається факт широкомасштабної збройної агресії з боку Російської Федерації. В умовах війни посилюється загроза існуванню держави, функціонуванню інституцій, перешкода для виконання державою життєво важливих функцій для значної частини населення. Очевидним стає, що українське суспільство відстоює не тільки власну територіальну цілісність та суспільний порядок, але й цінності, культуру, мову, історичну пам'ять. І саме культура створюватиме модель виживання, трансформуватиме економічну та соціальну системи в нову життєздатну модель.

Визначено загрози для української культури та ринку культурних благ, котрими є засилля російських культурних продуктів (саме через них відбувається поширення російських ідей, наративів та нав'язування українцям чужих цінностей), невдале використання етнічних стереотипів (створюють архаїчний образ української культури та спотворюють цінності), бездумне масове використання національних символів (знецінення та поверхнєве сприйняття національних символів), наміри «переосмислити культуру» під якими ховається бажання залишити колоніальні культурні символи (закріплює комплекс меншовартості українців).

Аргументовано, що зміна шаблонів національної культури – це тривалий процес, який відбувається поступово у процесі соціально-економічного розвитку країни та супроводжується зміною поколінь. Середньострокові зміни в поведінці або поява нових переконань і цінностей (навіть внаслідок примусу) можуть відбуватись у межах покоління (приблизно десять років). Короткострокові зміни поведінкових шаблонів та соціальних норм займають два-три роки. Проте, вони не викликають фундаментальних змін у національній культурі. Водночас, саме на поведінкові шаблони, соціальні норми та очікування можна впливати за допомогою культурних продуктів. Успішне та тривале проєктування нових соціальних норм та цінностей у перспективі уможлиблює ґрунтовні зміни у національній культурі.

У третьому розділі «Оцінка впливу культури на економічне зростання» досліджуються економічні та етичні цінності у суспільствах з диференціацією за рівнем доходів, релігією та наявністю і тривалістю комуністичного минулого. Аналіз допоможе сформулювати припущення про економічну поведінку індивіда та виділити цінності, котрі сприяють економічному зростанню, зокрема:

- економічні цінності: повага до приватної власності, ставлення до конкуренції, особиста відповідальність, розуміння економічної природи диференціації доходів, шанобливе ставлення до праці та екології;

- етичні цінності: особиста відповідальність чи очікування державних пілґ, готовність платити за користування суспільними благами, розуміння необхідності сплати податків, прагнення чесно виконувати службові обов'язки без хабарництва.

Регресія використовується для перевірки щільності зв'язку економічних цінностей та добробуту на прикладі 36 країн. Вихідними даними є дані Огляду цінностей світу (World Values Survey, WVS, 2017-2021) та показники ВВП на душу населення (дані Світового банку, 2016-2020). Дані досліджуються на прикладі регресійної моделі, яка враховує незалежну (цінності) та залежну (ВВП на душу населення) змінні.

Регресійний аналіз виявляє високий (0,86) рівень залежності економічних цінностей щодо типу власності підприємств (державної або приватної) в економіці з диференціацією за ідеологією та релігією. Це підтверджує ідею взаємодії між

цінностями, культурою та економічними досягненнями, кожен з цих елементів доповнює інші, створює взаємозалежну систему суспільної організації. Схематично це можна представити так, що суспільство визначає неформальні правила взаємодії, надалі створює державу для регулювання економічних та соціальних процесів. Обраний суспільством уряд регулює економічні та соціальні відносини, реалізує політику, спрямовану на дотримання законів і прав, створення умов для вирішення спірних ситуацій при конфлікті інтересів та розподілі суспільних благ.

Аналіз цінностей суспільств демонструє схожість економічних та екологічних цінностей країн в залежності від типу релігії. Протестантські та католицькі суспільства мають вищі показники сприйняття приватної власності, натомість православні суспільства, особливо посткомуністичні, поки що мають більший пріоритет щодо державної власності підприємств.

Доведено, що екологічні цінності розвиваються в країнах із середнім рівнем доходів після забезпечення базових економічних потреб суспільства. Посткомуністичні країни мають нижчий пріоритет екологічних цінностей порівняно з іншими країнами.

Економічні цінності є дуже важливим фактором економічного зростання. Вони впливають на політичні та ідеологічні погляди індивідів, зокрема наскільки уряд має втручатись в економіку, яких підприємств має бути більше (приватних чи державних), проблеми перерозподілу доходів, систему соціального забезпечення. Цінності формують не тільки звичайну поведінку індивіда, а й стають основою економічних транзакцій між агентами.

Економічний аспект етики розглядається як засіб підвищення довіри та зниження трансакційних витрат, він відіграє значну роль у процесі формування ресурсів, перерозподілу прибутків та управління. Ми досліджуємо міжкультурний аспект етичних цінностей користування суспільними благами та взаємозв'язок між національними культурними особливостями та етичними цінностями.

Обґрунтовано, що економіко-етичні цінності оплати за користування суспільним благом, так звана проблема безбілетника, проявляються, коли індивід

свідомо уникає оплати за користування суспільним благом або докладає зусиль аби зменшити її. Небезпека полягає в тому, що несплата за користування благами «безбілетних» громадян знижує мотивацію платити у сумлінних. Як наслідок, це знижує ефективність функціонування системи в цілому, оскільки результативність роботи групи залежить від всіх учасників.

Доведено, що бажання платити за користування суспільними благами демонструє індивідуальні переконання та має прямий зв'язок із суспільною довірою. Питання полягає в тому чим є бажання не платити: відсутністю економічних ресурсів (неспроможністю платити) або культурними факторами (дійсно небажанням). Аналіз етичних цінностей дає можливість виділити декілька аспектів поведінки індивіда, які впливають на процес користування та оплати суспільних благ: економічний (можливість заплатити), соціальний (рівень довіри до уряду, держави), моральний (відчуття соціальної справедливості), поведінковий (усвідомлення потреби та відповідальності щодо оплати).

Багатофакторна регресійна модель залежності доходу та етичних цінностей розроблена на прикладі 35 європейських країн. Вихідними даними є дані Огляду цінностей світу (2017-2021) та показники ВВП на душу населення (дані Світового банку, 2016-2020). Регресійний аналіз демонструє високий рівень залежності ($R^2=0,808$) доходу від етичних цінностей. Найбільший вплив на дохід має довіра та етичний фактор відмови від державних пільг, на які індивід не має права.

Доведено, що у суспільствах з низьким рівнем доходу більшість населення вважає невинуватим отримання державних пільг, на які індивід не має права. Поведінка індивідів змінюється зі зростанням доходів, збільшується відсоток осіб, які вважають виправданим отримати пільги від держави, на які не мають права. Можемо припустити, що тут, окрім економічного, посилюється вплив соціального, морального та інших факторів, зокрема довіри до влади, особистих моральних переконань, рівня корупції та злочинності в країні.

Обґрунтовано, що низький рівень суспільної довіри є основою багатьох економічних проблем. Втрата довіри до ключових інституцій держави (політичних, судових, освітніх, релігійних) призводить до зниження довіри до інших людей.

Виникає велика інституційна проблема, яку неможливо вирішити виключно за допомогою реформ. Відновлення довіри є складнішим механізмом, який потребує участі всієї спільноти. Довіра має позитивну кореляцію з доходом на душу населення, причому особливо це помітно у суспільствах з високим рівнем доходів.

Виявлено залежність етичних цінностей, які стримують індивідів брати хабарі за виконання своїх службових обов'язків, з індексом сприйняття корупції. Населення в країнах з непрозорим державним управлінням частіше вважає виправданим отримання хабарів при виконанні службових обов'язків. Аналіз поведінкових факторів також демонструє, що якщо індивід має схильність порушувати етику поведінки в одній сфері, то він з легкістю робитиме це в іншій.

Доведено, що економічні та етичні цінності мають взаємозв'язок із економічним зростанням та соціально-економічним розвитком. Економічна поведінка індивіда залежить від домінуючих культурних цінностей, це дає змогу спрогнозувати його подальші дії на основі соціокультурних патернів. Економіко-етичні цінності мають надзвичайну важливість для розвитку спільноти, оскільки визначають цілі, які стають орієнтиром для колективного вибору членів суспільства. Формування ціннісних орієнтирів суспільства може сприяти економічному зростанню держави.

Воєнний стан, в якому Україна перебуває з 2022 року до сьогодні, на фоні гібридної війни попередніх років зумовлює стан нестабільної держави. В умовах зовнішніх загроз не вповні функціонують інституції, обмежені можливості для проведення економічної та соціальної політики, суспільство знаходиться на межі виживання. За таких умов саме ціннісний, смисловий фактор, зокрема культура здатен стримати хаос та організувати середовище, інститути та суспільство для відновлення та розвитку. Надано практичні рекомендації щодо удосконалення культурної політики та формування ціннісних орієнтирів для розвитку України.

Ключові слова: довіра, гібридна війна, економічна поведінка, економічне зростання, конкуренція, конкурентоспроможність, культура економіки, знання, людський капітал, людський розвиток, стратегічне планування, соціальний діалог, соціальний капітал, цінності, якість людського капіталу.

ABSTRACT

Fedorenko T. O. Culture as an economic growth factor in an unstable country. – Manuscript.

Dissertation for the Doctor of Philosophy scientific degree, specialization 051 Economics. – Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, 2023.

The research objective is to establish the specific correspondence between the economy and culture in modern societies. The work discovers the theoretical and practical aspects of economic growth and its dependence on cultural patterns.

The first chapter “Theoretical and methodological foundations of the culture studies as a factor of economic growth” mainly describes social and economic characteristics of culture and its role in the economic growth. The etymology of the term “culture” is briefly reviewed by the retrospective analysis. The peculiarities of culture concepts at different evolutionary stages in economic study is revealed. A comparative analysis of approaches to understanding culture makes it possible to combine economic, sociological, and philosophical approaches to determine the impact of culture on economic growth.

The relationship between economy and culture is outlined. The economy is the material basis of the social system, while culture is its internal attribute. Culture educates an individual, provides opportunities to go beyond purely basic existential needs, shapes human consciousness, and directs an individual to develop his interests and realize his potential in economic activity. Therefore, culture determines the essence, quality, and directions of economic development.

The features of cross-cultural research based on differences in social norms, which create the basis of the state’s social organization and determine its development, are summarized. Universal categories of culture are informal rules that underlie any social organization; they form the basis of social relations. In the process of its functioning, every society is faced with the need to develop rules of intergroup relations (hierarchy – equality), responsibility (individual efforts – solidarity), planning (emphasis on the present – orientation to the future), rules of behavior (good and evil) and a system of

punishments for violations. These components became the basis of modern cross-cultural studies.

The prerequisites for cultural values formation are analyzed, notable geographical and historical factors that influence the social interaction and values. These factors can be classified as external, as they are a given for the country. There are also derivative factors determined by society (informal rules): social requirements, norms of intergroup interaction, rules of conduct, concepts of good and justice, ethics, and morality. Informal rules in society are taking root as laws, legal restrictions, and disciplinary punishments for non-compliance. This is how the valuable behavior of an individual is formed, which is then realized in the form of respect for formal rules, compliance with laws, and trust in other people and authorities.

Cultural values that can contribute to the socio-economic development of society are summarized. The priority values of community development, according to Sh. Schwartz, benevolence (teamwork coordination, promotes social cooperation), universalism (understanding the needs of others, tolerance, social justice), and self-determination (control and mastery of skills for independence and independence in physiological and social measures). The factors influencing economic growth, according to M. Grondona, are religion, knowledge and education, faith in personality, views on competition, wealth, attitude to profits, motivation to work, trust, and distribution of public goods. We will closely observe factors directly related to economic policy.

It is important to remember that countries' values gradually change depending on socio-economic conditions and technological development. Economic growth, the transition from an industrial to a post-industrial society, which is accompanied by the living standard increasing, causes a change in the value system. According to R. Inglehart and K. Welzel, countries move from traditional to secular values, from survival values to self-expression; this is the development trajectory.

Therefore, we investigated the values that affect the country's economic growth. However, cultural influence is not straightforward, and the cultural variable is not the only determinant of differences. It is impossible to transfer the value attitudes or economic behavior patterns from one group or territory to another. Changing economic

rules, for example, market liberalization, and legislative acts adoption will not ensure instant values formation. This process requires social changes, institutions (the country's democratic system, civil society, rule of law), and time.

The second chapter "Macroeconomic analysis of the relationship between culture and economy in the innovative development period" focuses on the explicit interdependence of economy and culture. It has been proven that society is formed by culture, which is reflected in cultural products and broadcast through mass media, social networks, and cultural institutions. The cultural product and the information it carries have a powerful force; they can create virtual reality, non-existent conflicts, and distort real values. Cultural values promoted in the media in various historical and linguistic contexts create a motive that can shape individual behavior, organize the movement of social groups, and create the basis for significant political changes.

Cultural policy is the core of social development. Its meaningful part should create ideas and narratives to community members of its own identity, show "who we are", and "where we are going". The tasks of cultural policy should be the development of the human potential of citizens, the support of national culture and language, and the formation of national unity and common values.

The main problems of the cultural goods are identified. The first one is a simplification; artworks are created according to the logic of market rationality to sell better). The second is a generalization - easy, accessible entertainment that creates virtuality and can be projected by an individual on his own life experience. The next problem is commoditization when profit becomes more important than artistic expression). Last, but not least, embellishment of reality – creating positive images of heroes, who have a certain level of prosperity, surrounded by beautiful and pseudo-beautiful things.

Culture becomes critically important in the conditions of "an unstable state". Here we mean bad governance, weakness of state institutions, no respect for the law, an unjust judicial system, poor infrastructure, and a weak social service system. Today, the fact of large-scale armed aggression of the Russian Federation against Ukraine complicates these factors. In wartime, the threats are to the nation's existence, institutions functioning, and

the obstacle to core government functions for a large part of the population. It becomes obvious that Ukrainian society defends not only its own territorial integrity, social order and safety, but also its values, culture, language, and historical memory. Culture will transform economic and social systems into a new viable model.

Changing patterns of national culture is a long process that occurs gradually with social and economic development and is accompanied by a change of generations. Medium-term changes in behavior or the emergence of new beliefs and values (even as a result of coercion) can occur within a generation (about ten years). Short-term changes in behavioral patterns and social norms take two to three years. However, they do not cause fundamental changes in the national culture. At the same time, behavioral patterns, social norms, and expectations can be influenced with the cultural products. Successful projecting of new social norms and values in the long term enables fundamental changes in national culture.

The third chapter, "Assessment of the Culture Impact on Economic Growth," examines the economic and ethical values that contribute to economic growth. Note that our research concerns the formation of economic and ethical values:

- Economic values: respect for private property, approval of competition, personal responsibility, understanding of the economic nature of income differentiation, respect for work and ecology.
- Ethical values: personal responsibility or expectation of government benefits, willingness to pay for the use of public goods, understanding the need to pay taxes, striving to honestly perform official duties without bribery.

These categories of economic values can be explored using data analysis of the World Values Survey (WVS) project. This will help to form assumptions about the economic behavior of the individual in societies with different income levels.

Regression is applied to check the density of the relationship between economic values and well-being in the case of 36 countries. The input data are values from the World Values Survey (2017-2021) and GDP per capita (World Bank data, 2016-2020). The regression model deals with independent (values) and dependent (GDP per capita) variables.

Regression analysis reveals a high (0.86) dependence level of economic values on the type of enterprise ownership in the economy on ideology and religion. The results confirm the idea of interaction between values, culture and economic achievements; each of these elements complements the others and creates an interdependent system of social organization. Society creates a state to regulate economic and social processes. Governments regulate economic and social relations, implement laws and rights policies to resolve conflicts of interests, and distribute public goods.

The values analysis demonstrates the similarity of economic and ecological values of countries depending on the religion. Protestant and Catholic societies have higher rates of private ownership acceptance, while Orthodox, especially post-communist ones, and still have a higher priority for state ownership of enterprises. Environmental values develop in middle-income countries after the basic economic needs of society are achieved. Post-communist countries have a lower priority on environmental values compared to other countries.

Economic values are a considerable factor in economic growth. They influence the political and ideological views of individuals: to what extent the government should regulate the economy, which enterprises should be more (private or state-owned), problems of income redistribution, and the social security system. Values form not only the usual behavior of an individual but also become the basis of economic transactions between agents.

The economic aspect of ethics is considered a means of increasing trust and reducing transaction costs; it plays a significant role in resource planning, profits redistribution, and management. We are interested in the cross-cultural aspect of the ethical values of using public goods and the relationship between national cultural characteristics and ethical values.

The economic and ethical values of paying for public good, the free rider problem, are displayed when an individual consciously avoids paying for public goods or efforts to reduce it. The danger lies in the fact that free riders reduces the motivation to pay for moral citizens. As a result, this reduces the social system basis, since the effectiveness of the group's work depends on all participants.

Willingness to pay for public goods reflects individual beliefs and is directly related to public trust. What is the unwillingness to pay lack of economic resources (inability to pay) or cultural factors (unwilling)? Therefore, it is possible to distinguish several aspects of an individual's behavior that influence the paying for public goods: economic (the ability to pay), social (the level of trust in the government, the state), moral (a sense of social justice), behavioral (awareness of the need and responsibility for payment, conscious behavior of an individual).

The multivariate regression model of income dependence and ethical values was developed on the example of 35 European countries. The input are data from the World Values Survey (2017-2021) and GDP per capita (World Bank data, 2016-2020). Regression analysis shows a high level of dependence ($R^2=0.808$) of income on ethical values. The greatest impact on income is trust and the ethical factor of claiming government benefits to which the individual is not entitled.

It has been proven that in low-income societies, the majority considers it unjustified to receive government benefits to which the individual is not entitled. The behavior of individuals' changes with the growth of incomes, and the percentage of people who consider it justified to receive benefits from the state to which they are not entitled increases. We can assume that here, in addition to the economic, the influence of social, moral, and other factors increases, including trust in the authorities, personal moral convictions, and the level of corruption and crime.

The wartime in Ukraine in 2022, the hybrid war of previous years determines the condition of an unstable state. In the conditions of external threats, the government cannot perform basic functions, institutions are not fully functioning, opportunities for economic and social policy are limited, and society is on the survival circle. Therefore, culture became the factor that is capable of reducing the chaos and organizing the background and institutions for recovery and development.

Keywords: trust, hybrid warfare, economic behavior, economic growth, competition, competitiveness, economy culture, knowledge, human capital, human development, strategic planning, social dialogue, social capital, values, quality of human capital.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

У наукових фахових виданнях України:

1. Федоренко Т.О. Культурний та креативний імперативи економічного зростання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2022. № 50. С 19-31. DOI 10.33111/sedu.2022.50.019.031. (0,5 д.а.).
2. Федоренко Т.О. Основні показники економічної діяльності культурних та креативних індустрій в Україні. *Вчені записки*. 2021. № 25(4). С. 30–41. DOI 10.33111/vz_kneu.25.21.04.03.019.025. (0,5 д.а.).
3. Кириленко В.І., Федоренко Т.О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів. *Стратегія економічного розвитку України*. 2021. № 48. С 56-67. DOI: <https://doi.org/10.33111/sedu.2021.48.056.067> (0,5 д.а., особисто автору – 0,4 д.а.: проаналізовано економічний та неекономічний вплив сектору культурних індустрій на соціально-економічну систему).
4. Кириленко В.І., Федоренко Т.О. Підходи до розуміння культури як детермінанти економічної діяльності. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 43. С. 5–16. DOI 10.33111/EE.2019.43. (0,5 д.а., особисто автору – 0,4 д.а.: проведено порівняльний аналіз підходів до розуміння поняття «культура»).

У наукових виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз

(Web of Science):

5. Kyrylenko, V.; Halaburda, M.; Fedorenko, T.; Lisniak, I. Economics and Morality Conflicts in the Public Goods Using. *Economics. Ecology. Socium* **2023**, 7, 26-34. DOI <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2023.7.1-3> (0,5 д.а., особисто автору – 0,3 д.а.: проведено регресійний аналіз щільності зв'язку між економічними та моральними факторами у процесі використання суспільних благ).

У періодичних наукових виданнях іноземних держав

(які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу):

6. Fedorenko, Tetiana. THE INFLUENCE OF ETHICAL VALUES ON SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: REGRESSION ANALYSIS. *Věda a Perspektivy*, no. 2 (9), 2022, pp. 41–49. [https://doi.org/10.52058/2695-1584-2022-2\(9\)-41-49](https://doi.org/10.52058/2695-1584-2022-2(9)-41-49) (0,5 д.а.).

7. Fedorenko, Tetiana, and Volodymyr Kyrylenko. THE INFLUENCE OF VALUES ON SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT. *Three Seas Economic Journal*. 2.4 (2021): 71-75. <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2021-4-12> (0,4 д.а., особисто автору – 0,3 д.а.: визначено взаємозалежність цінностей суспільства та його економічного розвитку).

В інших виданнях:

8. Федоренко Т.О. Інструменти для кількісного аналізу національних культур. *Корпоративне управління: стратегії, процеси, технології*: зб. матеріалів міжнар. наук. конф. (Ляйпциг, Німеччина, 22-23 жовт. 2021 р.). Ляйпциг, Німеччина, 2021. Р.32-34. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-145-9-8> (0,1 д.а.).

9. Fedorenko T. Post-Materialism as a Cultural Evolution of Economic Needs. *International Scientific Conference. Information potential of socioeconomic development of the state and regions*: Conference Proceedings, April 20, 2020. Gromadka, Poland: GOKiB. P.25-27. ISBN: 978-837-5568-16-6. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3776379> (0,1 д.а.).

10. Fedorenko T. Values and technology innovations challenges. *International Security In The Frame of Modern Global Challenges*. 2019. Collection of research papers. – Lithuania. Vilnius: MRU, 2019. P.35-39. (0,1 д.а.). URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/Polecodept/INTERNATIONAL_SECURITY.pdf.

11. Федоренко Т.О. Цінності в моделі постіндустріального суспільства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19.09. 2019 р.). Київ, 2019. С. 296-299. (0,1 д.а.).

12. Федоренко Т.О., Федоренко Р.М. Нові технології у креативній економіці: комерціалізація vs суспільне благо. *Реформування економіки в контексті міжнародного співробітництва: механізми та стратегії*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 24 лист. 2018 р.). Львів, 2018. С. 134-136. (0,1 д.а., особисто автору – 0,05 д.а.: застосування ідеї розумного міста та віртуальної реальності у розвитку креативних індустрій).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	19
РОЗДІЛ 1	27
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
КУЛЬТУРНОГО ФАКТОРА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	27
1.1. Соціально-економічна природа культури у контексті економічного зростання	27
1.2. Концептуальні засади дослідження культури в соціально-економічній системі	46
1.3. Культурні цінності в контексті сталого економічного зростання	68
Висновки до розділу 1	88
РОЗДІЛ 2. МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ	
КУЛЬТУРИ ТА ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО	
РОЗВИТКУ	91
2.1. Диверсифікація культурних індустрій і продуктів.....	91
2.2. Ключові тенденції розвитку культурних та креативних індустрій в Україні	110
2.3. Культурна політика як чинник формування поведінки індивіда.....	129
Висновки до розділу 2	150
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ НА ЕКОНОМІЧНЕ	
ЗРОСТАННЯ.....	153
3.1. Економічні цінності та економічне зростання: регресійний аналіз.....	153
3.2. Етичний потенціал сталого економічного зростання.....	163
3.3. Напрями імплементації культурних цінностей в національну економічну поведінку нестабільної держави	180
Висновки до розділу 3	191
ВИСНОВКИ	193
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	198
ДОДАТКИ.....	221

ВСТУП

Актуальність теми. Культура є результатом поступального розвитку соціально-економічних систем. Вона акумулює певні знання, закріплюється у матеріальних і духовних цінностях, забезпечує їх наслідування. Культурні цінності визначають рівень розвитку економічного мислення людини, економічну поведінку суб'єктів, характер ведення бізнесу, прийняття державних управлінських рішень та тенденції соціально-економічного розвитку країни в цілому.

Економічне зростання відбувається за рахунок різних факторів: технологічного прогресу, інтеграції у світову торгівлю, демократизації, інституційних та політичних змін тощо. Технологічний прогрес істотно змінює систему організації виробництва, розподілу ресурсів, споживання товарів і послуг, трансформує ринок праці, підвищує конкурентоспроможність економіки. Демократизація сприяє зростанню ВВП у довгостроковій перспективі за рахунок цінностей свободи слова, рівності перед законом та верховенства права.

Водночас, складно визначити основний принцип за яким відбуваються зміни у культурній сфері. Сучасні тренди часто спираються на досягнення минулого, набувають нових форм або нового погляду відповідно до умов нової реальності. На відміну від ефективності та продуктивності, культурний розвиток відбувається завдяки новизні, самовираженню та оригінальності.

Культура та мистецтво мають свої особливості, логіку розвитку та унікальність форми вияву, вони безпосередньо відображують культурні та соціальні зміни у суспільстві. Технологічні засоби формують тенденції передачі культурних цінностей від простого споглядання і споживання (концерт, театр) через механічне відтворення продуктів мистецтва (по радіо, ТБ, через електронні носії, інтернет) до масової культури. Отже, умови для творчості, побудови соціальних культур, створення нових образів, сенсів і цінностей формуються під впливом технологічної основи, соціальних інститутів та історичних змін.

Економічне зростання має базуватись на відповідних цінностях та етичних принципах. Сучасна концепція зростання має бути людиноцентричною та

враховувати економічні та етичні цінності. Ціннісний орієнтир зростання дасть змогу підвищити загальний добробут суспільства, матиме матеріальні та нематеріальні вигоди в цілому.

Інституційну проблематику економічного зростання та соціально-економічного розвитку досліджували Д. Аджемоглу, Дж. Акелроф, А. Алезіна, М. Аокі, Дж. Б'юкенен, О. Вільямсон, М. Джексон, С. Джонсон, П. Джуліано, К. Ерроу, Р. Коуз, К. Менар, Д. Норт, Дж. Робінсон, Ф. Фукуяма. Ціннісні орієнтири та раціональні наміри індивідів як фактори добробуту та соціально-економічного прогресу були предметом досліджень А. Сміта, М. Вебера, Т. Веблена, К. Вельцеля, С. Гантінгтона, Л. Гаррісона, М. Грондони, Р. Інлегарта, М. Портера, П. Сап'єнці, М. Фербенкса, Ш. Шварца, Р. Шилера.

Серед вітчизняних науковців, котрі досліджували вплив соціальних та культурних факторів на економічне зростання відмітимо роботи З. Галушки, А. Гальчинського, Ю. Городніченка, А. Гриценка, В. Кириленка, А. Колота, А. Котенка, А. Кудінової, Д. Ліфінцева, Д. Лук'яненка, В. Осецького, Є. Панченка, М. Стародубської, О. Ткаченко. Економічні аспекти розвитку культурних та креативних індустрій досліджено в працях І. Бураковського, О. Горчинської, М. Проскуріної, О. Свінцицької, А. Синякової, І. Скавронської, С. Степаненка, В. Ткачука, Ю. Ушкаренка, А. Чмут, Л. Яковенко.

Відзначаючи вагомий внесок вітчизняних вчених щодо досліджень впливу інститутів та культури на соціально-економічне зростання країни, зауважимо, що до сьогодні немає детального вирішення всіх аспектів цієї проблеми. У сучасній науці культура розглядається переважно з позицій соціології (настрої суспільства і культура особистості) та соціальної філософії (фактор впливу на суспільні процеси). Економіко-ціннісний характер культури поки що не одержав комплексного дослідження, що зумовлює необхідність вирішення низки питань теоретичного та практичного характеру.

Отже, актуальним питанням на сьогодні є необхідність чітко окреслити економічного характеру культури, визначити соціально-економічну природу культури, а також її вплив на розвиток економічних систем.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри економічної теорії Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана та безпосередньо пов'язана з такими темами: «Трансформація економічних парадигм в умовах сучасної економічної кризи» (номер державної реєстрації 0117U004954, 2017-2021 рр), «Економічний розвиток в умовах глобалізаційних викликів» (номер державної реєстрації 0123U101328, з 2023 р.).

Мета і завдання дослідження. Мета дисертаційного дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних засад дослідження впливу фактору культури на економічне зростання країни, а також розробці практичних пропозицій та рекомендацій щодо формування нових орієнтирів подальшого соціально-економічного розвитку України.

Досягнення окресленої мети передбачає розв'язання наступних завдань:

- проаналізувати підходи до розуміння поняття «культура» в соціальному та економічному контексті;
- виявити найбільш вагомі відмінності національних культур та сформулювати загальні обриси культурного портрету українського суспільства;
- дослідити передумови для формування культурних цінностей, які впливають на економічну поведінку індивіда та суспільства;
- розкрити специфіку економіки культури та вимірювання економічного та соціального внеску культурних галузей в економічне зростання;
- проаналізувати динаміку валової доданої вартості культурних та креативних індустрій в Україні;
- обґрунтувати, що культурні цінності можна задіяти для створення соціальних орієнтирів, дороговказів та побудови економічних наративів у сучасній економіці;
- виявити передумови формування економічних цінностей у суспільстві та їх вплив на економічне зростання;
- визначити культурні цінності, які мають найбільший вплив як на розвиток спільноти, так і на економічне зростання країни в цілому;

– поглибити розуміння значення культурного фактору в умовах нестабільної держави.

Об'єктом дослідження є економічне зростання як явище.

Предмет дослідження – культура як компенсатор функцій нестабільної держави для забезпечення економічного зростання.

Методи дослідження. Дисертаційна робота виконувалась із застосуванням таких наукових методів: теоретичного узагальнення, порівняння – для визначення особливостей трактування понять «культура», «культурні індустрії», «креативні індустрії», «економіка культури»; групування, системного аналізу та синтезу – для оцінки ефективності показників економічної діяльності культурних та креативних індустрій в Україні; економіко-порівняльного та статистичного аналізу – для оцінки доданої вартості культурних індустрій за видами економічної діяльності; прогнозування – для систематизації зовнішніх та внутрішніх чинників впливу на розвиток підприємств культурного сектору; графічного аналізу – для представлення одержаних висновків у результаті наукового дослідження; кореляційного аналізу – для дослідження залежності між економічними цінностями та добробутом, між етичними цінностями та довірою, яка існує у суспільстві; тесту Грейнджера – для перевірки статистичної гіпотези та можливості прогнозування часових рядів між економічними показниками та цінностями; регресійного аналізу – для визначення цінностей, які мають найбільший вплив на економічні показники.

Інформаційною базою дослідження є монографії зарубіжних і вітчизняних науковців, статті в наукових періодичних виданнях, офіційні публікації міжнародних організацій – Організації Об'єднаних Націй, Світового банку, Міжнародного валютного фонду, Організації економічного співробітництва та розвитку, Всесвітнього економічного форуму, даних проекту «Огляд цінностей світу» (World Values Survey, WVS), інформаційні та аналітичні матеріали дослідницьких експертних інститутів, матеріали Державної служби статистики, періодичні видання, ресурси мережі Інтернет, власні спостереження автора.

Наукова новизна одержаних результатів. У процесі дисертаційного дослідження отримано нові наукові результати щодо впливу культури на економічне зростання. Наукова новизна визначається такими положеннями:

вперше:

- оцінено ступінь впливу культурних цінностей країни на її економічне зростання, проведено кількісний аналіз із диференціацією країн за доходом населення, виявлено відмінності у прийнятті етичних рішень в залежності від економічного (вартість послуг), соціального (рівень довіри), поведінкового (схильність порушувати правила та етичні норми) та морального (пропозиція хабаря) чинників;

удосконалено:

- підходи до оцінки ступеня впливу економічних і соціальних цінностей на економічне зростання через включення до нього таких показників, як рівень доходу, релігійні догми та ідеологічні цінності минулого (країни, які мають розвинені економічні цінності та тяжіють до приватної власності, відповідно мають вищі темпи економічного зростання);

- розуміння значення культурної політики в умовах нестабільної держави та низького рівня довіри суспільства до національних інституцій через обґрунтування її ролі в формуванні провідної моделі поведінки індивіда та осередка ціннісних змін суспільства;

- формування культурного портрету українського суспільства, до якого на відміну від усталеного, включено цінності, що визначають економічну поведінку особистості та мають вплив на економічне зростання держави в цілому: висококонтекстна культура з високим рівнем владності, досить слабкими соціальними нормами, колоніальним минулим, низьким рівнем поваги до приватної власності, домінуванням патерналістських цінностей та, водночас, високим рівнем креативності;

- підходи до формування соціальних орієнтирів на основі культурних цінностей та економічних наративів, а саме: оскільки ціннісні норми та інститути є динамічними категоріями, то це дає змогу у медійному та інформаційному просторі

в різних історичних і мовних контекстах формувати «правильні» цінності, які формуватимуть поведінку індивіда, визначатимуть подальший рух соціальних груп та поступово позитивно змінюватимуть ментальний портрет суспільства;

набуло подальшого розвитку:

- підходи до трактування концепцій культури, її соціально-економічної природи як складової соціального та культурного капіталу індивіда та суспільства шляхом узагальнення філософського, соціологічного та психологічного підходів;

- узагальнення передумов для формування культурних цінностей: зовнішні фактори (географічні, кліматичні, історичні), які впливають на процеси формування соціальної взаємодії (соціальні норми, правила поведінки), закріплюються на рівні формальних правил (закони, регуляторні акти) та формують поведінку суспільства (дотримання законів, довіра);

- окреслення особливостей культурної діяльності та економіки культури, а також специфіка виміру економічного та неекономічного впливу на економічне зростання, розвиток людського капіталу, талантів і культури, формування національної ідентичності;

- підходи до аналізу валової доданої вартості культурних та креативних індустрій в Україні з урахуванням специфіки творчої праці (нестабільність та вразливість), підвиду культурної індустрії (виробництво культурного продукту, розповсюдження) та супутньої економічної діяльності.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що основні положення і висновки, викладені автором у дисертації, є внеском у розвиток економічної теорії. Дисертація відкриває нові можливості більш глибокого розуміння ролі і місця культури як фактора економічного зростання. Основні положення доведені до рівня прикладних рекомендацій і можуть слугувати науковою основою для розроблення заходів державного регулювання з питань економічної та культурної політики України.

Результати та висновки дослідження, можуть бути використані у практичній діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, пов'язаній із формуванням та реалізацією економічної політики в Україні, а також у навчально-

методичному забезпеченні викладання навчальних дисциплін, які передбачають вивчення актуальних проблем економічного розвитку України.

Наукові висновки і рекомендації автора знайшли своє практичне застосування Національним інститутом стратегічних досліджень при підготовці аналітичних та рекомендаційних матеріалів, зокрема в частині формування економічних наративів як підґрунтя для цінностей, які сприяють економічному зростанню (довідка про впровадження № 293/493 від 21.06.2023 р.).

Результати дослідження застосовано у вдосконаленні навчально-методичного забезпечення Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана при викладанні навчальних дисциплін «Історія економіки та економічної думки», «Міждисциплінарні методи економічних досліджень» (довідка про впровадження від 30.08.2023 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є одноосібно проведеним науковим дослідженням, в якому викладено авторський підхід до побудови теоретико-методологічних основ та рекомендацій щодо вирішення поставленого завдання: оцінити роль культури як фактора економічного зростання в умовах нестабільної держави. Сукупність одержаних автором у процесі дослідження наукових положень, розрахунків та висновків є результатом власних досліджень. Усі наукові результати, які викладені в дисертації та виносяться на захист, одержано автором особисто. З наукових публікацій, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті положення, ідеї та висновки, що є результатом індивідуальної роботи автора.

Апробація результатів дослідження. Наукові положення і результати дослідження доповідалися й обговорювалися на 5 міжнародних науково-практичних конференціях: «Corporate Governance: Strategies, Processes, Technology» (October 22-23, 2021. Leipzig, Germany), «Information potential of socioeconomic development of the state and regions» (April 20, 2020. Gromadka, Poland), «International Security in the Frame of Modern Global Challenges» (Vilnius, Lithuania, 2019 р.), «Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості» (м. Київ, 19 квітня 2019 р.), «Реформування економіки в контексті

міжнародного співробітництва: механізми та стратегії» (м. Львів, 24 листопада 2018 р.).

Публікації. Результати дисертації опубліковано самостійно та у співавторстві у 12 наукових працях загальним обсягом 3,9 д.а., з яких особисто автору належать 3,35 д.а., з них: 1 - у науковому виданні, яке входить до міжнародних наукометричних баз (Web of Science), 4 – у наукових фахових виданнях України; 2 – у зарубіжних періодичних наукових виданнях (держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу), 5 – у інших виданнях.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Загальний обсяг дисертації становить 196 сторінок друкованого тексту. Дисертація містить 15 таблиць на 7 сторінках, 26 рисунків на 15 сторінках, 4 додатки на 7 сторінках. Список використаних джерел налічує 197 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО ФАКТОРА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

1.1. Соціально-економічна природа культури у контексті економічного зростання

Культура є результатом поступального розвитку соціальних та економічних систем, вона акумулює досвід, знання та є маркером суспільного розвитку. Культурним надбанням є цінності суспільства, які визначають рівень розвитку економічного мислення людини, економічну поведінку суб'єктів, характер ведення бізнесу, прийняття державних управлінських рішень та тенденції соціально-економічного розвитку країни в цілому.

Важливо зауважити, що культура у сучасній науці розглядається переважно з позицій соціології (настрої суспільства і культура особистості) та соціальної філософії (фактор впливу на суспільні процеси), економічний аспект культури поки що не одержав комплексного дослідження.

Відомо, що у сучасній літературі представлено безліч визначень культури, які мають смислові, семантичні відмінності та різний за широтою огляд. Найбільш фундаментальним вважаються дослідження А. Кроебера і К. Клакгона, в якому узагальнено існуючі підходи до розуміння культури та наведено 164 різних дефініцій культури, що класифіковано за сімома категоріями [1]:

- загальні, описові дефініції з визначенням культури як виду людської діяльності;
- історичні визначення, що стосуються традицій, звичаїв та, в більш широкому сенсі, соціальної й культурної спадщини;
- нормативні – правила і стандарти поведінки людей, їх ідеали та цінності;
- психологічні – практики формування звичок, процедури навчання, підходи до вирішення проблем;
- структурні – суспільні моделі, соціальні шаблони і корпоративна культура;
- похідні – сфера ідей, символів, продуктів, артефактів.

Безсумнівно, така велика кількість підходів до визначення культури обумовлена як багатогранністю самого поняття «культура», так і особливостями його використання в різних галузях наук, зокрема у соціології, економіці, історії, філософії тощо.

Ретроспективний огляд вживання терміну «культура» відображує перше його значення – сільськогосподарське, тобто у сфері обробки землі. Дослівно з латини культура перекладається як «оброблення» або «обробка». І тільки в XVI столітті акцент у сприйнятті культури переходить у площину культивування розуму та інтелекту [2]. На початку XIX ст. поняття «культура» розширюється до параметру опису ступеня розвитку суспільства, держави. Можна сміливо констатувати той факт, що трансформація поняття «культура» є результатом соціального, економічного і передусім саме культурного розвитку суспільства, його досягнень і надбань, а також продуктом викликів і суперечностей.

Важливо окреслити взаємозв'язок між економікою та культурою: економіка формує матеріальну базу для функціонування соціальної системи, а культура є внутрішньою її характеристикою [3]. Культура визначає сутність, якість і напрями розвитку економіки. Культура «обробляє» людину, надає можливості людині і соціуму вийти за межі суто фізіологічних і біологічних потреб, формує людську свідомість, спрямовує індивіда на розвиток його інтересів та реалізацію свого потенціалу у сфері економічної діяльності.

Перш ніж визначати роль і місце культури в економічному зростанні доцільно проаналізувати наявні теоретико-методологічні підходи до розгляду культури як соціального явища. Порівняльний аналіз осмислення культури надає змогу виявити з одного боку теоретичні основи дослідження економіки культури, а з іншого характеристики соціальної системи. Зазначимо, що таких підходів є безліч, нижче розглянемо детальніше найбільш значущі з точки зору нашого дослідження.

Традиційний підхід до розуміння культури заснований на аналізі індивідуального досвіду, знаннях, що передаються від покоління до покоління. Саме такий підхід донедавна домінував у соціальних науках. Культура визначала норми поведінки, категорії добра і зла, прийнятного і неприйнятного. Такий спосіб

передачі інформації формує ставлення до себе, соціуму, навколишнього світу, на основі цього досвіду люди можуть інтерпретувати події, що відбуваються у світі [4]. У сфері економічної діяльності культура визначає межі раціональної поведінки, баланс споживання та заощадження, мотивацію до праці, ставлення до підприємницької діяльності, отримання прибутків і сплати податків. Отже, культура виступає смисловим фільтром індивідуальної поведінки.

Антропологічний підхід до розуміння культури визначає її як спосіб життя, який ми вже маємо, та відтворення життєвого укладу. Цікавим є погляд англійського культурного критика М. Арнольда, який розглядав культуру як протипагу анархії. Культура – це прагнення до нашої довершеності шляхом пізнання, вона формує наш світогляд, акумулює знання, створює моделі поведінки, які ми механічно відтворюємо. У цьому контексті культура асоціювалась з освітою, знанням, майстерністю, а також вважалась особливим інтелектуальним продуктом і ознакою приналежності до еліти. Відповідно до цього підходу все суспільство поділяється на дві групи: невелика частина яка має культуру, і решта, яка є джерелом анархії.

Інакше кажучи, культура та анархія є протилежностями, між якими існує конфлікт інтересів. Наш світ розвивається між цими двома крайнощами, між прагненням до прибутку і доброчинністю, між практичністю і творчістю. Культура має забезпечувати рівновагу у цьому протиставленні ідеалістичних і прагматичних цінностей. Вона стає авторитетом, засобом вирішення соціальних проблем, внутрішньою силою індивіда [5]. При цьому вирішення проблеми знаходиться в площині моралі, безкорисливості, переваги соціальних інтересів над індивідуальними. Такий підхід уможливорює абстрагування від особистої вигоди, погляд на проблему з боку опонента та вирішення соціальних конфліктів інтересів на основі нових, вищих ідей. Ринок вільних ідей, що формується на основі культури, пропонує ідеалістичний, навіть злегка утопічний, погляд на розвиток суспільства.

Ця теза співзвучна ідеям засновника класичної економічної теорії А. Сміта щодо загального виграшу суспільства, зростання його добробуту, в тому числі за

умов реалізації індивідуальних економічних інтересів окремого суб'єкта, що керується прагненням до прибутку. Ідеї вільного ринку і вільної торгівлі (*laissez faire*) передбачають наявність конкуренції, відсутність штучних обмежень і монополій. В інтелектуальній формі монополіями виступають звичайна мудрість і догматизм [6]. Після усунення цих бар'єрів ідеї знову можуть вільно поширюватися, щоб знайти свою природну вартість на вільному ринку культурних цінностей. Ідеї виграшу суспільства актуальні й нині. У сучасних концепціях економічного розвитку ці ідеї втілюються у концепціях вигреш-виграш (*win-win*).

Еволюційний підхід до вивчення культури запропоновано засновником культурної антропології Е. Тайлором. У своїй роботі «Примітивна культура» він визначає її як комплекс знань і віри, моралі і права, звичок і звичаїв, які набуває людина як член суспільства. При цьому, на відміну від концепції Арнольда, всі люди «мають» культуру, тобто ці якості людини притаманні усім членам соціуму [7]. Люди набувають культуру завдяки членству в певній соціальній групі – суспільстві. Культура формує спосіб життя, обумовлює потреби індивіда, визначає його соціальну та економічну поведінку.

У межах еволюційного підходу усі суспільства розвиваються в одному напрямі, від дикунства і варварства до цивілізації. У даному контексті культура є синонімом цивілізації, що досягається на певному етапі розвитку. Кожний соціум має свою культуру, яка прогресує і розвивається, як наслідок суспільство стає об'єднаним одними цінностями. Результатом поступального розвитку культури від первісного до цивілізованого стають можливості логічного і абстрактного мислення, розвиток мовлення, законів, інституцій [8].

Технологічний і соціальний прогрес обумовлюють нові напрями руху суспільства, формують його потреби і попит на нові соціальні і культурні продукти. Невід'ємною частиною розвитку є зміна, перехід на новий якісний рівень інтересів індивіда і суспільства, їх економічних потреб. Наслідком еволюційного розвитку є розуміння культури як засобу подолання індивідуального суб'єктивізму в інтересах розвитку соціуму.

Системно-функціональний підхід до визначення культури акцентований на розвитку соціальної системи, яка формує та визначає поведінку і цінності особистості. У цьому контексті культура є символом колективної свідомості. Засновник соціологічної науки Е. Дюркгайм визначав її як мережу, що охоплює глибинні цінності, уявлення, переконання і систему символів [9]. Вона є сукупністю колективних зусиль індивідів і формує їх здатність сприймати реальність певним чином. Культурні норми утворюються на основі символів і ритуалів, що мають зміст і цінності, спільні для певної соціальної групи.

Принципово, що культура у теорії Е. Дюркгайма формується колективно та існує лише колективно, при цьому кожен індивід бере участь у створенні і формуванні культури. Отже, культура є зовнішнім середовищем людини та формує почуття солідарності, що об'єднує суспільство.

Система цінностей, що панує у суспільстві визначає траєкторію його розвитку (мілітаристську, соціально-орієнтовану, екологічну). Наявність і дієвість інституцій (повага до приватної власності, дотримання прав інтелектуальної власності, захист громадянських, економічних і соціальних прав людини), економічна діяльність, використання ресурсів знаходяться безпосередньо під впливом культури. Критерії раціональності і стимули мотивації також залежать від економіко-соціальної структури суспільства.

Логічним продовженням ідеї колективності культури є *суспільно-історичний підхід*. Перспективи дослідження культури як соціально-змістовного явища зумовлено ментальністю, яка відображує колективний світогляд людей, єдину національну спільність. Історичний підхід і феноменологія досвіду застосовуються для досліджень сутності національної ідентичності, індивідуальної і колективної, в основі якої лежить історичний досвід, пам'ять про пережите. На думку, культурологині Л. Осадчої, саме колективні відчуття пережитого історичного досвіду становлять основу ментального самоусвідомлення, ментальної єдності [10].

Зауважимо, що аналіз соціокультурних явищ, зокрема культури, на основі менталітету вимагає розуміння їх ключових характеристик, а саме поведінкових

норм та пов'язаних з ними світоглядних орієнтацій. Стандарти поведінки, форми спілкування, весь спосіб життя обумовлений попереднім історичним досвідом суспільства. Менталітет формує економічну свідомість, мотивацію до навчання і праці, визначає економічну поведінку і цінності. Історична пам'ять є базисом, підґрунтям для формування системи економічних цінностей, зокрема для визначення базових понять, а саме, що є благом, що може бути товаром, які послуги можуть продаватись, а які мають бути безкоштовними.

Важливим аспектом аналізу культури з позицій історизму є акцент на матеріальних продуктах культури, об'єктах культурної спадщини. І саме такий погляд суттєво вирізняється від вищезазначених підходів. ЮНЕСКО розглядає культуру як процес індивідуальної або колективної діяльності людини, результат фізичної або інтелектуальної праці. Як наслідок, кожна культура має певні артефакти, матеріальні та нематеріальні продукти, що є ланцюгом інституціоналізації пам'яті [11].

Водночас слід наголосити, що сама людина також є продуктом розвитку культури, каналом передачі традицій, спадщини. Культурні блага, які створює людина, мають символічний сенс, є продуктом інтелектуальної власності та становлять основу креативної економіки, економічної діяльності у сфері створення, розповсюдження та споживання культурного контенту. Ця галузь динамічно розвивається і є складовою стратегії державного економічного розвитку, джерелом робочих місць та прибутку для творчих людей, митців.

Разом з тим не можна ігнорувати той факт, що культура є основною детермінантою поведінки людей. У межах *есенціального* підходу культура визначається за допомогою фізичних атрибутів, зокрема території, держави, мови, релігії, спільних традицій. Есенціалізм припускає рівномірну проекцію культури на всіх членів соціуму, а також наявність відмінностей однієї культури від іншої [12].

Логіку есенціального підходу можна представити на прикладі проекції культурних цінностей на етнічну складову суспільства:

- поширення культурних цінностей на всіх членів групи, суспільства, наприклад всі українці – щирі, працьовиті;
- перенесення цінностей групи на окремого її члена – він щирий, працьовитий, тому що він українець;
- визнання однорідності колективу – ми українці, вони українці;
- вимоги і очікування дотримання цінностей, а у випадку недотримання цінностей, невиконання зобов'язань виникатиме сумнів щодо належності до групи: він насправді не українець, тому що він не щирий, не працьовитий.

Звичайно, контраргументом в цих дискусіях щодо взаємодії культурного та етнічного виступає теза про те, що есенціальний підхід яскраво демонструє ототожнення культури з територіальною належністю країни і сприяє формуванню стереотипів щодо окремих націй, етносів. Дана особливість цього підходу до розуміння соціальної сутності культури водночас є його недоліком, оскільки не всі національні колективи є гомогенними і репрезентативними.

Неоесенціалізм долає обмеженості есенціального підходу і розглядає культуру як соціальну силу, яка проявляється там, де вона є значною. Культура вважається складною системою, що має розмиті межі та може стосуватися будь-якого типу або розміру групи, може змінюватися, змішуватися, перетинатися з іншими групами незалежно від національних кордонів [13]. Водночас це ускладнює розуміння культури.

Окремі нації (есенціалізм), а іноді окремі регіони (неоесенціалізм) мають різні економічні погляди щодо економічної політики держави, сприйняття економічної лібералізації або авторитарного державного контролю. Проекція економічних поглядів на всіх членів соціуму є своєрідним рівнем довіри до державних інституцій, органів державної влади, економічної і соціальної політики, а також відображує рівень підтримки популістських заяв та рішень і їх економічних наслідків.

Дискусії щодо переваг есенціалізму і неоесенціалізму є кроком до *космополітизму*, що характеризує відкритість і рівність, взаємоповагу і готовність до розуміння інших культур. За умов розвитку космополітизму може створитись

єдиний глобальний соціум, в якому існуватимуть різні культурні групи на правах рівності. Проте, в реальності існує низька соціальних і економічних обмежень щодо забезпечення рівності культур в межах цієї ліберальної концепції, оскільки деякі культури мають більше економічних ресурсів і політичних сил впливу або є більш популярними.

Культура як соціальне явище зазнає змін, залежно від темпів розвитку суспільства. Технологічні зміни, що відбуваються у світі, пришвидшують темп нашого життя, змінюють пріоритети, формують нові потреби. Культура відображує всі ці зміни. У контексті космополітизму слід зазначити, що ідеї, цінності, культурні товари і навіть моделі поведінки поширюються з однієї культури в іншу.

Переважає більшість інновацій у соціальній сфері є результатом «культурної дифузії», тобто проникнення елементів однієї культури в іншу, запозичення з інших культур. Економічним підґрунтям запозичень є економія зусиль, оскільки значно легше впровадити або запозичити існуючий винахід чи відкриття, ніж винайти його знову. Існує певний набір умов, за яких культурні інновації поширюються, зокрема результативність, перевага для відносно великої кількості людей, легкість розуміння, сприйняття, впровадження, сумісність з цінностями наявної культурної моделі [14]. При цьому різні сфери демонструють різні швидкості впровадження нових культурних ідей. Технологічні інновації впроваджуються швидше, легше і схвально сприймаються суспільством. Натомість культурні інновації, зміни в системі цінностей не мають такої бази швидких доказів, для їх сприйняття суспільству потрібно значно більше часу і зусиль.

Соціально-динамічний підхід. Протягом життя і культура індивіда, і культура суспільства не залишаються статичними. Культура як соціальне явище зазнає змін, їй притаманна динаміка. Культурна ідентичність формується всередині індивіда, впливає на взаємодію між людьми в суспільстві. Ідентичність має зовнішні прояви (мистецтво, традиції), і невидимий внутрішній простір, який становлять погляди, переконання, цінності і моделі поведінки, думки, почуття, які поділяють групи людей у суспільстві.

Важливим елементом є те, що культура ширша, ніж етнічна або расова приналежність. Визначальними чинниками для формування культури особистості стають гендерна приналежність, місце проживання, соціальний статус, релігія, рівень доходів. Як наслідок, індивід є складною композицією багатьох культурних впливів, його неможливо визначити за допомогою лише одного атрибуту. Соціальні зміни в житті людини змінюють культурні контексти, створюють можливість для змін цінностей, почуттів, поведінки.

Політико-інституційний підхід дає змогу інтерпретувати культуру як детермінанту політичних систем та інститутів на міжнародному рівні. Культурні фактори істотно впливають на економічний розвиток, політичну демократизацію і соціальний розвиток суспільства. При цьому вони є залежною змінною та інколи гальмують розвиток або перешкоджають йому [15].

В епоху постмодернізму основне джерело конфліктів, на думку автора теорії про зіткнення цивілізацій С. Гантінгтона, переходить з ідеологічної і економічної площини у культурну сферу. Саме культура обумовлюватиме основні фундаментальні розбіжності у суспільствах та, водночас, ставатиме джерелом суперечностей. Відмінності в цінностях, поглядах на межі особистого, розумінні балансу індивідуального-колективного, приватного-суспільного існуватимуть весь час. Тому суспільство має знаходити розуміння та формувати соціальний діалог у питаннях культурних відмінностей.

Донедавна дуже популярною була ідея політолога Ф. Фукуями про загальне панування ліберально-демократичних цінностей у посткомуністичних суспільствах. Проте, у процесі глобалізації та модернізації політичних систем відбулись зміни і у демократичних процесах. Наразі економічні та імміграційні проблеми створюють внутрішню напруженість у демократичних державах та готують простір для популізму, особливо в економічній сфері. Це становить суттєву загрозу для цінностей сучасного демократичного світу.

Вищенаведені підходи до визначення культури досить детально відображують світоглядну та аксіологічну функції культури (рис.1.1). Водночас ґрунтовне

дослідження культури потребує аналізу психологічної, соціальної та нормативної функцій.



Рис. 1.1. Функції культури

Джерело: складено автором.

Нормативна, соціальна та психологічна функції культури можуть бути продемонстровані на прикладі осмислення культури через управлінський, соціологічний, психологічний та економічний підходи.

Управлінський, корпоративний підхід. Економістка О. Андросова досліджує особливості національної культури населення України, виокремлює структуру і функції менталітету, спираючись на структурно-функціональний аналіз [16]. Національний менталітет є важливим чинником, який виступає засадничою категорією у формуванні культури, він має власні історичні аспекти та філософську традицію. Спорідненими рисами ментальності та культури є такі функціональні поняття як світогляд, світосприйняття, світорозуміння.

Важко не погодитись з вітчизняним економістом В. Гевком, який розглядає культуру на мікрорівні як унікальне управлінське та соціально-психологічне явище, що поряд з економічними можливостями є умовою досягнення конкурентоспроможності підприємства. Культура формується в результаті

комунікацій на рівні особистостей та управління з метою розробки та координації зусиль щодо успішної діяльності підприємства та вирішення поточних проблем. Культура оформлюється у корпоративні цінності, кодекс поведінки, способи взаємодії тощо. Отже, ключовою умовою формування культури є колективна діяльність людей та їх комунікація для досягнення спільної мети [17].

Соціологічний підхід. Український вчений, філософ О. Дзьобань розглядає культуру як елемент суспільної комунікації, що включає знання індивіда про себе і світ, усвідомлення власної ідентичності, вміння будувати діалог з представниками інших культур та усвідомлену рефлексію щодо напрямів розвитку суспільства [18].

Соціологиня В. Приходько визначає економічну культуру «...як спосіб мислення і стиль поведінки, складовими яких є ініціативність, пошук нетрадиційних рішень, ризик та ділова активність». Ці характеристики «формують мотиви господарської діяльності людей, узагальнюють нагромаджений суспільством економічний досвід, а також забезпечують оновлення економіки та створення інноваційної сфери» [19].

Психологічний підхід. Вітчизняні науковці В. Москаленко, І. Білоконь, Н. Дембицька та І. Зубіашвілі вивчають економічну культуру молоді з позицій психології. Економічні цінності, які формують стан «людини економічної» є основою економічної культури кожного суспільства. «Від цінностей особистості напряду залежать особливості її економічної соціалізованості, наприклад, те, якому стилю господарської діяльності (активному чи пасивному, конструктивному чи деструктивному) віддаватиме перевагу підростаюче покоління, якими будуть його орієнтації у сфері економічних досягнень (прагнення індивідуального чи колективного успіху)» [20].

Економічний підхід. Українська вчена З. Галушка розглядає культуру як підґрунтя для розвитку соціального капіталу, який у вигляді формальних і неформальних норм та цінностей, слугує засобом регулювання відносин у суспільстві. Соціальні норми виступають основою соціального капіталу, формуються на основі історичного та культурного досвіду, змінюються внаслідок дії технологічних, економічних та політичних чинників [21].

Цікавими є ідеї професорки А. Кудінової, яка розглядає культуру через призму інкорпорованого культурного капіталу: «мова, вміння та навички, культурні здібності, практичні знання, якими володіє певна особа, тобто довготривалі засвоєні диспозиції розуму та тіла». При цьому процес засвоєння культури потребує зусиль та витрат часу самого індивіда. Культурний капітал має свої особливості, зокрема він залежить від початкових умов свого набуття, розвивається протягом всього життя, його не можна накопичити. Культурний капітал через поведінку людей впливає на економічні процеси, а також є яскравим маркером відмінностей однієї спільноти від іншої. Різноманіття культурних особливостей та традицій обумовлюють культурні відмінності націй, які проявляються у цілях соціально-економічного розвитку та засобах його досягнення [22].

Вітчизняні науковці В. Кондрашова-Діденко та Л. Діденко визначають культуру як «цінності, переконання та установки, які мають сприяти розвитку людини, народу і країни через удосконалення сфер та секторів суспільного виробництва». Цінностями можуть бути матеріальні та нематеріальні блага, на яких індивід фокусується у процесі своєї діяльності і те, чого прагне досягти. Цінності формують переконання та є стимулом поведінки, а культура служить орієнтиром морального вибору людини між добром і злом, справедливим та несправедливим, чесним і нечесним. Процеси мислення, свідомості та духовності є складовими економічної культури. Сучасний етап розвитку країни автори характеризують як кризовий, оскільки головною цінністю суспільства є матеріальні блага та споживання. Відбувається ще більша деградація культури та цінностей, шляхи виходу з якої може бути знайдено саме у культурі [23].

Принагідно слід зауважити, що осмислення культури через управлінський, соціологічний, психологічний та економічний підходи не є взаємовиключними, більше того, воно доповнює антропологічний, еволюційний та інший підходи, які було розглянуто раніше. Суспільство та економічна діяльність є складними системами, тому потребують комбінації вищезазначених підходів, щоб краще зрозуміти культурні явища.

Доречно наголошує український вчений, філософ, громадсько-політичний діяч М. Ожеван, що «справжня культура багато в чому зводиться до свідомих самообмежень, а самоорганізація та самообмеження в інтересах самовиживання характеризують притаманний конкретному суспільству рівень культури як певної історично визначеної цілісності». При цьому культура може набувати будь-яких форм, але за змістом вона завжди є національною [24]. Нерозуміння цього факту призводить до того, що населення не усвідомлює та не цінує власну культуру, натомість легко засвоює чужу культуру.

Культура може розглядатись як «м'яка сила», що має потужний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, екологію та міжнародну політику. У цьому контексті доречною є підтримка культурних і креативних індустрій та залучення їх до соціально-культурного розвитку. Важливо зауважити щодо недоречності використання терміну та ідеї «популяризації» культури, попри те, що термін часто зустрічається у програмних документах. Це може призводити лише до спрощення культурних ідей та не сприяє розумінню складних та багатозначних феноменів, «не мотивує розуміти культуру як суб'єкт діяльності, здатний до розвитку і самовідтворення, спроможний впливати на суспільство формулюванням складних викликів і відповідати на них, а на економіку – залученням інновацій та інвестицій» [25].

Вчений, економіст В. Кириленко зазначає, що моделі економічної поведінки індивідів відображають історично сформований спосіб організації господарської діяльності, набувають інституційно-організаційних форм прояву, закріплюються в правових нормах, культурі, ідеології [26]. У межах цього підходу особливого значення набуває культура економіки, зокрема формування позитивного ставлення та поваги до законів, органів державної влади, суспільства, адекватні (не популістські) очікування від державної економічної політики. Економічна і політична культура є важливим маркером економічного здоров'я суспільства, оскільки політичне лідерство і культурні цінності безпосередньо відображуються на результатах економічної діяльності держави.

Вчений, економіст А. Колот наголошує, що соціальний діалог є невід’ємною частиною економічного зростання та розвитку, соціалізація суспільних відносин має супроводжувати економічні досягнення та враховувати інтереси більшості економічно активного населення [27]. Погляд на вирішення економічних проблем з позицій культури обумовлює ціннісний, етичний підхід розвитку суспільства та держави.

Підсумовуючи підходи до розуміння ролі та місця культури бачимо відмінності у смисловому значенні, а також чіткій зв’язок з економічною діяльністю (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Культура в економічному та соціальному контексті

	Підхід	Смислове значення культури	Контекст
1.	Традиційний	знання, що передаються від покоління до покоління	норми соціальної поведінки, добро – зло
2.	Антропологічний	освіта, знання, майстерність, особливий інтелектуальний продукт, ознака приналежності до еліти	суперечності між прибутком і доброчинністю, практичністю та творчістю
3.	Еволюційний	синонім цивілізації, комплекс моралі і права, звичок і звичаїв, які набуває людина як член суспільства	розвиток інститутів, законів, інституцій
4.	Системно-функціональний	символ колективної свідомості, формується колективно та існує лише колективно	соціальна система, яка формує почуття солідарності, що об’єднує суспільство
5.	Суспільно-історичний	ментальність, історичний досвід, пам’ять про пережите	матеріальні продукти культури, об’єкти культурної спадщини
6.	Есенціальний	територія, держава, мова, релігія, традиції	рівномірна проекція цінностей на всіх членів соціуму
7.	Соціально динамічний	змінюється з часом, ширша ніж етнічна або расова приналежність	соціальні зміни змінюють і культурні контексти
8.	Політико-інституційний	детермінанта політичних систем та інституцій на міжнародному рівні	ліберально-демократичні цінності, «м’яка сила»
9.	Економічний	формальні і неформальні норми та цінності, засіб регулювання відносин у суспільстві	соціальний, культурний капітал, якій не можна накопичити, а потрібно безперервно розвивати

Джерело: складено автором на основі [4-12, 15-26].

Узагальнення характеристик культури дозволяє нам сформулювати фундаментальний рівень розуміння цієї категорії на макро та мікрорівні, з використанням таких характеристик як національність, мова, релігія, освіта, економічна система та соціальний устрій суспільства. Усе зазначене формує наш світогляд, мають безпосередній вплив на наше повсякденне життя, і можуть відрізнятися у різних суспільствах. Ці фактори є своєрідними «ресурсами» [28], якими індивіди користуються для осмислення та взаємодії з новими культурними середовищами. Багатогранність поняття культури і велика кількість різних культур обумовлюють чималу різноманітність культурних ресурсів. А результатом культурної діяльності є певний продукт, так звані культурні артефакти, література і мистецтво.

Мікрорівень – самоідентифікація (символи, мова), яка проявляється через аксіологічну функцію (на рівні економічних цінностей суспільства), має поведінковий (шаблони поведінки) та символічний (знаки, символи, традиції) виміри. На цьому рівні проявляються індивідуальні переконання, психологічні аспекти, мотивація до навчання, праці, прийняття рішень. При цьому цінності та переконання набувають свого значення лише тоді, коли стають невід’ємною частиною ідентичності.

Мораль і стандарти поведінки визначаються соціальним фактором (на макро і мікро рівнях), об’єктивними особливостями суспільства, такими як соціальна організація, її структура та динаміка розвитку. Цінності та переконання є відповіддю на соціальні структурні форми і потреби суспільства.

Важливим аспектом розуміння культури є інтерпретація, оскільки культура не тільки впливає на поведінку індивіда, але й визначає інтерпретацію поведінки інших індивідів [29]. Деякі аспекти культури мають зовнішні фізичні атрибути, їх значення невидиме, їхній культурний сенс залежить від інтерпретації. Один той самий жест, наприклад, кивання головою або піднятий великий та вказівний палець може сприйматись по-різному в різних культурах. Важливо зауважити, що культура є надбудовою, надбанням особистості, вона не є частиною біологічної людської природи. Людина психологічно має здатність відчувати різну палітру емоцій –

радість, сум, любов, ненависть, страх, гнів. При цьому, як виражати ці почуття, що з ними робити – залежить від культури суспільства.

Індивід у соціумі виконує різні соціальні ролі, які мають свої атрибути та цінності. Людина належить до ряду різних груп і категорій людей одночасно, і має у собі кілька різних рівнів відповідальності, що відповідають різним рівням культури [30]. Наприклад:

- національний рівень, що визначається країною проживання (у індивідів, що мешкають за межами своєї батьківщини, цей код доповнюється культурою країни проживання);
- регіональний, етнічний, мовний рівень (велика кількість країн складаються з культурно різних регіонів і мовних груп);
- релігійний (конфесійний) рівень;
- гендерний рівень;
- рівень покоління, який відокремлює бабусь і дідусь від батьків, онуків;
- рольовий – батько, син / донька, вчитель / студент;
- соціальний – економічний, корпоративний рівень, рід занять людини, сфера праці.

Таким чином, індивід є одночасно членом кількох різних культурних груп за багатьма різними критеріями: наприклад, має родину, належить до етнічної або релігійної групи, проживає в географічному регіоні з певним рівнем економічного розвитку. При цьому індивіди мають різні соціальні і політичні інтереси, можуть бути членами різних партій, громадських організацій.

Оскільки культура частково походить від соціального досвіду, кожна з цих інституцій і груп має свій ракурс культури. Такий аналіз значно ускладнює процес визначення компонентів культури [31]. Для відображення всієї складності сучасних культур застосовують поняття «субкультури».

Культура та її складові «субкультури» є водночас як індивідуальною конструкцією, так і соціальним конструктом. Індивідуальні відмінності в культурі можна спостерігати серед людей в тій мірі, в якій вони беруть участь у відносинах, цінностях, переконаннях і поведінці. Якщо людина діє відповідно до цих

соціальних цінностей або поведінки, тоді вона приймає, поділяє цю культуру [32]. Безперечно, всі члени суспільства мають дотримуватись норм суспільної поведінки та культурних цінностей, але ці норми можуть мати різні ступені актуальності для різних людей або формувати субкультури.

Маємо зазначити, що культура розвивається не тільки у відкритому, демократичному суспільстві. Яскравим прикладом розвитку субкультур у закритих системах є контркультура шістдесятих років XX століття в Східній Європі внаслідок послаблення ідеології колективізму (тоталітаризму на теренах України). Шістдесятники протиставляли себе догмі тоталітаризму, мали пріоритет індивідуальних цінностей над колективними, цінували свободу творчості та самовираження, сприяли новому витку розвитку економічної свободи. Окремо слід зазначити, що контркультура шістдесятих сприяла розвитку національно-демократичних революцій у Східній Європі в кінці 70-80-х років XX століття. Декомунізація, демократичні зміни відмова від тоталітарної ідеології сприяла економічному зростанню та соціальному розвитку країн [33].

Декомунізація має пряму кореляцію з економічним розвитком, зокрема, що меншою є присутність комуністичної символіки, то вищий рівень самозайнятості населення, мобільності. Культура суспільства відображує відповідні цінності, які сприяють розвитку суспільства або гальмують його – патерналізм, покору, небажання вирішувати самостійно і брати відповідальність, сприйняття влади як непідконтрольної суспільству, правоохоронних органів як каральних [34].

Маємо усвідомити, що Україна має обрати нові цінності на заміну тоталітарних, комуністичним. Вони мають стати основою національної ідентичності та перейти з площини суспільних конфліктів у сучасні загальноприйняті наративи. Ці нові моделі суспільних відносин з дотримання прав людини, поваги до громадянина, приватної власності, вільного політичного вибору мають стати ідеологічної та ціннісною основою майбутнього українського суспільства.

Підсумовуючи результати порівняльного аналізу підходів до розуміння поняття «культура» сформуємо таке узагальнення: методологічний концепт

культури є найбільш стійким і змістовно продуктивним за умов поєднання філософського (фактор впливу на соціальні процеси), соціологічного (культура особистості та настрої суспільства), економічного (матеріальні продукти культури, об'єкти культурної спадщини) та ціннісного дискурсу.

Культура реалізується саме в матеріальному світі, процес її еволюції визначається ідеями та знаходить своє вираження у реальних продуктах. Процес матеріалізації культурних ідей відповідає типовим економічним процесам виробництва та споживання, має свої витрати і прибуток. Проте, подекуди важко чітко розрізнити суто економічну складову культурного продукту, складно відділити виробничу сферу культури від ідеології, адже культурні образи, артефакти і, навіть, почуття стали невід'ємною частиною економічного світу. Між матеріальними проявами культури та нематеріальними її характеристиками існує тісний взаємозв'язок. Матеріальна культура є продуктом нашої нематеріальної культури, людина передає свої знання, емоції, застереження через свою економічну, соціальну діяльність, творчість. У свою чергу, ці матеріальні продукти представляють нематеріальні – потреби, цінності, переконання. Важливим аспектом є те, що культурні продукти є одним з інструментів соціального впливу на індивіда або суспільства, від простого інформування до глибокого психологічного і емоційного впливу на людину. При цьому культурний вплив може бути позитивним і негативним, конструктивним і деструктивним, соціально-орієнтованим або пропагандистським, популістським.

Отже, ми розглядаємо культуру як набір правил поведінки, цінностей та світогляду, що формують життя суспільства та визначають напрями його розвитку (*авторське*). Культура, по-перше, окреслює певні дозволені або заборонені моделі поведінки, і відповідно впорядковує взаємодію. По-друге, культурні правила можуть виникати спонтанно або встановлюватись офіційно за допомогою нормативно-правових актів. По-третє, культура реалізується в індивідуальних переконаннях, які закріплюються усвідомлено та набувають форм звичної поведінки.

Фактор колективності має надзвичайну вагу, оскільки саме колективна соціальна взаємодія є джерелом розвитку культури. Культура привносить у взаємодію суспільства системність. Такий підхід дає можливість розглядати культуру як основу для розуміння соціально-економічних процесів.

Оскільки суспільні цінності формують вектор розвитку суспільства, держави, їх економічний добробут, потрібно формувати ціннісні орієнтири, що стануть підґрунтям ефективного розвитку. Ціннісними орієнтирами сучасного ефективного суспільства має бути вектор рівності прав і свобод індивіда, демократії, економічного розвитку та соціальної зрілості (відповідальність, громадянське суспільство).

Важливо акцентувати увагу на тому, що культура як соціальне явище може мати два виміри:

- змістовий – цінності, формулювання ідентичності, колективного досвіду, національної пам'яті, дотримання прав людини, повага до різноманітності;
- практичний – асортимент культурних продуктів та рівень доступу громад до культурних закладів.

Комплексне дослідження впливу культури на процеси розвитку суспільства та економічне зростання обумовлює необхідність розгляду обох вимірів.

Дослідження загальних проблем ролі і місця культури в економічній діяльності приводить автора до висновку, що культуру в економічній сфері можна розглядати як систему економічного мислення, участь індивідів і соціальних груп в економічній діяльності. Результатом є прибутковість господарської діяльності, ефективність та моральність економічної поведінки, котрі можуть свідчити про високий рівень культури економіки. Саме спосіб взаємозв'язку економічного та морального мислення виступає регулятором економічної поведінки.

Критично важливою культура стає в умовах нестабільної держави, слабкості державних інституцій. Під нестабільною державою ми маємо на увазі неефективну державу, в якій немає поваги до закону, залежна і несправедлива судова система, слабка інфраструктура та система соціального обслуговування. Це є

протилежністю стану «добре керована держава» (well-governed polity), яку описує Ф.Фукуяма [35].

Сьогодні до цих факторів додається факт широкомасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України. В умовах війни посилюється загроза існуванню держави, функціонуванню інституцій, перешкода для виконання державою життєво важливих функцій для значної частини населення. Суспільство в таких надзвичайно складних умовах намагається віднайти свою модель виживання, відбувається трансформація всієї економічної та соціальної системи в нову життєздатну модель.

Культура набуває форми соціальної системи, котра має сильний нормативний сенс. Вона дає змогу спробувати оцінити поведінку та цінності індивіда і суспільства щодо їх функціональності чи дисфункціональності. Очевидним стає, що українське суспільство відстоює не тільки власну територіальну цілісність, суспільний порядок та безпеку громадян але й цінності, культуру, мову, історичну пам'ять. У таких умовах саме ціннісний орієнтир розвитку може стати запорукою сталого розвитку.

1.2. Концептуальні засади дослідження культури в соціально-економічній системі

Дослідження ролі і місця культури в системі розвитку суспільства безпосередньо пов'язане із дослідженням соціально-економічних систем. Соціальна система складається з дій окремих індивідів, які об'єднані колективними цілями та взаємодіють у межах розподілених ролей. Автор теорії соціальних систем Т. Парсонс визначив соціальну систему як організацію соціальних взаємодій на основі спільних норм і цінностей [36]. Вона може бути дієздатною та ефективною, якщо в ній існує культура, і всі члени розділяють спільні цінності.

Такий підхід на наш погляд доречно доповнює тріаду факторів сталого розвитку: економічної, соціальної та екологічної складових. Система соціальної взаємодії потребує культури та ціннісних орієнтирів, які є основою взаємодії індивідів та базисом для розквіту суспільства. Такий підхід міститься у новій

інституційній економіці, де визначається роль культури в економічному зростанні, об'єктом досліджень виступають соціальні норми і правила (інститути), що лежать в основі економічної діяльності.

Термін культура використовується для позначення поведінки та цінностей груп на різних рівнях соціальної структури: націй (в економіці та політології), організацій (в управлінні та соціології) та етнічних груп (в антропології). Соціальна функція культури проявляється в тому, щоб сформувати норми поведінки у індивіда та визначити межі прийнятного. Культура та виховання створюють шаблони поведінки, з якими індивід буде відстоювати свої інтереси та вирішувати конфліктні ситуації.

Сутність міжкультурних досліджень полягає в тому, щоб виділити соціальні норми, які створюють основу соціальної організації держави, та визначають її розвиток. Універсальними категоріями культури є неформальні правила, які лежать в основі будь якої суспільної організації, і становлять базис соціальних відносин. Ключовими питаннями існування та розвитку спільноти є задоволення біологічних потреб індивіда, побудова стосунків між двома різними статями, взаємодія з особами різного віку та різних фізичних та інших можливостей [37].

Кожне суспільство у процесі свого функціонування стикається з необхідністю розробити правила міжгрупової взаємодії (ієрархія – рівність), відповідальності (індивідуальні зусилля – солідарність), планування (акцент на теперішньому – орієнтація на майбутнє), правил поведінки (добро і зло) та системи покарань за порушення. Ці компоненти стали основою сучасних міжкультурних досліджень.

Намагання зрозуміти та спрогнозувати людську поведінку спочатку ґрунтувалось на біологічних відмінностях, пізніше додалися економічні та культурні пояснення. Культура та ціннісні норми, засвоєні в дитинстві, є основою поведінки та переконань індивіда. Соціалізація та освіта закріплюють культурні коди та впливають на нашу поведінку.

Усвідомлюючи відмінності у поведінці, мотивах та сприйнятті світу між представниками різних культур перед науковцями постає питання категоризації культур, за якими ознаками оцінювати спільні риси, як упорядкувати подібності.

Важливим є й питання кількості ознак. Багатогранність та широта поняття культура унеможливорює однобічний підхід до категоризації національних культур.

Національна культура (у сфері міжкультурних досліджень) визначається через категорію цінностей групи осіб (нації), котрі мешкають на території однієї країни. Ці цінності визначають спосіб життя та колективної взаємодії, а також формують очікування щодо поведінки інших осіб. Сукупність цінностей формує культурний портрет суспільства. Відмінності у цінностях між країнами розглядають як культурні відмінності. Національна культура – групове явище, котре найкраще аналізувати порівнянням [38].

Сучасні дослідження у сфері суспільних наук із застосуванням міжкультурного аналізу базуються на концепціях Е. Гола, Г. Гофстеда, які вважаються піонерами у цій галузі. Кількісний аналіз крос-культурних досліджень дає змогу виявити відмінності та особливості у національних культурах у таких сферах як управління (егалітарне – ієрархічне), ухвалення рішень (консенсусне – згори-вниз), довіра (орієнтована на завдання або на стосунки), планування (лінійне – гнучке) і спілкування (низький контекст – високий). Стислі характеристики концепцій наведено нижче (табл. 1.2).

Кожна концепція має свої відмінності та пропонує унікальний погляд на національні культури. Наявність вимірів дає змогу порівнювати культури між собою для розуміння особливостей взаємодії індивідів та менталітету суспільства. Розглянемо концепції детальніше.

Концепція Е. Гола (E. Hall) базується на відмінностях у контексті, сприйнятті часу та простору у міжособистісному спілкуванні. Під контекстом мається на увазі комунікативна ситуація, іншими словами рамка, яка оточує подію та сприяє її правильній інтерпретації. Певною мірою це так звані неписані правила. Е. Гол виділяє культури високого та низького контексту (high context and low context cultures) в залежності від того як контекст впливає чи не впливає на структурування дій та побудову стосунків у спільноті.

Таблиця 1.2

Категоризація концепцій крос-культурних досліджень

	Автор, рік	Виміри	Фокус досліджень
1.	Е. Гол 1960-1970 рр.	3 категорії: контекст (високий / низький), час, простір	міжособистісні стосунки, спілкування, структурування дій
2.	Культурна модель Р. Льюїса 1990-ті	3 виміри: високоорганізовані планувальники (лінійно-активні), орієнтовані на взаємозв'язки (багатоактивні); орієнтовані на повагу слухачі (реагуючі)	поведінкові категорії без урахування національності, релігії
3.	Г. Гофстеде	6 показників: владність, схильність уникати невизначеності, індиві- дуалізм, маскулінізм, довгостро- кова орієнтація, гедонізм	сила соціальної взаємодії (рівність / ієрархія), пріо- ритет індивіда або групи, ставлення до неперед- бачуваності.
4.	модель GLOBE	9 показників + кластери країн орієнтація на результативність, асертивність, орієнтація на май- бутнє, гуманізм, інституційний колективізм, внутрігруповий колек- тивізм, гендерний егалітаризм, влад- ність, уникнення невизначеності.	концепції часу та дискурсу, побудова довіри та мотивації
5.	М. Гельфанд	суворість (жорсткість, однознач- ність) або вільність (вседозволеність, недбалість, розхлябаність) (в оригіналі tightness-looseness)	сила соціальних норм у дотриманні правил та покарання за девіантну поведінку
6.	Теорія цінностей Ш. Шварца	10 індивідуальних цінностей самоконтроль, гедонізм, досягнення, владність, безпека, самовизначення, традиції, доброзичливе ставлення до оточуючих, універсалізм	лідерство засноване на цінностях (розділ 1.3)
7.	Р. Інглегарт, К. Вельцель на основі даних Огляд цінностей світу (WVS)	динаміка культурних цінностей від пріоритету екзистенційної безпеки (матеріалістичних цінностей) до пріоритету свободи вираження (постматеріалістичних цінностей).	зміна цінностей суспільства в динаміці (розділ 1.3.)

Джерело: складено автором.

Культури високого контексту використовують більше невербальних комунікаційних жестів та закладають більше прихованого сенсу в повідомленнях. Емоційні, душевні, щирі, щедрі на обіцянки, з вільним ставленням до планів,

строків. Суспільства орієнтовані на родину, високо цінують міжособистісні стосунки, а члени групи є дуже згуртованою спільнотою. За рахунок близьких стосунків і спільних цінностей комунікація спрощується, і багато чого розуміється з контексту, ситуації.

Особливості культур мають доволі велике значення у сфері економічної політики, в соціальному розвитку та в економічному зростанні. Оскільки суспільства високого контексту орієнтуються на родину, то цей принцип використовується і при побудові соціальних зв'язків, довіряють більше «своїм», їх висувають на керівні посади та обирають у якості бізнес-партнерів. А це, у свою чергу, створює підвалини для корупції [39].

Висококонтекстні культури в силу своєї колективності мають більшу прихильність до ідей держави загального добробуту. Державна допомога, соціальний захист є дуже популярними та сприймаються як форма підтримки «своїх» на рівні країни. Ці ідеї мають глибокий відклик у населення та політичних еліт.

Культури низького контексту більш індивідуалістичні, дотримуються процедур та правил, надають перевагу простому чіткому стилю спілкування. Зміст повідомлень більше залежить від того що сказано, а не від інтерпретації прихованих значень.

Справедливо зазначимо, що модель культур низького й високого контексту Е. Гола попри популярність у сфері міжкультурної взаємодії має критиків. Зауваження у першу чергу стосуються ступеня, до якого контекст увійшов у теорію міжкультурної комунікації, а також емпіричного підтвердження контекстного використання [40]. Попри зауваження критиків, науковці у суспільних науках продовжують вивчати та використовувати цю теорію міжкультурних комунікацій.

Зробимо ще одне зауваження, яке безпосередньо стосується усіх концепцій міжкультурних досліджень. Категорії контекстних культур не є абсолютними, вони враховують багато аспектів, можуть мати регіональні особливості в межах однієї країни. Проте, концепція відображує національні особливості та зручна для використання у порівнянні з іншими країнами.

процедури для ухвалення рішень, при цьому використовувати зв'язки для вирішення питань за допомогою подарунків і гостинності неприйнятно.

Мультиактивні суспільства надають великого значення стосункам та орієнтації на людей, спілкування. Їм притаманна емоційність, балакучість, багато справ одночасно, планування без графіка, важливість особистих контактів. Запримітимо, що ці країни географічно розрізнені, мають різні релігії, переконання та цінності. Об'єднує їх те, що домінує орієнтація на стосунки, зв'язки, неофіційні та неформальні усні домовленості. Багатозадачність, несприйняття планування, активність у спілкуванні та діалозі. У цих культурах є розуміння та прийняття необхідної соціальної або корпоративної ієрархії, водночас немає належної поваги до влади. Існує потреба в авторитаризмі, «сильні руки», керівнику, який візьме на себе відповідальність та захистить.

Важливо зауважити, що у моделі Р.Льюїса не визначена Україна. Водночас ми погоджуємось з вченими та дослідниками, які на основі знань міжкультурної взаємодії, особливостей української культури, історії та національного ландшафту, відносять Україну до поміркованих мультиактивних суспільств, що мають ознаки лінійно-активних. Графічно (рис.1.2) Україну розглядають у групі країн Росія, Словаччина, Хорватія, Франція, Польща, Угорщина, Литва [43].

Концепції часу та спілкування є нелінійними, звичайним явищем є зміна планів, непунктуальність, зволікання. Суспільства емоційні, товариські та орієнтовані на сім'ю, цінують співчуття. Часто порушують закони, обходять офіційні правила, дарують подарунки щоб вирішити питання.

Культури, що реагують або слухають – культури, які віддають перевагу ввічливості й повазі, дослухаються до своїх співрозмовників і уважно реагують на пропозиції іншої сторони. Це азійські країни, які мають особливий етикет у спілкуванні, висловлюванні думок та мовчанні. Учасники спільноти намагаються уникати конфронтації та суперечок.

«Визначення національних особливостей – це мінне поле неточної оцінки та дивовижного винятку. Проте існує таке поняття, як національна норма», – стверджує Р. Льюїс [44]. Категоризація національних норм несуттєво змінюється з

часом, поведінка індивідів послідовно формується під впливом традицій та соціально-політичних тенденцій. Навіть у країнах, де відбуваються кардинальні політичні та економічні зміни, погляди та переконання залишаються глибоко вкорінені у свідомість та будуть протистояти зміні цінностей в умовах реформ.

Культурні особливості країн, зокрема довіра до інституцій, повага до формальних правил, законів безпосередньо впливають на ефективність державного управління [45, [46]. Отже, для того, щоб використовувати успішний досвід реформ інших країн потрібно враховувати культурні корені національної поведінки, ментальні тонкощі, які надіють можливість передбачити успіх у впровадженні реформ або провал проекту. Культурні норми успішного управління можуть бути привнесені в окремий колектив за умов, якщо всі учасники спільноти дійдуть згоди дотримуватись нових правил.

Соціальний психолог, засновник кількісних міжкультурних досліджень *Г. Гофстеде* застосовував ідеї відмінності культур за високим та низьким контекстом для власної концепції колективізму та індивідуалізму. Відомою та масштабною спробою кількісної оцінки національних культур стали його роботи, які проводились на основі опитування цінностей співробітників компанії IBM у 1967-1973 роках. В основу перших досліджень Г. Гофстеде ввійшли 4 категорії для визначення особливостей поведінки: залежність від начальства, потреба в правилах і передбачуваності, баланс між особистими та колективними інтересами, баланс між его цінностями (гроші, кар'єра) та соціальними цінностями (співпраця, комфорт).

Слід зауважити, що індивідуальні та колективні цінності можуть відрізнятись. Індивідуальні цінності, як правило, проявляються в малих групах, на рівні невеликого колективу, зі збільшенням розміру групи відбувається домінування колективних цінностей. У суспільстві, на рівні національних культур, найяскравіше проявляються саме колективні цінності. Жодна національна культура не є цілковито гомогенною, у багатьох культурах індивідуальні прояви цінностей можуть дещо відрізнятись від національних особливостей. Проте, в

цілому, саме у великих групах людей проявляються особливості національної культури.

Наступні дослідження Г. Гофстеде проводив разом з Г.Я. Гофстеде, М. Міньковим із залученням ширшої аудиторії, представників комерційних авіакомпаній, керівників державної служби тощо. Станом на 2010 рік наведено оцінки для 76 країн, кількість вимірів національної культури збільшено до шести.

Сучасна модель Г. Гофстеде визначає відмінності у національних культурах за такими показниками: владність, схильність уникати невизначеності, індивідуалізм, маскулінність, довгострокова орієнтація, гедонізм [47]. Показники розраховано на основі опитувань та експертних оцінок, значення показників розподіляється за шкалою від 0 – найменшого до 100 – найвищого значення. Розглянемо детальніше сутність показників та особливості їх якісної оцінки.

1. Владність (Power Distance Index) характеризує ступінь ієрархічності суспільства та ставлення до влади. Високий рівень владності суспільства має чітку ієрархію за віком та статусом, старші люди та керівники мають більше поваги, молодших та підлеглих вчать слухняності. Влада є основним стрижнем існування суспільства, саме вона визначає цінності добра і зла. Ієрархічні структури пронизують усе суспільство, навіть релігію, в якій присутня влада священників. У суспільствах панують автократичні уряди, регулярно порушуються демократичні процедури, а зміна влади можлива лише за умов революції. Такі суспільства часто є корумпованими і мають нерівномірний розподіл доходів у суспільстві.

Низький рівень владності передбачає, що використання влади має бути законним і підпорядковуватися критеріям добра і зла, при цьому ієрархія розглядається як розподіл ролей з метою зручності. Стосунки будуються на засадах рівності незалежно від віку, зокрема батьки ставляться до дітей як до рівних, і люди похилого віку також не мають привілеїв. Суспільство і освіта є людиноцентричними, у спілкуванні з підлеглими переважають не накази, а консультації. Система державного управління є прозорою, зміна влади відбувається демократично, корупція є рідкісним явищем не сумісним з політичною кар'єрою.

Г. Гофстеде зазначає, що існує кореляція між рівнем владності та корупцією, суспільства з високим рівнем владності, як правило, мають вищий рівень корупції. Діаграму розсіювання для країн світу за рівнем сприйняття владності та корупції представлено нижче (рис. 1.3).

Країни, яким притаманний низький рівень владності, як правило, мають прозоре державне управління (квадрант II). Країни з високим рівнем владності мають вищий рівень корупції (квадрант IV).

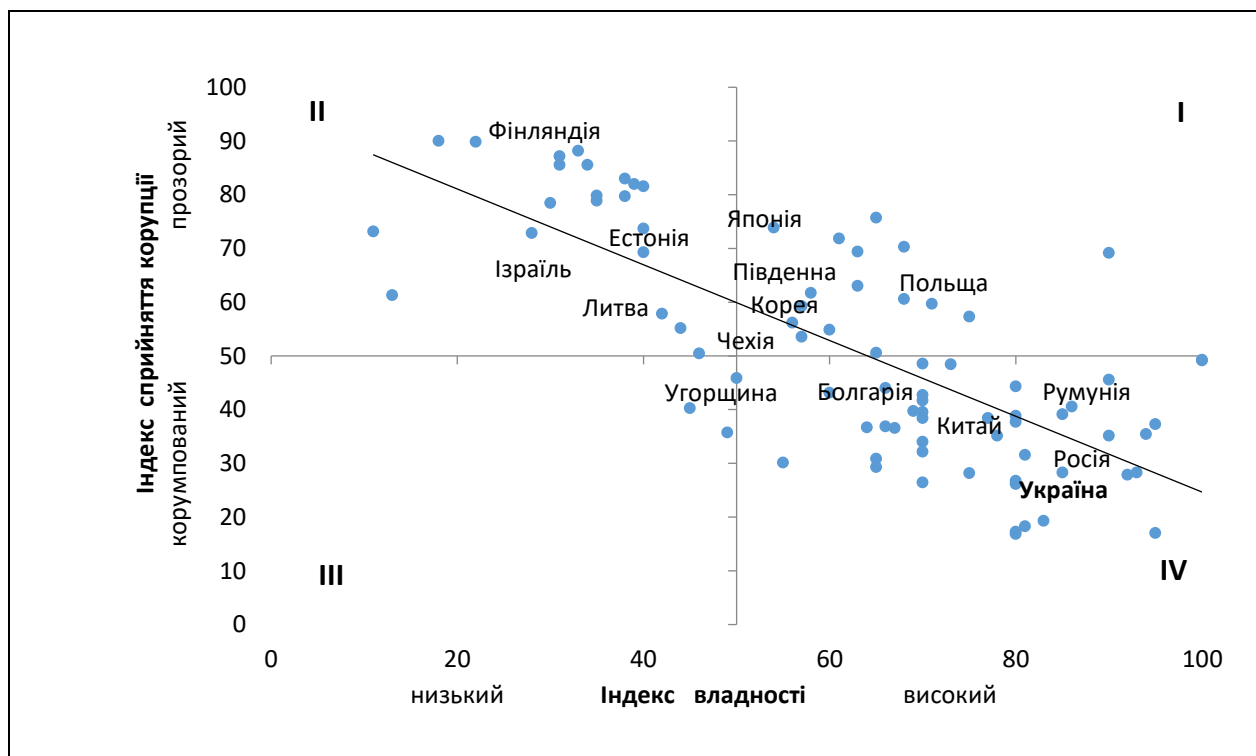


Рис. 1.3. Розподіл країн за рівнем сприйняття владності та корупції

Джерело: побудовано на основі показників виміру національних культур Г.Гофстеде та Transparency International [48].

Існують суттєві відмінності між західними та східними культурами. Китай, Сінгапур, Південна Корея та Японія демонструють високий рівень владності та низький рівень корупції. Вони мають іншу систему організації суспільства, культура цих країн формувалась під впливом конфуціанської етики, для них характерним є шанобливе ставлення до старших, повага до правил, інститутів та високий рівень державного контролю.

Корупція є суспільним явищем, яке залежить від системи соціальних відносин у суспільстві, вона обмежує приплив інвестицій, блокує діяльність малого та

середнього бізнесу, лобіює інтереси великого капіталу, стримує економічне зростання. Безумовно, на рівень корупції впливає багато факторів, зокрема політична та макроекономічна стабільність, ефективність судової системи. Для країн, що мають низький рівень корупції характерним є дотримання верховенства права, прозорість використання коштів державного бюджету, дотримання службових повноважень, уникнення конфлікту інтересів.

2. Схильність уникати невизначеності (Uncertainty Avoidance Index) показує ставлення суспільства до неструктурованих ситуацій, двозначності та новизни. Культури по-різному формують ставлення до новизни, воно проявляється від суворої заборони діяти не за правилами і вимог чіткого дотримання регламенту до зацікавленості новинкою та вивченню нових можливостей. Слід зауважити, що уникати невизначеності не означає уникати ризику, це більше стосується толерантності суспільства до інших думок.

Суспільства, що мають високу схильність уникати невизначеності мають потребу у чітких прогнозованих ситуаціях, на рівні індивіда виділяють навіть емоційну потребу в правилах. Невизначеність сприймається як загроза, з якою треба боротися, вона породжує тривожність і підвищує рівень стресу. Будь-яка девіантна поведінка є неприйнятною, нові ідеї не схвалюються і сприймаються з осторогою. Рівень довіри до інших членів суспільства невисокий, і він значно знижується до органів влади, політики сприймаються як некомпетентні. Високим є очікування конкретики, на рівні освіти вчителі мають давати відповіді на всі питання, на рівні науки (навіть в релігії) – теорія має бути абсолютною і давати остаточну істину. Попри те, що в суспільствах є очікування чітких правил, інструкцій, там немає впевненості, що інші будуть дотримуватись правил, обіцянок та зобов'язань.

У суспільствах, що мають низький рівень уникнення невизначеності індивіди мають менший стрес і низьку тривожність. Немає прагнення до чітких правил, невизначеність сприймається як невід'ємний атрибут життя, його природна властивість. Неоднозначність у трактування подій, наявність неконтрольованих сфер, хаосу є допустимою. Девіантна поведінка є прийнятною, суспільство

толерантно до новизни. Допускається відсутність єдиної точки зору на події, теорії, або відсутність готової відповіді чи рішення. Суспільство має високий рівень довіри до інших людей, і до влади, її компетентності.

Підтверджено негативний кореляційний зв'язок між схильністю уникати невизначеності та рівнем довіри [49]. Суспільства, що відкриті до невизначеності, більш схильні до новацій, мають повагу до індивіда, а також демонструють високий рівень довіри до інших людей, органів державної влади та інститутів.

3. Індивідуалізм (Individualism) відображує роль індивіда в соціумі. В індивідуалістичних культурах пріоритетом є індивід, його права (у т. ч. право приватності і власності) та економічні інтереси. Колективізм є протилежністю індивідуалізму, він є соціальною характеристикою і показує, що люди в суспільстві більше ототожнюють себе з групою. Логіка індивідуалізму передбачає, що індивід дбає про себе та своє близьке оточення, колективізму – дію в інтересах широкого родинного кола, клана, захист їх інтересів в обмін на лояльність. Відмінності в індивідуалістичних та колективістських суспільствах є фундаментальними.

Індивід, його можливості, культура, освіта є однією зі складових економічного розвитку. Індивідуалізм безпосередньо пов'язаний з приватною власністю і верховенством закону, який має захищати цю власність. Індивіду потрібні економічні ресурси, або можливості їх позичити. Наявність економічної свободи є необхідним елементом для ефективної діяльності, а те, як індивід буде використовувати ресурси та свободу залежить від його культури, від цінностей, якими він керується. Повага до власності, дотримання законів, виконання угод є чинниками, що забезпечують ефективність економічної діяльності.

Індивідуалізм є найбільш популярною та зручною для порівняння категорією у сфері міжкультурних досліджень. Країни, що мають вищий рівень індивідуалізму, як правило, мають вищий рівень економічних показників, зокрема ВВП на душу населення (рис. 1.4).

Індивідуалістичні або колективістські цінності відображують взаємодію людини та суспільства. Індивідуалістичний підхід фокусує увагу на можливостях та досягненнях окремих індивідів. Суспільство у такий системі має сприяти діям та

добробуту індивідів. Колективістський підхід є протилежним, тут основою є група, в інтересах якої мають діяти індивіди.

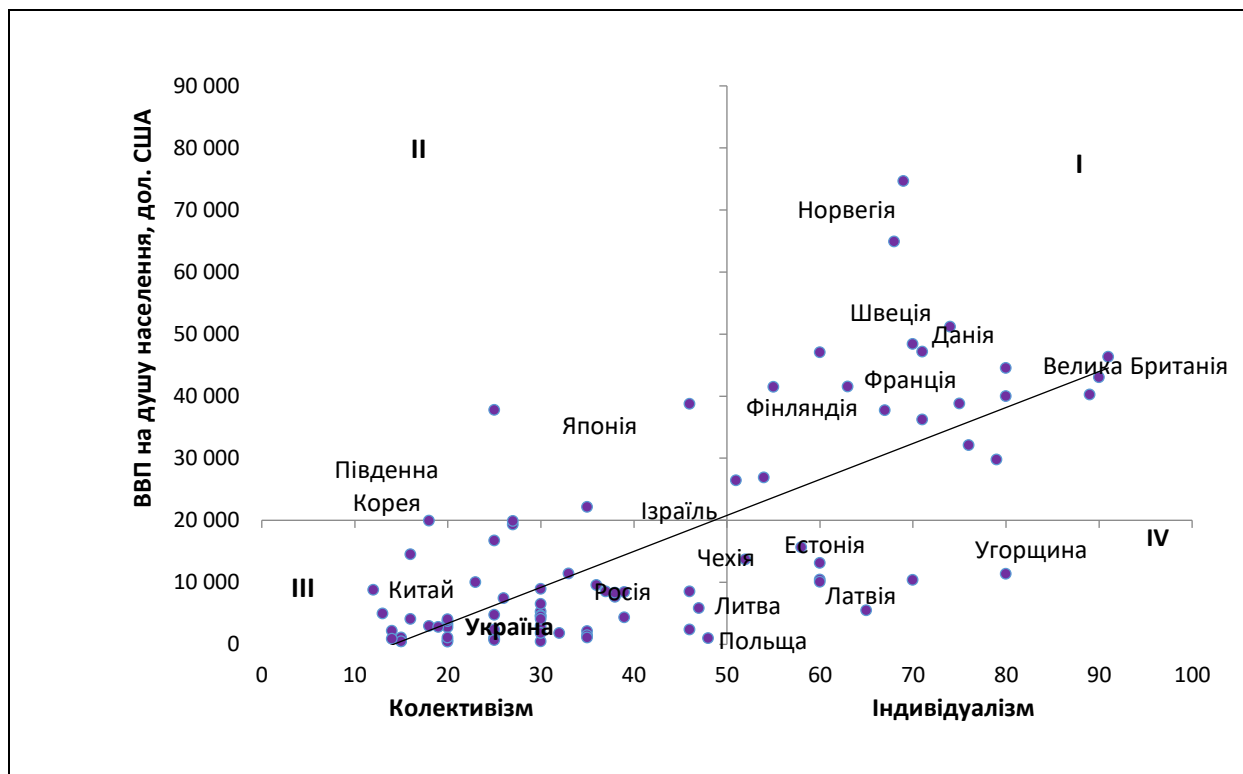


Рис. 1.4. Розподіл країн за рівнем індивідуалізму та ВВП на душу

населення

Джерело: побудовано на основі показників виміру національних культур Г. Гофстеде та Світового банку.

Індивідуалістична і колективістська культури мають як переваги, так і обмеження. Індивідуалістична культура продукує інновації, і поряд з інституційними та іншими факторами, стимулює довгострокове економічне зростання. Колективістські культури можуть мати переваги там, де потрібні колективні дії, наприклад у виробничих процесах. Але з позицій інновацій, стратегічного планування та довгострокового економічного зростання, індивідуалізм має динамічний ефект, а колективізм – статичну дію [50].

4. Мотивація на досягнення (masculinity) характеризує ставлення суспільства до гендерних ролей та взаємодії (конкуренції або співпраці). У культурах з високим ступенем мужності максимальна диференціація емоційних та соціальних ролей між статями. Кожна стаття має свій гендерний набір цінностей, зокрема дівчата вважаються слабшими і можуть плакати, хлопці є сильними і мають боротись,

битися. Ці наративи переходять і у доросле життя, від чоловіків очікується напористість та амбітність, логічність, в той час як жінкам приписується більша емоційність. Це, як наголошує автор моделі, характеристика суспільства, а не окремих індивідів. У суспільстві велику шану має сила, вона викликає захоплення. Суспільний розподіл ролей нерівномірний, мало жінок обіймають високі або політичні посади. При цьому ієрархія простежується і в релігії, яка орієнтована на бога, поклоніння всевишньому.

Культури з низьким рівнем маскулінності демонструють мінімальні міжгендерні відмінності на емоційному та соціальному рівнях. Це проявляється з самого дитинства, незалежно від статі дозволяється проявляти свої почуття. Скромність і турботливість є бажаними рисами характеру, у суспільстві прийнято піклуватись про слабших. Особливість цих культур є людиноцентричність, навіть у релігійній сфері основна увага приділяється людині. Суспільства прагнуть до рівномірного поділу ролей, жінки можуть регулювати народжуваність і обіймати високі політичні посади.

Високий рівень маскулінності відображує жагу конкурувати: наполегливість, досягнення, героїзм та очікування матеріальної винагороди за успіх. Протилежністю є прагнення консенсусу: співпраця, скромність, турбота про навколишнє середовище, менш забезпечених і якість життя. Показник мужності демонструє розподіл цінностей у суспільстві відповідно до гендерних ролей, що більшим є ступінь мужності, то чіткішою є диференціація соціальних ролей чоловіка та жінки у суспільстві.

5. Довгострокова орієнтація (long-term orientation) показує фокус суспільства на майбутнє або сьогодення і минуле. Культури, що мають довгострокову орієнтацію працюють на забезпечення майбутнього, мають усвідомлення необхідності інвестицій, заощаджень, наполегливої праці. Як правило, країни, що мають культуру довгострокової орієнтації, демонструють стійкіше економічне зростання. Якщо в суспільстві переважають цінності орієнтації на короткострокову перспективу, то такі суспільства в економіці орієнтуються на споживання та отримання соціальної допомоги.

Влучним гаслом для опису короткострокової орієнтації в культурі є такий, що визначає найважливіші події, що сталися в минулому або відбуваються зараз. У суспільстві існують універсальні настанови про добро і зло, а традиції визнаються священними. Важливою метою суспільного життя є служіння іншим. Досягнення успіхів у навчанні, роботі або поразка пов'язують переважно з удачею. В економіці переважають соціальні витрати та споживання.

Протилежні цінності домінують у культурах, що вибирають довгострокову орієнтацію. Суспільна думка тут є більш гнучкою, оскільки поняття добра і зла можуть змінюватись залежно від обставин, традиції також можуть зазнавати змін. Найважливішими вважаються події, що відбудуться в майбутньому. Прагнення постійного розвитку припускає запозичення корисного досвіду з інших країн. Важливими цілями є ощадливість і наполегливість. Такі шаблони економічної поведінки формують заощадження та наявні кошти для інвестицій. Успіх є результатом власних зусиль, наполегливої праці, невдача – показник недостатності зусиль. Країни, що мають цінності довгострокової орієнтації демонструють швидке економічне зростання.

6. Гедонізм (hedonism) відображує зв'язок між прагненням до задоволення і контролем над основними людськими бажаннями. У країнах з високим рівнем гедонізму культура включає в себе можливості для розваг, реалізації бажань, такі емоційні потреби є цілком природними. Наявність дозвілля надає індивідам відчуття контролю за своїм життям, продукує більше позитивних емоцій, і люди почуваються щасливішими.

У культурах з високим рівнем гедонізму люди мають відчуття контролю за своїм життям, шанується дозвілля і розваги, люди мають більше позитивних емоцій, отже почуваються щасливішими. Подібні культури не дуже шанують правила, і навіть підтримання порядку на державному рівні не є високим пріоритетом. У стриманих суспільств велике значення мають правила і обмеження. За таких умов індивіди не мають відчуття контролю над своїм життям, навпаки відчують безпорадність. Значення розваг і дозвілля невисоке, як наслідок, менше позитивних емоцій і менший відсоток щасливих людей.

Перевагами моделі Г. Гофстеде можна назвати структурованість культурних норм та їх кількісне оцінювання. Ці важливі категорії уможливили порівняльний аналіз національних культур та сприяли розвитку досліджень у цьому напрямі. Наразі дані 6-ти вимірної моделі домінують у крос-культурному економічному аналізі. Проте, культура є динамічним явищем і поступово змінюється, з часів розробки показників Г. Гофстеде відбулись істотні технологічні та економічні трансформації, що безумовно вплинуло і на культуру.

Концепцію Г. Гофстеда неодноразово називали застарілою та критикували за відсутність показників в динаміці. Своєрідною відповіддю на критику можна вважати дослідження С. Бойгельсдейк, Р. Маселанд, А. Горн у 2015 році, котрі проводять міжкультурний аналіз із використанням двох баз даних показників: Г. Гофстеда та Огляду цінностей світу. Результати показують, що сучасні суспільства в середньому мають вищі показники індивідуалізму та гедонізму, а також нижчі показники владності, ніж у минулих суспільствах. При цьому культурні зміни є радше абсолютними, ніж відносними, вони змінюються паралельно для багатьох країн [51, 52]. Отже, культурні відмінності між парами країн (тобто культурні відстані), які використовують для порівняльного аналізу, залишаються стабільними.

Проект «Глобальне лідерство та ефективність організаційної поведінки» (GLOBE) спрямований на вивчення взаємозв'язків між суспільною культурою, ефективністю та лідерством. У проєкті задіяно понад 200 дослідників із 62 країн. Категорія лідерства розглядається як здатність індивіда організовувати, мотивувати інших членів колективу на спільну діяльність. Концепція лідерства поширюється на рівень національної культури з припущенням, що члени різних суспільств під впливом культурних цінностей обирають лідерів, які в значній мірі визначають і реалізують політику розвитку суспільства.

В рамках проєкту культура визначається як «спільні мотиви, цінності, переконання, ідентичність та інтерпретації чи значення значущих подій, які є результатом спільного досвіду членів колективів, який передається з покоління в

покоління» [53]. Отже, культура має здебільшого колективний характер і характеризує відмінності у цінностях спільноти.

Стислий огляд дев'яти культурних вимірів відображує основні соціальні конструкції суспільства та його особливості [54]:

- орієнтація на результативність: ступінь заохочення та винагороди за підвищення продуктивності та досконалість;
- асертивність: здатність відстоювати свої інтереси, не порушуючи моральних прав іншої людини;
- орієнтація на майбутнє: здібності планувати, готовність відкласти задоволення та інвестувати;
- гуманізм визначає наскільки затребуваними у суспільстві є справедливість, альтруїзм, щедрість та доброзичливість до інших;
- інституційний колективізм: колективний розподіл ресурсів;
- внутрігруповий колективізм: гордість, лояльність і згуртованість у колективі або сім'ях;
- гендерний егалітаризм: ступінь, до якої колектив мінімізує гендерну нерівність;
- владність: ступінь, до якої спільнота приймає та підтримує повноваження, відмінності влади та статусні привілеї;
- уникнення невизначеності: наскільки високим є прагнення зменшити непередбачуваність майбутніх подій, а також схильність до впорядкованості, послідовності, формальних процедур задля передбачуваності у повсякденному житті.

Результати дослідження GLOBE підтверджують гіпотезу про те, що показники культурного виміру мають безпосередній зв'язок з економічними досягненнями та добробутом суспільства. Ефективним для суспільного розвитку є такі культурні виміри як орієнтація на продуктивність, небажаним – владність. Наприклад, суспільства, орієнтовані на продуктивність, як правило, створюють більший економічний результат та краще його розподіляють, а також мають вищий рівень людського розвитку, порівняно із суспільствами, які орієнтуються на результат.

Проект використовує кластерування з метою виявлення культурних відмінностей між суспільствами. Країни об'єднані у 10 кластерів за принципом спільної історії, релігії, економічного розвитку, регіональної близькості та інших факторів [55]. Об'єднання країн у культурно подібні кластери узагальнює подібності та висвітлює відмінності між суспільствами. Безумовно, країни в середині кластерів мають відмінності, проте ця диференціація менша порівняно з відхиленнями між кластерами.

Розглянемо детальніше 10 кластерів та країни, які в них входять.

– Латинська Європа: Франція, Італія, Іспанія, Португалія, Швейцарія (франкомовна), Ізраїль. Термін Латинська Європа часто застосовується для позначення європейських націй, культури яких походять від римлян (італійців, французів, португальців, румун та іспанців), їхні мови належать до романських мов, у релігії переважає римо-католицизм.

– Східна Європа: Албанія, Греція, Грузія, Казахстан, Польща, Росія, Словенія, Угорщина. В Україні дослідження проводилось у 2020 році, але результати поки ще не представлені. На нашу думку, кластер є неоднорідним за географічним, релігійним та мовним принципом.

– Англо кластер складається з Австралії, Канади (англомовної), Нової Зеландії, Ірландії, Англії, Південної Африки та Сполучених Штатів Америки. Це англомовні країни та території країн, які колись були британськими колоніями.

– Північна Європа – Данія, Фінляндія, Швеція.

– Германська Європа – Австрія, Німеччина, Нідерланди, Швейцарія (німецькомовна).

– Близькосхідний кластер (Middle East) – Катар, Єгипет, Марокко, Туреччина та Кувейт.

– Південна Азія (Southern Asia) – Індія, Індонезія, Іран, Малайзія, Філіппіни, Таїланд.

– Конфуціанська Азія – Китай, Гонконг, Японія, Сінгапур, Південна Корея, Тайвань.

– Латинська Америка – Аргентина, Болівія, Бразилія, Колумбія, Коста-Ріка, Еквадор, Сальвадор, Гватемала, Мексика, Венесуела.

– Африка на південь від Сахари – Намібія, Замбія, Зімбабве, Нігерія та Південна Африка (темношкіра спільнота).

Зауважимо, що термін «Східна Європа» застосовується для країн, які раніше перебували під владою комуністичних режимів, так званого Східного блоку. В цьому кластері можна виділити і окремі підкластери – Південну Європу (Албанія, Боснія та Герцеговина, Хорватія, Сербія та Чорногорія), Закавказькі країни (Вірменія, Азербайджан, Грузія), хоча ООН їх включає до регіону Західної Азії.

Отже, кордони Східної Європи не є чітко окресленими, набір країн може бути варіативним залежно від контексту, що ускладнює диференціацію та аналіз культурних відмінностей та цінностей.

Вельми цікавими є роботи *М. Гельфанд*, котра систематично досліджує силу впливу соціальних норм у різних культурах. Соціальні норми є дуже важливим маркером суспільства, з одного боку ці правила потужно впливають на поведінку індивідів, з іншого, вони не завжди помітні та очевидні. Вони формують нашу ідентичність, обумовлюють мотиви співпраці та формують соціальний капітал та суспільний порядок.

Полюсами у соціальній поведінці, дотриманні правил та покарань за їх порушення є суворість (жорсткість, однозначність, непохитність) або вільність (недбалість, розхлябаність, незлагодженість) (*в оригіналі tightness-looseness*) [56]. У науковій літературі немає одностайного підходу до перекладу, зустрічаються різні варіанти інтерпретації *tightness – looseness*, проте саме така інтерпретація (суворість-вільність), на нашу думку досить вдало передає зміст цього культурного дослідження.

Країни мають різний рівень державного та суспільного регулювання, в одних культурах соціальні норми та покарання за девіантну поведінку дуже жорсткі, суворі, чіткі та однозначні, в інших – можуть варіюватись в залежності від обставин. Найцікавіше, що такі відмінності у соціальних культурних нормах не є випадковістю, вони обґрунтовані та мають власну логіку.

Історичний огляд підводить нас до висновку, що країни, які мали географічні, екологічні або політичні загрози (дефіцит ресурсів, можливість голоду, стихійне лихо, воєнна загроза) сформували жорсткіші, суворіші суспільні правила. Ці правила мають бути зрозумілі та однозначні, дотримуватись їх обов'язково, оскільки від них залежить виживання нації. Відповідно покарання за девіантну поведінку також є суворим та однозначним. Суворі культури більш скоординовані, мають більше порядку, це проявляється і на мікрорівні, де індивіди мають більший ступінь самоконтролю та самообмежень для того, щоб вижити та уникнути покарання.

Протилежністю є країни з невисоким або низьким рівнем загроз, в яких меншою є потреба в координації соціальних дій. А це у свою чергу, обумовлює слабші соціальні норми та більшу толерантність до девіантної поведінки. Вільні культури порівняно менш організовані, слабо дотримуються самоконтролю, Покарання за недотримання норм так само є вільним і відрізняється в залежності від обставин, контексту тощо.

Принагідно зауважимо, що вільні культури є більш відкритими до нових ідей (більш креативні), людей (менш етноцентричні) і до змін [57]. Соціальні зміни трансформують і суспільний порядок, тому суворі культури часто уникають змін та є більш консервативними.

Найбільшою сила соціальних норм є в азійських країнах, де відхилення від усталених соціальних норм є майже неприйнятним. Україна, Естонія та Угорщина за даними цього дослідження мають слабку силу соціальних норм, здатності до самоконтролю та самообмежень, а нестандартна поведінка тут сприймається цілком нормально (рис. 1.5).

Здається зрозумілим те, що соціальні норми є основою побудови держави, їх дотримання забезпечує суспільний порядок, їх недотримання робить поведінку членів суспільства непередбачуваною, а державу нестабільною.

Загроза суспільству може бути як об'єктивною, так і уявною або штучно створеною. Проте і в такому випадку у індивідів активується режим виживання, і вони надають перевагу сильному, авторитарному лідерству. Сила підсвідомо

сприймається як можливість вижити. Цю психологічну особливість можна використовувати на користь суспільства і водночас, на жаль, можна маніпулювати суспільною свідомістю.

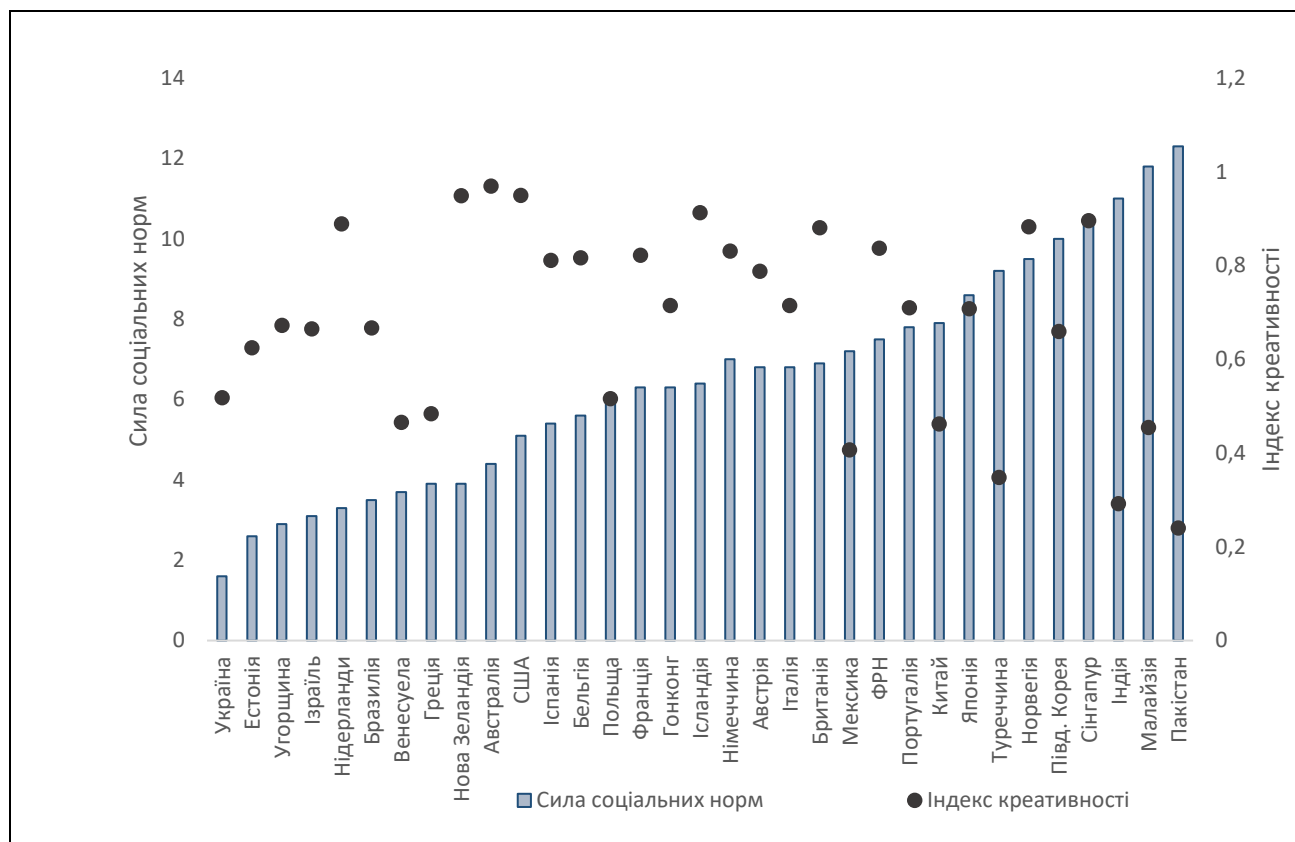


Рис. 1.5. Співвідношення сили соціальних норм та індексу креативності в різних країнах

Джерело: побудовано автором на основі [53, 58].

Коли ми говоримо про соціальні норми слід пам'ятати, що суспільства розвиваються, а разом з ними і культурні та соціальні норми. Слід враховувати особливості нашого суспільства, зокрема достатньо високий рівень вільності, а це означає, що при проектуванні соціальної поведінки складно координувати дії індивідів.

Буде неправильно ділити культури на хороші та погані, правильні та неправильні. Кожна з культур має свою особливості та ризики. Культури з суворими соціальними нормами та правилами покарання можуть стати авторитарними та репресивними. Водночас культури з вільним ставленням до девіантної поведінки можуть ще більше послаблювати соціальні правила, що може призвести до хаосу та некерованості.

Передумовами для формування культурних цінностей є географічні, історичні фактори, які впливають на процеси формування соціальної взаємодії та цінностей суспільства. Схематично фактори, які обумовлюють культурні особливості суспільства представлено на схемі (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Фактори впливу та формування культурних цінностей суспільства

Джерело: складено автором на основі [53, 59].

Кількісна оцінка цих характеристик національної культури надає можливості порівняльного аналізу між країнами. Ядром культури є цінності, і розбіжності між національними культурами найбільш очевидні саме в цінностях. Культурні відмінності проявляються як на макрорівні (методи державного управління, економічна політика), так і на мікрорівні (моделі поведінки, побудова стосунків).

Попри те, що у межах однієї країни можуть існувати значні відмінності у соціальній поведінці, мовних діалектах та політичних вподобаннях, культурні відмінності більш помітні на рівні національних держав.

Підсумовуючи зазначимо, що кількісне вимірювання культур на рівні країни має свої переваги та недоліки, проте воно надає інформацію щодо особливостей культур, економічної і соціальної поведінки індивідів та їх відмінностей. Самі по собі абсолютні показники не є відображенням доброго чи поганого рівня цінностей. Оптимальним варіантом є їх порівняння з іншими країнами.

Порівняльний економічний аналіз культур потребує виділення універсальних ознак, які притаманні країнам з позиції економічних інтересів, такими ознаками можуть бути право власності, розподіл доходів, конкуренція, дбайливе ставлення до навколишнього середовища тощо (*детальніше у частині 3.1, 3.2.*). Ці категорії відносяться до економічних цінностей країни, вони значною мірою обумовлюють напрями і темпи економічного зростання та, водночас, залежать від ідеології, релігії, політичного режиму.

1.3. Культурні цінності в контексті сталого економічного зростання

Країни, котрі здатні демонструвати високі темпи економічного зростання, мають високий технологічний рівень. Нові винаходи застосовують у виробництві, вдосконалюють та розширюють можливе коло їх застосування. Технології та винаходи стимулюють економічне зростання, а також економічний та соціальний прогрес. Ідея економічного зростання за рахунок технологічних змін належить економісту Й. Шумпетеру, котрий ввів в економічну науку термін творчого руйнування [60].

Сучасні економісти Д. Аджемоглу та Дж. Робінсон пояснюють чому технологічні фактори зростання не працюють самі по собі. Технологічний прогрес стимулюватиме економічне зростання за умов захисту права власності громадян та можливості отримувати дохід від своїх підприємств та інновацій (у тому числі від патентів на винаходи) [61]. Економічне зростання потребує постійного вдосконалення технологій. Можливість вдосконалити технологію, на яку

оформлений патент, не має бути монополізована лише винахідником. Запобігти монопольному праву винахідника на вдосконалення можливо в умовах наявності демократичних інститутів. Участь громадян в управлінні країною формує зацікавленість більшості в економічному зростанні, що може стимулювати вдосконалення технологій та нові винаходи.

Ключовою відмінністю успішних суспільств, на думку Д. Аджемоглу та Дж. Робінсона є політичні інституції (організації) та економічні інститути (формальні та неформальні правила). Політичні інституції формуються з метою розподілу влади та повноважень. Економічні інститути регулюють майнові відносини у суспільстві, забезпечують права власності індивідів, право на економічну діяльність та на прибуток. Ці сфери є взаємозалежними та доповнюють одна одну, забезпечують участь громадян в прийнятті рішень щодо управління країною, запобігають концентрації політичної влади у вузькому колі осіб. Політичні інституції та економічні інститути створюють умови, в яких забезпечується баланс між економічною свободою та політичною владою.

Очевидно, що досягнення балансу між державним регулюванням та свободою, індивідуальними та колективними інтересами є складною задачею з кількома змінними. Суспільство та держава мають врівноважувати одне одного. Суспільство стримуватиме державу від переходу до зарегульованості, збільшення бюрократії та авторитаризму, держава стримуватиме суспільство від скочування у стадію вседозволеності та анархії.

Найважливішою цінністю індивіда є свобода. Індивід є вільним, коли має можливість порядкувати свої дії, майно та спілкуватись з іншими на власний розсуд, не питаючи дозволу інших та незалежно від волі інших. Свобода є вільним вибором і вона починається з відсутності насильства [62].

Протилежність інтересів індивіда та суспільства завжди створює конфлікт інтересів. Держава виступає гарантом прав та свобод та регулює конфлікт. Свобода потребує держави та законів, а їх у свою чергу створюють люди, суспільство та громада. Суспільство має контролювати державу, щоб вона захищала своїх громадян та створювала їх умови для розвитку. Для виникнення та процвітання

свободи і суспільство, і держава мають бути дієздатними та ефективними. Сильна держава потрібна, щоб комплексно реалізовувати економічні, соціальні та політичні функції, стримувати насильство та виконувати закони. Водночас, влада може перетворитись на авторитарну, тому потрібно громадянське суспільство та інститути. Держава та суспільство врівноважують один одного. Баланс не виникає сам по собі, він вибудовується поступово у постійному протиборстві інтересів, формується за рахунок співпраці та дискусійного обговорення проблем. Він не може бути досягнутий навіть в ході революційних змін.

Образ сильної держави досить детально представлено у працях політичного економіста Ф. Фукуями, котрий розглядає розбудову держави через категорії масштабу та сили [63]. Масштаб визначається обсягом функцій, які здатна виконувати держава. Мінімальний перелік функцій стосується забезпечення правопорядку, макроекономічного управління та здоров'я нації. Наступними функціями (обмежений, перехідний набір державних послуг) є охорона навколишнього середовища, антимонопольне регулювання та освіта. Активістські функції стосуються регулювання промислової політики та перерозподілу багатства. Примітно, що більше країни наближаються до активістських функцій, тим ширшим є масштаб.

Категорія сили у працях Ф. Фукуями характеризує інституційну спроможність та ефективність країни у виконанні її функцій, зокрема: прозоре державне управління, низький рівень корупції, правоохоронна діяльність. Принагідно зауважимо, що масштаб та сила є явищами, які змінюються, країни можуть переходити від одного порядку сили або масштабу до іншого в залежності від ситуації. Економічний розвиток потребує сильної держави, водночас на рівні масштабу достатньо виконання обмеженого, перехідного переліку функцій.

Протилежним до поняття сильної держави є стан нестабільної держави, котрий характеризується політичної нестабільністю та непослідовністю, недовірою суспільства до органів влади, корупцією та безвідповідальністю чиновників.

Варто ще раз підкреслити, що цінності, котрі сприяють економічному зростанню та розбудові сильної, стабільної держави не можна просто імпортувати

з одної країни в іншу. Привнесені цінності не працюватимуть на благо суспільства, котре не здобуло їх на шляху свого розвитку. Має бути суспільний запит на цінності розвитку, колективний попит на формування сприятливого середовища для розбудови стабільної соціально-відповідальної держави, спроможної ефективно реалізовувати пріоритети стратегічного планування та виконувати свої економічні, соціальні та політичні функції [64].

Визначення цінностей, котрі наявні у культурі суспільства, та сприяють економічному зростанню, потребує історичного огляду підходів щодо чинників зростання. Еволюція економічної думки щодо розвитку соціально-економічних систем спонукає нас до пошуку механізму, який впорядковує економічну діяльність об'єднаних у соціальні групи людей, а також ознак стійкості суспільства.

Ключовим фактором соціально-економічного прогресу на думку А. Сміта є розум індивідів, їх моральні почуття. Зростання добробуту суспільства відбувається за рахунок суми зусиль індивідів, їх знань, умінь, талантів та моральних чеснот. Важливо зауважити, що суспільний порядок з принципом свободи, про який говорить А. Сміт функціонує на засадах справедливості та рівності всіх перед законом, базується на індивідуальній сумлінності, чесності та можливості співпрацювати з іншими [65].

Національні та культурні особливості у загальній природі соціально-економічного розвитку окреслив М. Вебер. Він виділив цінності, що лежать в основі соціальних дій, зокрема, на додачу до традиційної або емоційної поведінки від додає цінніснораціональну та цілераціональну [66]. Традиційні дії є продуктом звички, людство робить їх, тому що так було завжди. І навіть тоді коли зникає сенс, індивіди продовжуватимуть робити традиційні дії. Цінніснораціональні дії є реалізацію намірів за функціональною цінністю, вони можуть бути небезпечними, економічно необґрунтованими але їх раціональність (доцільність) для індивіда базується саме на цінностях. Ціннісний орієнтир присутній і в цілераціональних діях. Індивід обирає найефективнішими (на основі суб'єктивного бачення) засоби є для досягнення цілей, які він ставить перед собою.

Логічним продовженням соціальних дій є формування моделей поведінки, так званої етики відповідальності (узгодити засоби з цілями, щоб бути максимально ефективними) та етики переконання (повне узгодження між дією та цінностями). Економічний раціоналізм є домінуючою силою, і саме ціннісні орієнтації обумовлюють ставлення до праці та особистісний розвиток підвищення рівня професійної кваліфікації, заробітку та соціальний статус у цілому.

Соціокультурний дискурс продовжив Т. Веблен, який розглядав розвиток суспільства як наслідок розвитку інститутів. Суспільство функціонує завдяки наявності особливого типу відносин (інститутів) між індивідом та групою, від способів мислення, якості та функцій відносин залежить спосіб життя в суспільстві. Колективні інститути формуються під впливом соціальних змін у житті спільноти внаслідок змін обставин та поглядів людей. Їх розвиток є результатом примусового суспільного відбору.

Особливої уваги у теорії Т. Веблена заслуговує процес формування нових інститутів. Спосіб мислення індивідів, якій є для них звичним, може тривати доволі довго. Це обумовлено факторами соціальної інерції, психологічної інерції та консервативності [67]. Зміна звичного мислення відбувається внаслідок соціальних змін, у процесі відбору та виживання кращих ідей відбувається психологічна адаптація індивідів до нових обставин. Як правило, це відбувається лише тоді, коли інерція вже неможлива, а попередні уявлення та установки втрачають свою дієздатність.

Ідеї Т. Веблена щодо інституціонального розвитку та технічного прогресу отримали подальший розвиток в сучасних концепціях постіндустріалізму, серед яких ми можемо виділити два функціональних напрями. Концептуальні підходи Д. Белла, Е. Тоффлера, Дж. Гелбрейта вирізняються тим, що вбачають джерело соціально-економічного розвитку у технологічній площині. Проте нас більше цікавить соціальний напрям, зокрема, наскільки цінності пов'язані з традиційними чеснотами (чесність, надійність, взаємність) й обумовлюють співпрацю та взаємодію у спільності.

Існує природна схильність людини до поділу світу на друзів і ворогів, спільноти часто мають групову солідарність та різного ступеню ворожість до інших груп. Ф. Фукуяма вводить термін «радіус довіри» для кращого розуміння співпраці у межах суспільства, усі соціальні групи мають певний радіус довіри, тобто коло людей, серед яких діють спільні норми. Сучасне суспільство можна розглядати як серію концентричних радіусів довіри, що перекриваються, вони можуть варіюватися від друзів, колег до неурядових організацій та релігійних груп [68].

Вузький радіус довіри часто формує різні моральні стандарти поведінки, доброзичливість, піклування та порядність для свого кола, байдужість – за його межами. Економічними наслідками вузького кола довіри може стати явище корупції, культурна основа якого розглядається як законний спосіб піклування про свою сім'ю.

Неформальні норми становлять основу соціального капіталу, котрий стає надзвичайно важливим для ефективного функціонування сучасних економік з системою розвинених інститутів та верховенства права. Його особливістю є те, що він не може бути створений нормативно чи законодавчо, натомість він формується та розвивається на основі цінностей суспільства.

Д. Норт справедливо зазначає, що цінності формують мислення людини, менталітет, інститути суспільства та є одним з факторів економічного зростання. Соціальні звичаї та культурні практики змінюються повільно, поступово з'являються нові знання, котрі формують нову систему переконань та формують нові цінності.

Джерелами інституційних та ціннісних змін є комбінація зовнішніх факторів та навчання, індивідуального та соціального. Набуття нових знань та навичок обумовлює появу нових ментальних моделей для розуміння зовнішнього світу, які, надалі поступово формують новий погляд на альтернативи вибору (оцінку вигід та витрат) у процесі прийняття рішень.

Традиційно, процес змін відбувається поетапно, революційний варіант трансформацій також існує, але він трапляється рідше. Процес змін виникає у матриці формальних та неформальних правил, він залежить від сили соціальної або

інституційної норми, наявності альтернатив, взаємодоповнюваності рішень та ефекту мережі. Перші спроби прийняття нових рішень, як правило, є упередженими та часто відбуваються на користь того, що є звичним. Проте, зі збільшенням кількості нових варіантів зростає ймовірність прийняття нових норм. Отже, інституційні зміни відбуватимуться на тих межах, які виявляться найбільш податливими та матимуть згоду суспільства [69].

Підсумовуючи зазначимо, що вчені різних шкіл економічної науки виділяли різні фактори соціально-економічного розвитку. Більшість дослідників відзначали вирішальну роль у зростанні та розвитку саме економічних чинників (технології, знання та навички, природні ресурси, поділ праці, конкуренція, інвестиції тощо). Проте, майже всі економісти визнавали їх залежність від базових умов та інших суспільних чинників, а також наголошували на обмеженості дії економічних факторів без урахування цих умов. Традиційно базовими умовами вважали ідеологію, політичний устрій, суспільний порядок, демографію, верховенство права, етику та мораль [70].

Отже, маємо доволі широкий набір чинників, що впливають на економічне зростання, проте зосередимось на ціннісних орієнтаціях індивіда та суспільства. Постіндустріальні суспільства мають інакшу модель розвитку, в її основі лежать соціальні чинники, людський капітал та соціальний діалог [71, 72]. Сучасне суспільство нагадує мережу суспільних відносин між індивідами, яка має змогу до самовизначення, самоорганізації, дії, відтворення та творчості. Ми маємо розглядати суспільство не як статичний об'єкт, а радше як динамічну систему, яка має певні історичні корені. Минуле обумовлює вихідну точку та частково стан, в якому суспільство знаходиться зараз.

Ціннісні норми та інститути не є сталими категоріями соціального порядку, вони формуються у суспільстві, тому внаслідок змін у соціальних відносинах змінюються норми та культурні цінності. Можна стверджувати, що культурні цінності та економічні результати суспільства мають взаємний двосторонній зв'язок. Культурні цінності формують траєкторію розвитку суспільства і також змінюються під впливом соціально-економічного розвитку.

Культурні цінності можуть сприяти соціально-економічному розвитку суспільства або гальмувати його. Різні типи суспільств можуть мати різні соціокультурні цінності, індивідуалістичні установки або підтримку сімейних зв'язків. Ступінь цих зв'язків формує соціальну довіру, яка потім переноситься на довіру до інших людей, органів влади, економічної або соціальної політики. Отже, доцільно визначити які чинники можуть сприяти економічному зростанню, дослідити роль цінностей у формуванні ключових факторів добробуту (рис. 1.7).

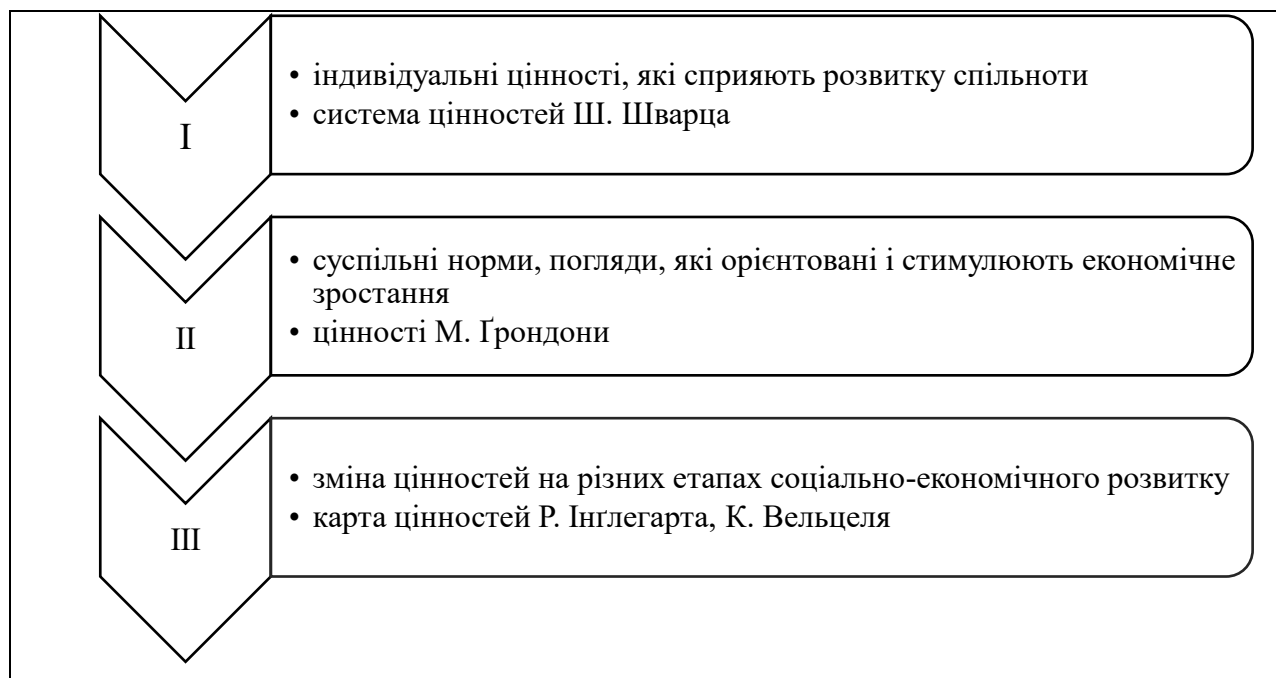


Рис. 1.7. Рівнева структура цінностей у системі соціальної взаємодії

Джерело: складено автором.

На першому етапі розглянемо індивідуальні цінності, які сприяють розвитку спільноти (цінності Ш. Шварца). На другому етапі визначимо суспільні норми, погляди, які орієнтовані і стимулюють економічне зростання (фактори М. Грондони). На третьому етапі проаналізуємо як відбувається зміна цінностей на різних етапах соціально-економічного розвитку (карта цінностей Р. Інглегарта, К. Вельцеля).

Перший етап. Оцінка індивідуальних цінностей, що сприяють розвитку спільноти. Цінності є основними характеристиками культурних груп, суспільств, які пояснюють мотивацію поведінки. Цінності – це переконання, які знаходяться у свідомості людини і є мотиватором до досягнення бажаної цілі. Ш. Шварц виділяє

10 цінностей, які притаманні індивідам у суспільстві: самоконтроль, гедонізм, досягнення, владність, безпека, самовизначення, традиції, доброзичливе ставлення до оточуючих, універсалізм.

Найбільш пріоритетними цінностями з погляду розвитку спільноти є доброзичливість, універсалізм та самовизначення. Вони є основою самоорганізації соціальних систем, адаптаційною функцією підтримки суспільства, тому таку структуру цінностей називають «панкультурною ієрархією»[73]:

– Самовизначення (самоконтроль) виникає з потреб організму в контролі та оволодінні навичок до самостійності та незалежності в фізіологічному та соціальному вимірі. Кожен індивід це особистість, що має власну думку і може діяти на власний розсуд, має право вибору власних цілей, свобода і творчість для діяльності. Супровідними цінностями є самоповага, незалежність, конфіденційність, вибір, розумність.

– Доброзичливе ставлення до оточуючих є потребою індивіда і водночас необхідною умовою злагодженої роботи колективу, сприяє соціальній співпраці. Турбота про інших підтримує соціальні відносини, зміцнює колективні цінності, допомагає вирішувати проблеми.

– Універсалізм розглядається з двох позицій, робота в команді для забезпечення спільних інтересів, та охорона навколишнього середовища з метою забезпечення природних ресурсів. Розуміння потреб інших, толерантність, соціальна справедливість є підкатегоріями універсалізму.

Базове підґрунтя існування цієї ієрархії полягає в тому, що основна соціальна функція у суспільстві – контролювати та мотивувати індивідів. Ключові цінності є орієнтирами для членів суспільства, дороговказом для бажаної і прийнятної поведінки членів суспільства, колективу, полегшують реалізацію контрольної функції. Від дотримання цих цінностей залежить розвиток і процвітання суспільства.

Ціннісні пріоритети суспільства стають базовою концепцією того, що є правильним і бажаним, закріплюються в специфічних нормах і практиках та є найважливішою ознакою культури. Сама культура є неявною змінною, яку можна

виміряти лише через її прояви [74]. Культурні цінності на рівні спільноти – це індивідуальні цінності, об'єднані в систему, вони формуються внаслідок «функціональних імперативів», безпосередньо пов'язані з історією країни, з подіями, в яких суспільство жило та розвивалось.

Цінності формують систему мислення індивіда, суб'єктивну оцінку його статусу, відчуття справедливості або несправедливості розподілу колективних благ, а також його мотивацію для досягнення цілей спільноти. Вони також визначають економічну поведінку індивіда, саме на їх основі у індивідів формується мотивація до навчання і праці, схильність до заощаджень та рішення щодо соціальної взаємодії.

Цінності індивіда також значною мірою обумовлюють його ідеологічні вподобання, зокрема уявлення про людську природу, життєві пріоритети та суспільство. Відмінності в ідеологіях відображаються в цілях, які обирає індивід та його поглядах на те, як керувати суспільством. Ідеологічні вподобання згодом перетворюються на свідомий політичний вибір та знаходять своє відображення в економічній політиці, яку проводить обрана за цінностями політсила. Громадяни, як правило, віддають свій голос за партію або політика, котрі близькі йому за цінностями.

Суспільство на основі цінностей визначає категорії справедливості, законності, достатності розподілу благ та створює державу для регулювання економічних і соціальних процесів. Держава за допомогою своїх функцій реалізує політику, яка здатна забезпечити дотримання цих категорій. Уряди регулюють економічні та соціальні відносини між окремими особами та приватними організаціями, реалізують політику, спрямовану на забезпечення функціонування економічних процесів, дотримання законів і прав, створення умов для вирішення спірних ситуацій, регулювання конфліктів інтересів, справедливого розподілу суспільних благ. Отже, цінності створюються у суспільстві, колективно оформлюються у правові норми, а держава реалізує економічну та соціальну політику для забезпечення добробуту суспільства на основі визначених цінностей.

Другий етап. Аналіз суспільних норм, які стимулюють на економічне зростання. М. Грондона виділяє двадцять факторів, які впливають на розвиток суспільства [75]. Розглянемо в першу чергу ті фактори, які безпосередньо стосуються економічної політики, зокрема погляди на конкуренцію, багатство, ставлення до прибутків, мотивацію до праці, довіру.

Конкуренція є ключовою для успіху підприємця, необхідність конкурувати задля досягнення багатства і вищої майстерності сприяє не тільки розвитку економіки, а й іншим сферам суспільства. Водночас існують погляди, які засуджують конкуренцію, розглядаючи її як форму агресії. На противагу конкуренції вони проголошують солідарність та кооперацію. В даному контексті цікавим є ставлення до конкуренції і співпраці. В реальності виявляється, що у суспільствах, в яких цінують конкуренцію рівень співпраці вищий порівняно з тими суспільствами, в яких громадяни опираються конкуренції. Конкуренція дає поштовх для розвитку суспільства, формування демократії, становленню громадянського суспільства та толерантності до інших поглядів.

Концепція багатства безпосередньо пов'язана з теорією інновацій. У суспільствах розвитку багатством є те, що буде створено, розроблено у процесі інновацій, звідси впливає філософія мотивації до праці і успіху. У суспільствах, де гальмується економічний розвиток багатством вважаються наявні ресурси, це те, що вже є і можна отримати зараз. Ресурси належать владі, і саме тому у людей є прагнення стати владою і боротись за доступ до ресурсів.

Мотивація до праці. Фізична праця та підприємництво не мають шани та визнання у слабо розвинених суспільствах. Натомість престижними є митці, політики та релігійні лідери. Така традиція існувала доволі довгий час у багатьох суспільствах. Проте Реформація змінила погляди на етику праці, і саме ці відмінності обумовили успішний розвиток суспільств.

Знання, освіта. Система освіти може виховувати особистостей, які є новаторами, заохочувати до пошуку креативних рішень. Гнучкість і адаптивність сприяють розвитку, дають змогу відкривати нові істини. Проте, є інший шлях: авторитарний стиль вчителя, передавання догм, сильний акцент на дисципліну, що

значно стримує економічний розвиток суспільства. Здатність до створення інновацій не є вродженою рисою, це навичка, яку можна розвинути. Відкрите ставлення до нових ідей, толерантність до чужих поглядів, дискусії – все це сприяє розвитку. Ортодоксальні теорії, догматизм гальмують його.

Релігія має істотний вплив на формування цінностей суспільства. У попередні століття саме релігійні норми формували світогляд, слугували моральними орієнтирами та окреслювали шаблони поведінки. Сучасні суспільства секулярні, але подекуди релігійні догми продовжують домінувати. Розглянемо відмінності у поглядах течій християнства: православ'я, католицизм, протестантизм.

У протестантизмі чітко вимальовується демократичні принципи прав, зокрема участь у житті своїх громад і у виборах керівних органів, а також відсутнє монопольне права тлумачення релігійних текстів. В ідеології протестантизму заохочується успіх, він є свідченням Божого благословення. Римо-католицизм та православ'я засуджують багатство, воно вважається гріхом, натомість шанують покірливість, покаєння, смирення.

Розподіл суспільних благ. Розвиток суспільства це тривалий довгостроковий процес, він формується не тільки сьогоденням, а і ставленням до майбутнього. У нестійких соціально-економічних системах розподіл благ відбувається за тактикою короткострокового планування. Пріоритет віддається сьогоденню, що породжує схильність споживати, а не заощаджувати. Це гальмує економічні реформи та інновації. У суспільствах розвитку частка до споживання, як правило, є меншою, а схильність до заощадження – більшою. Раціональний, справедливий розподіл суспільних благ демонструє ставлення суспільства до майбутніх поколінь.

Ставлення до влади та закону. У суспільствах розвитку влада базується на законі, цінністю є верховенство права, а саме суспільство функціонує відповідно до законів природної раціональності. В іншому типі суспільств домінантою є влада першої особи чи держави, люди виконують волю тих, хто при владі. Немає практики дотримання законів, які до того ж часто змінюються.

Віра в особистість, довіра. Одним з основних компонентів економічного розвитку є людський капітал. Для суспільств розвитку характерні віра в

особистість, довіра, клімат свободи і відчуття контролю над власною долею. Ці чинники мотивують винаходи, підприємництво та творчість. Для іншого типу суспільств характерні недовіра до особистості, надмірний нагляд, контроль та відсутність креативності. Цікаво, що термін «кредит» в перекладі з латини означає віру, довіру.

Соціальна довіра є визначним показником у формуванні спільнот та економічних транзакцій у суспільстві. У XVI столітті за часів Адама Сміта не існувало валюти як фінансового інструменту. Зростання населення, розвиток ремесл і торгівлі потребували капіталу. Довіра до людини чи громади була валютою, що сприяла розвитку угод, обміну, транзакції. Вона компенсувала нестачу оборотних коштів, слугувала ліквідністю, основою культури та інституту репутації.

Сучасне суспільство має багато валют та інших фінансових і нефінансових інструментів для забезпечення ліквідності і здійснення транзакцій. Довіра вже не є єдиним доступом до фінансових ресурсів. Натомість тепер довіра стає двигуном ефективності соціальних транзакцій [76]. Для соціально-економічного розвитку суспільств потрібні декілька ключових цінностей: готовність до ризику і помилок, лідерство, мережі та зв'язки.

Довіра до лідера в ієрархічних суспільствах, до партнерів та колег у культурах з низькою ієрархією прискорює розвиток системи та впровадження змін. Сучасні інформаційні мережі спрощують комунікацію у середині організації або суспільства, а також із зовнішнім світом. Довіра є дуже цінним товаром, що має найвищу ліквідність. Вона відіграє ключову роль у процесі обміну інформацією, сприяє розвитку ідей та інновацій. Справжня довіра має високу цінність, натомість дефіцит довіри або її підробка є небажаним явищем, і може давати лише тимчасовий ефект у короткостроковій перспективі.

Довіра як складова соціального капіталу, є основою для об'єднання суспільств, обумовлюється культурою та формується через дотримання стандартів поведінки. Члени суспільства поділяють одні й ті самі цінності, і відповідно мають однакову інтерпретацію поведінки. Вони очікують, що й інші члени суспільства

діятимуть так само. Довіра спрощує комунікацію, полегшує взаємодію та прискорює економічні транзакції, вона є базисом здорової економіки і похідною культури суспільства [77].

Третій етап. Аналіз змін цінностей на різних етапах соціально-економічного розвитку. Проєкт «Огляд цінностей світу» оцінює соціальні, економічні, політичні, релігійні цінності людей у різних країнах. Дослідження є національно репрезентативним соціальним опитуванням на базі загальної анкети, охоплює 100 країн (95% населення світу), проводиться кожні 5 років, починаючи з 1981 року. Результати опитування є відкритими і можуть використовуватись для міжнародних порівнянь. Перевагою проєкту є можливість порівняти динаміку цінностей країн.

Р. Інглеарт та К. Вельцель на основі даних Огляду цінностей світу розробили два ключових виміри цінностей суспільства, на основі яких побудували культурну карту країн світу [78]. Карта аналізує динаміку соціально-економічного розвитку в залежності від пріоритетів суспільства (рис. 1.8).

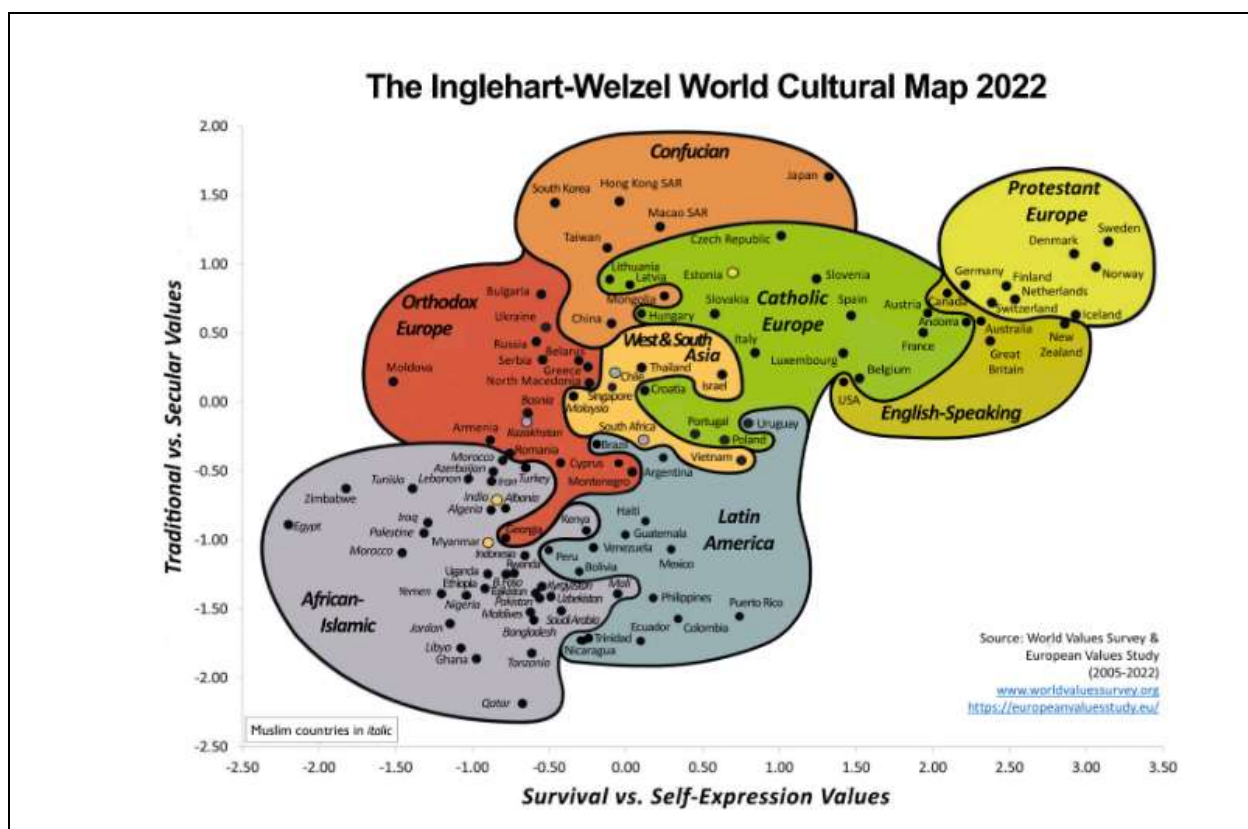


Рис. 1.8. Культурна карта цінностей світу

Джерело: Огляд цінностей світу, хвиля 7 (2017-2022).

Перший вимір характеризує ступінь вираження традиційних або світських цінностей. Країни традиційних цінностей демонструють важливе значення релігії, сімейних зв'язків та шанобливе ставлення до влади. Світські суспільства приділяють менше уваги релігії, допускають можливість розлучення, абортів та рівноправне (менш ієрархічне) ставлення до влади.

Другий вимір характеризує цінності виживання або самовираження. Країни, яким притаманні цінності виживання, демонструють пріоритет фізіологічних потреб, низький рівень задоволеності життям, довіри до інших людей та толерантності. Країни з цінностями самовираження мають пріоритет захисту довкілля, толерантності до інших поглядів на расу та стать, участі у прийнятті рішень в економічному та політичному житті.

Цінності країн поступово змінюються в залежності від соціально-економічних умов та технологічного розвитку. Економічне зростання, перехід країни від індустріального до постіндустріального суспільства, яке супроводжується підвищенням рівня життя, обумовлює зміну системи цінностей. Суспільства рухаються від традиційних до світських цінностей, від цінностей виживання до самовираження, такою є траєкторія розвитку.

Світські цінності розвиваються на основі певного економічного добробуту, тоді виникає більше довіри та поваги до індивіда, зменшується роль релігії. Чітко простежується паралель з пірамідою потреб А. Маслоу. Цінності вищого порядку в країні можуть з'явитись тільки за умов задоволення потреб нижчого порядку. Світські суспільства стають більш відкритими у зовнішній торгівлі, кооперації з іншими країнами, дотриманні правил міжнародних угод.

Системи цінностей країн з високим та низьким рівнем доходів істотно відрізняються. Суспільства з високим рівнем доходу мають світські цінності та орієнтацію на самовираження, і навпаки, суспільства з низьким рівнем доходів мають традиційні цінності та орієнтацію на виживання. Суспільства із середнім рівнем доходу потрапляють у проміжну культурно-економічну зону. Отже, соціально-економічний розвиток сприяє зміні цінностей суспільства.

Традиційна система цінностей була характерною для аграрного суспільства. Розвиток індустріалізації супроводжувався процесом культурної модернізації, зміною системи цінностей до таких, що відповідали духу часу, тобто більш раціональних. Процес індустріального розвитку обумовив рух (зсув) за шкалою цінностей від традиційних з домінуванням релігії до секулярних. Проте він не обумовлює розвиток цінностей самовираження, вони ще не сформувались у ранніх індустріальних суспільствах. Саме тому індустріалізація та технологічний розвиток не завжди та не обов'язково призводять до формування демократичних інститутів або попиту на них.

Наступний етап соціально-економічного розвитку супроводжується розвитком сфери послуг, поступово відбувається посилення ролі індивіда, з'являються цінності самовираження. Суспільства стають більш ліберальними, поступово розвивається демократія [79].

Аналіз карти цінностей світу Р. Інглегарта та К. Вельцеля надає можливість виділити три ключових етапи змін.

Перший етап відображує соціально-економічні зміни у розвитку суспільства, технологічні зміни, як наслідок зростання продуктивності праці і збільшення доходів, збільшення тривалості життя, підвищення рівня освіти, зниження рівня злочинності.

Другий етап відбиває соціокультурні зміни, які відбулись у суспільстві внаслідок технологічних змін. На цьому етапі зміни у виробництві, споживанні, активізують діяльність людей, підсилюють соціальну мобілізацію і сприяють розвитку відносин. При цьому відбувається активна взаємодія всередині суспільства, розвиваються горизонтальні відносини, а вертикальні владні відносини послаблюються. У суспільствах відбувається розвиток цінностей, що відповідають самовираженню і самореалізації, а також «емансипативні» [80] цінності – прагнення до рівності економічних, соціальних і політичних прав, рівності перед законом. Цей етап чітко демонструє якісні зміни в системі цінностей, перехід від одноосібності до значення громади.

Третій етап – розвиток політичних інститутів суспільства, демократії. Економічне зростання сприяє розвитку освіти, інформації, відкриті кордони стимулюють подорожі та інший досвід, все це разом підвищує обізнаність індивіда та розширює його світогляд. Когнітивний розвиток дає змогу аналізувати, думати самостійно, оцінювати дії влади, а не приймати як даність чужий авторитет. Повільно, але непохитно укріплюються емансипаційні цінності, а саме пріоритет універсальним людським свободам, індивідуальному вибору та егалітаризму на рівності можливостей. Іншими словами, розвиток приносить ціннісну зміну, яка дуже сприяє виникненню та збереженню ліберальної демократії [81].

Доречно акцентувати увагу та тому, що ціннісні орієнтації індивідів закріплюються, викристалізуються після завершення їхньої соціалізації. Отже, зміна цінностей відбувається через зміну поколінь, тому поточні аксіологічні принципи є наслідком цінностей минулого. Це дає змогу припустити пріоритет емансипативних цінностей у сучасної молоді [82].

Емансипативні цінності мають еволюційну природу, з'являються та розвиваються за наявності достатніх ресурсів, безпосередньо пов'язані з громадянськими правами. На цьому етапі формуються базис інституційного розвитку, коли розширені демократичні потреби стають прагненням людей на здійснення і реалізацію своїх прав і свобод. Емансипативні цінності формують у людей потреби вищого порядку, прагнення більшої свободи, розширення прав демократії, порівняно з першочерговими примітивними потребами. Отже, емансипативні цінності є універсальними, можуть бути притаманні будь-якій культурі світу і не є виключним надбанням західної культури [83].

Важливо зауважити, що зміна цінностей – це природній, навіть автоматичний процес, за допомогою якого розум індивіда пристосовується до мінливих умов існування [84]. Цей процес є універсальним для всього людства незалежно від політичних умов або культурних особливостей. Він відбувається у зв'язку «корисність – цінність», індивіди пристосовують свої цілі та цінності до об'єктивної реальності. Такий зв'язок корисність-цінність є передумовою людського розвитку, оскільки робить можливим моральний прогрес, а він багато в

чому залежить від культури (*детальніше наскільки етичні цінності залежать від економічних можливостей в 3.2.*).

Прагнення свободи як основи емансипативних цінностей необхідне для добробуту та процвітання, стимулюючи винахідливість, творчість і задоволення від праці та відпочинку. Обмеженням, рамкою цієї свободи завжди виступає культура.

Цінності самовираження акцентують увагу на проблемах захисту навколишнього середовища, громадянської активності та рівності прав між членами суспільства. Як правило такі суспільства мають більш високий рівень суб'єктивного благополуччя, кращі показники здоров'я громадян, достатній рівень довіри між людьми, терпимість до сторонніх груп і підтримку гендерної рівності. Рівень активності громадян всередині суспільства є доволі високий та водночас є запобіжником для авторитаризму. Загалом такі цінності відображають гуманістичний етос, підкреслюючи людську автономію та вибір [85].

Цінності самовираження проявляються на рівні толерантності, довіри, громадянської активності та водночас акценту на суб'єктивному добробуті, вони виникають у постіндустріальних суспільствах в умовах досягнення певного рівня добробуту, захищеності, економічної та фізичної безпеки. Базовим компонентом цього виміру є відхід від матеріалістичних пріоритетів та постматеріалістичних пріоритетів.

Україна за період 1990-2020 проходила шлях зміни цінностей від виживання до самовираження. Екзистенційні цінності були яскраво виражені у 90-х роках минулого століття, коли суспільство переживало важкі часи перебудови, фінансової нестабільності. Протягом останнього десятиліття відбулась істотна зміна цінностей від виживання до самовираження. Рух зміни цінностей, що його пройшла пострадянська Україна за роки відновлення своєї незалежності наведено на малюнку (рис. 1.9).

Слід зазначити, що вибірка дослідження 2020 року відрізняється від вибірки 2011 року, оскільки опитування проводилось без урахування тимчасово окупованих територій АР Крим і районів Донецької та Луганської областей. Детальний аналіз зміни цінностей в Україні за вимірами Р. Інглегарта у 2020 році

порівняно з 2011 роком показує розвиток цінностей відкритості, відповідальності, толерантності [86, 87]:

- зменшився відсоток осіб, що віддають перевагу матеріальним цінностям з 46,2% до 44,7% та змішаним з 50,1% до 48,2%;
- збільшилась частка осіб, що вважають себе щасливими 68,1% до 78,3%;
- зменшилась ксенофобія, зокрема частка тих, хто вважає гомосексуалізм зовсім неприйнятним знизилась з 52,8% до 42,1%;
- збільшилась частка політично активних громадян (петицію вже підписали чи готові підписати з 23,9% до 46,3%);
- рівень довіри до інших людей зріс з 23,1% до 30,1%.

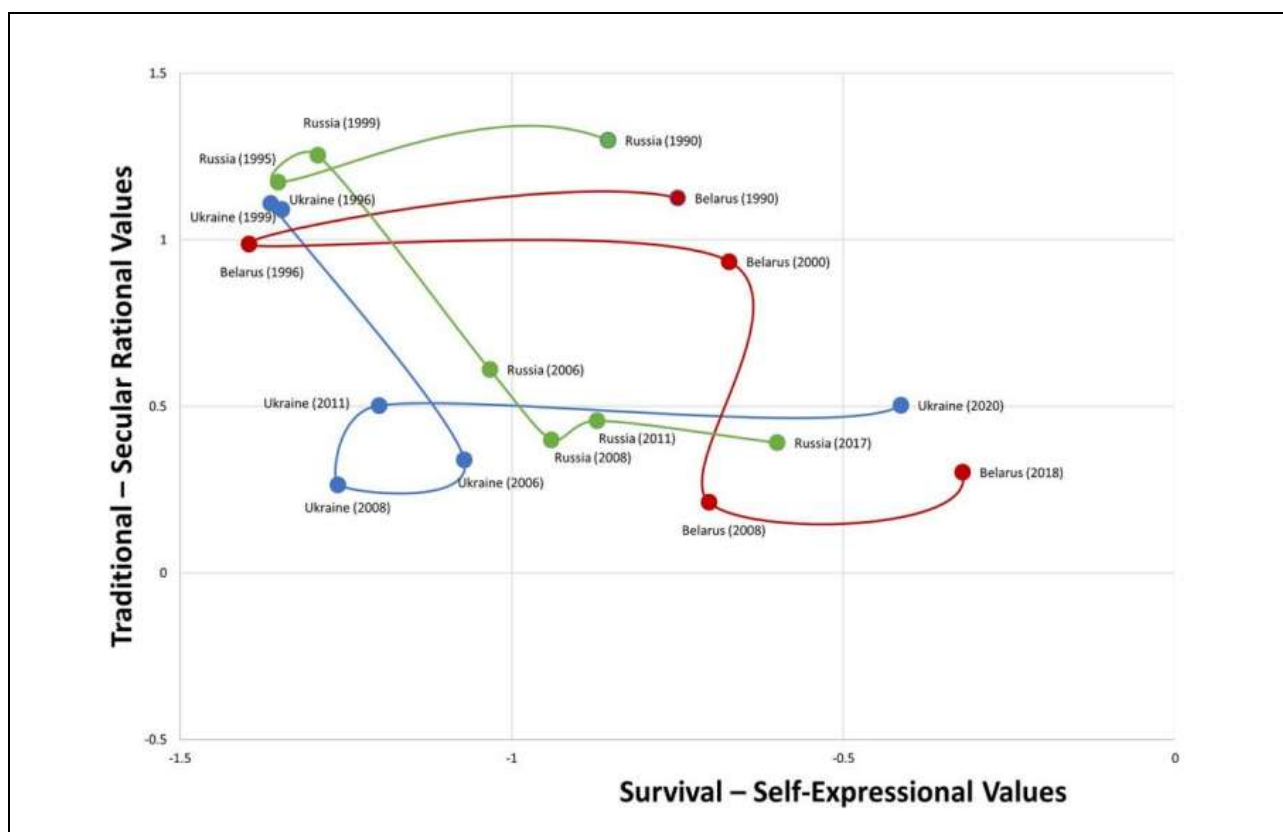


Рис. 1.9. Зміна цінностей в Україні, Білорусі та Росії у 1990-2020 рр.

Джерело: Світове дослідження цінностей 2020 в Україні [88].

Концептуально можна було б говорити про зміну цінностей між поколіннями в Україні, так само як у всіх постіндустріальних суспільствах, оскільки нове покоління виростало в умовах добробуту та захищеності. Нажаль, цей теоретичний конструкт обірвався в Україні, де загроза життю в умовах війни є реальністю вже 9 років (з 2014 року) і знову актуалізуються цінності виживання.

В умовах виживання пріоритетом є безпека та передбачуваність, тому правила дещо абсолютизуються, а потреба у культурному та ціннісному різноманітті зменшується. Цей процес є природним та відновлювальним, оскільки за умов повернення безпеки, інстинкт виживання приглушується, та знову виникає потреба у новизні, культурному розмаїтті тощо.

Отже, соціальна еволюція відбувається внаслідок технологічних змін в житті суспільства і супроводжується зміною цінностей від першочергових потреб виживання до стандартів вищого порядку. Розвиток суспільства є основним фактором трансформації цінностей від матеріальних до постматеріальних. Цінності виживання формувались внаслідок дефіциту ресурсів, і ця обмеженість у свою чергу формувала відповідні соціально-культурні пріоритети суспільства.

Кожна країна має свій унікальний набір характеристик: наявність ресурсів, чисельність населення, соціокультурні цінності, інституції. Втім, інститути та культура відіграють ключову роль, зокрема політичні інститути уможливають участь у демократичному процесі, економічні – можливість інвестувати в кращі технології і отримувати вищі доходи, соціальні – охорону правопорядку. Відмінності інститутів обумовлюють подальшу різницю у суспільствах та пріоритетах їх розвитку.

Слід зазначити, що культурний вплив не є прямолінійним, а культурна змінна не є єдиною, що визначає відмінності. Ціннісні установки та певний вид економічної поведінки суспільства неможливо перенести з однієї групи або території на іншу. Зміна економічних правил, наприклад, лібералізація ринків, прийняття законодавчих актів також не забезпечить миттєвого формування цінностей. Для цього потрібні соціальні зміни, інститути (демократичний устрій країни, громадянське суспільство, верховенство права) та час.

Підсумовуючи зазначимо, що історія розвитку суспільства та рівень взаємодії з іншими державами (ізоляція або кооперація) визначають подальший розвиток організаційно-економічних відносин. Глобалізація і технології видозмінюють історичну пам'ять суспільств, уніфікують соціальні норми та цінності, правила

ведення бізнесу та прийняття рішень. Поступово формується нова національна культура, що містить запозичені елементи і є адаптованою до сучасних вимог.

Інституції як сукупність загальноприйнятих норм і стандартів є відображенням культурних цінностей, стилю поведінки і способу мислення соціальної групи та нації. Шаблони поведінки і форми мислення індивідів не є статичними – вони формуються, еволюціонують та піддаються впливу. Цінностями індивідів, котрі сприяють успішному розвитку спільноти та економічному зростанню країни є такі: доброзичливість (вміння спілкуватись та будувати соціальні відносини), універсалізм (готовність працювати на колективні цілі), самовизначення (самоконтроль, самоповага, незалежність). Важливими є мотивація до праці, позитивне ставлення до конкуренції, високий рівень знань та освіти, позитивна концепція багатства, високий рівень довіри, повага до законів та етичне використання суспільних благ (*кількісний аналіз представлено в 3.2.*). Наявність цих цінностей сприяє економічному зростанню країни.

Культурні цінності є невід’ємною частиною суспільною устрою, найяскравіше вони проявляються у правилах функціонування соціуму та формуванні інститутів. Принципи та правила соціальної культури разом із соціальними практиками створюють інституційні відносини влади і суспільства. Саме інтегративна функція культурних цінностей демонструє їх фундаментальність.

Висновки до розділу 1

1. Порівняльний аналіз підходів до розуміння поняття «культура» дає можливість встановити суттєві відмінності у розумінні культури в процесі еволюції історії економічної думки і разом з тим об’єднати в її дослідженні економічний, соціологічний та філософський підходи. Динаміка соціально-економічних змін обумовила значні зміни у соціокультурних дослідженнях та самій культурі. Культура є неформальним інститутом, який встановлює правила гри у суспільстві. Вона являє собою знання, які передаються у колективі через соціальну взаємодію. Культура формується в процесі соціалізації, надалі сформовані соціокультурні цінності переходять у площину підсвідомості та формують стандарти поведінки.

Стабільність та ефективність соціальної системи держави істотно залежить від культурних цінностей, які панують у суспільстві. Усвідомлення спільних культурних цінностей та їх прийняття всіма членами спільноти є необхідною умовою функціонування та розвитку як соціальної, так і економічної системи держави.

2. Передумовами для формування культурних цінностей є зовнішні фактори (географічні, кліматичні, історичні), які значною мірою обумовлюють процеси формування соціальної взаємодії, формують соціальні норми і правила економічної поведінки. Культурні цінності надалі закріплюються на рівні формальних правил (закони, регуляторні акти) та формують поведінку суспільства (дотримання законів, довіра).

Суспільство може формувати нові соціальні звичаї та набувати нових цінностей, проте це досить тривалий процес. Джерелами ціннісних змін є комбінація зовнішніх та внутрішніх факторів. Зовнішніми факторами є соціально-політичні зміни на геополітичному рівні, які можуть викликати інституціональні зміни всередині країни. Внутрішніми – індивідуальне навчання та соціальні зміни. Формування нових цінностей відбувається поетапно та залежить від наявних соціальних норм і готовності суспільства до змін та альтернатив вибору.

3. Економічна поведінка індивіда залежить від домінуючих культурних цінностей. Пріоритетними цінностями індивіда, що сприяють розвитку спільноти, є універсалізм, самовизначення та доброзичливість. Суспільні норми, такі як ставлення до приватної власності, погляди на конкуренцію, концепція багатства, розподіл суспільних благ і релігія впливають на економічне зростання держави. В цілому суспільства рухаються від першочергових цінностей виживання до цінностей вищого порядку, до того ж на різних етапах соціально-економічного розвитку країни змінюються змістове наповнення соціальних та економічних цінностей, їх пріоритетність у стратегіях розвитку суспільства.

Українське суспільство за категоріями міжкультурних досліджень відноситься до висококонтекстної культури з високим рівнем владності, досить слабкими соціальними нормами, комуністичним минулим, низьким рівнем поваги до

приватної власності. Усі ці особливості впливають на економічну та етичну поведінку індивідів.

Цінності, які сприяють зростанню (інститут власності, права та підприємництва) поряд з економічною свободою можуть забезпечити високі темпи економічного зростання. Але ці цінності не можуть бути напряду привнесені ззовні в окремо взятую країну, вони мають пройти певний шлях розвитку та закріпитись у цінностях суспільства.

Основні результати дослідження, котрі отримані у розділі 1, опубліковані у наукових працях автора [89, 90, 91, 92, 93].

РОЗДІЛ 2

МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ КУЛЬТУРИ ТА ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

2.1. Диверсифікація культурних індустрій і продуктів

В останні десятиліття стало очевидним економічне значення розвитку культурних індустрій, вони роблять свій внесок у ВВП та зайнятість, підвищують конкурентоспроможність, а також можуть залучати інвестиції. Безумовно, культура важливий, проте очевидно, що не єдиний фактор, який визначає економічну, соціальну та політичну поведінку. Культура може бути рушієм або перешкодою для економічного зростання. Враховуючи важливість культури, можна створювати умови для формування тих культурних цінностей, які сприяють економічному та соціальному розвитку.

Наприкінці минулого століття домінувала концепція розуміння культури як продукту певної економічної системи, в якій розвиток мистецтва зумовлюється економічним розвитком суспільства. Культура об'єднувала цінності на індивідуальному чи колективному рівні та нематеріальні результати творчої діяльності. У цій концепції акцент був на духовній складовій культури та вивченні її впливу на поведінку людей. Культура та ідеологія розглядались як «надбудова» і відображали економічну базу суспільства.

Сучасний підхід досліджень взаємозв'язку між економікою та культурою наголошує, що економічний розвиток суспільства обумовлюється розвитком мистецтва та культури, а не навпаки. Сучасна економічна парадигма розглядає творчі, креативні ресурси та культурні індустрії ключовим елементом розвитку суспільства та економіки у всьому світі.

Особливістю розвитку економічних систем постіндустріального типу є їх соціальна спрямованість, вона формує можливості розвитку та реалізації цілей для членів суспільства. «Економіка похідна від розвитку технології, психології, культури людей» [94]. Економічний розвиток підпорядковується завданням розвитку суспільства. У постіндустріальному суспільстві до стандартних факторів

зростання додаються знання, творчість, оригінальність та навички, які забезпечують економічне та соціальне зростання.

Культура та економіка є взаємозалежними і доповнючими. Культура визначає спосіб розвитку соціуму, а далі в міру розвитку суспільства формуються нові цінності, нові потреби, нові культурні смисли та символи. Причинно-наслідковий зв'язок між культурою й іншими змінними, як наприклад, політичний курс, інституції та економічний розвиток є двостороннім [95].

Слід зауважити, що соціально-економічний розвиток значною мірою обумовив зростання культурного сектору. Так, зростання важливості культурних індустрій було пов'язане зі збільшенням доходів населення, розвитком потреб нематеріального характеру, зниженням тривалості робочого часу та появою часу для дозвілля. У середині XX століття стала стрімко розвиватись індустрія розваг та споживання. Механізація процесу праці сформувала потребу на відпочинок та розваги. У свою чергу, індустрія культури та дозвілля стала використовувати спрощення та стандартизацію культурних продуктів для задоволення потреб споживача. Виробництво та розповсюдження культурних продуктів набувало масовості. Культура почала підпорядковуватись законам ринку [96]. Продукти культури стали товаром, цінність якого визначається логікою товарного виробництва і обміну.

Культура стала суттю нової суспільної сфери у відносинах між державою та індивідом, на якій у XIX-XX століттях ґрунтувалося змагання та легітимізація політичної та соціально-економічної влади [97]. Культурна діяльність, яка формується навколо предметів мистецтва та споживання, дозвілля, одягу, музики стає рушієм економічного зростання у постіндустріальних суспільствах.

Водночас, виробництво зображень, текстів, звуків, має сильний символічний вплив на індивіда та суспільство, культурні продукти створюють досвід та формують ефект емоційного залучення, який використовується у соціально-політичних проектах (*детальніше в п. 2.3*). Маючи потужну силу, культура стає інструментом, який використовують у стратегічних комунікаціях, культурній дипломатії та формуванні наративів (Т. Адорно, П. Бурдье, Б. Гамільтон,

С. Татхем, Х. Гуерро-Кастро, Г. Дімітріу, К. Пол, Д. Хольцхаузен, а також українські дослідники А. Баровська, В. Петров, Д. Дубов, С. Даниленко, Д. Золотухін, М. Ожеван).

Розвиток культурних індустрій став помітним у 1970-х роках, у період, коли в європейських країнах активно розвивалась міжнародна торгівля, зменшувались митні тарифи та бар'єри. Саме тоді з'явилося розуміння та необхідність державного регулювання та захисту культурних індустрій, котрі є частиною національної культурної політики. Воно виникло у Великій Британії як відповідь на виклики післявоєнній реальності: «американізація» британської популярної культури, зростаючий мультикультуралізм британського суспільства, поява нових засобів масової комунікації, та формування суспільства споживання [98]. Все це потребувало осмислення нових культурних форм, практик та життя суспільства.

Поступово формувалось уявлення про культурний сектор як нову тенденцію в соціально-культурній сфері на основі нової постіндустріальної реальності, економіки знань, творчості й таланту та цифрових технологій. Об'єднання усіх цих елементів формує потенціал для економічного зростання через розвиток людського капіталу, створення нових робочих місць та інноваційного розвитку за умов дотримання інтелектуальної власності.

Сьогодні культурний сектор має декілька сфер, найпомітнішими серед яких є такі: мистецтво, культурні індустрії, креативні індустрії. Важливо окреслити зміст культурних, креативних галузей та креативної економіки. Україна, країни ЄС та ЮНЕСКО використовують різну методологію оцінки культурних галузей. На нашу думку це розуміння необхідне для аналізу та порівняння розвитку секторів та формування державної політики підтримки цих галузей.

Культурні галузі (cultural industries) визначаються ЮНЕСКО як галузі, які «поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію інформації (змісту), яка має нематеріальний та культурний характер» [99]. Результатом діяльності є культурний товар чи послуга, як правило, захищена авторським правом. Важливим аспектом функціонування культурних галузей є те, що вони сприяють розвитку

освіти, культурного різноманіття та забезпечують доступ до творів мистецтва та культурних цінностей.

Термін «креативні галузі» (creative industries) почав застосовуватись пізніше, його використання пов'язане з використанням підходу до потенційної комерційної діяльності, яка донедавна розглядалась переважно в неекономічному відношенні.

Термін «креативна економіка» (creative economy) з'явився в 2001 р. у роботі Дж. Гоукінса про взаємозв'язок творчості та економіки. Творчість не є новим видом економічної діяльності, вона обумовлює взаємодію та ступінь взаємозв'язку між культурою та економікою для створення нової унікальної цінності та багатства [100]. Креативна економіка за Дж. Гоукінсом об'єднує 15 творчих галузей від мистецтва до сфер науки та технології. При цьому є два види творчості: індивідуальна діяльність особистості (характерне для всіх суспільств і культур) і створення продукту (більш притаманний індустріально розвиненим країнам, які стимулюють інновації, розвивають науку та захищають права власності).

Поняття «культурна економіка» (cultural economics) або «економіка культури» (economy of culture), використовують для окреслення принципів економіки культури як окремої сфери, аналізу економічних аспектів культурної політики, аналізу культурних галузей, культурної спадщини, економічної організації культурного сектору та поведінки виробників, споживачів та регуляторів у цьому секторі. Економіка культури досліджується в таких сферах як неокласична економічна теорія, економіка добробуту, інституційна економіка. Економічний аналіз дає змогу краще зрозуміти динаміку культурних галузей, її взаємодію зі світовою торгівлею та економікою.

Стислий огляд термінів дає нам змогу перейти до порівняльного аналізу структурних характеристик культурного сектору та його благ.

ЮНЕСКО змістовно поєднує використання термінів «культурних» та «креативних» галузей, виділяє безпосередньо культурні галузі (культурна спадщина, виконавське та візуальне мистецтво, книговидавництво, ТБ, радіомовлення, дизайн та креативні послуги) та суміжні (туризм, спорт та відпочинок) [101]. Акцент зосереджено на творчості як джерелі товарів та послуг культурних і

креативних індустрій. Відмінності у визначеннях, які використовуються на національному рівні, зазвичай залежать від державної культурної політики, пріоритетів соціально-економічного розвитку в певній країні, можливі відмінності на рівні місцевої політики та громадських ініціатив.

Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) у своєму підході до розуміння культурних індустрій зосереджена переважно на дотриманні прав інтелектуальної власності та отриманні прибутку [102]. Відповідно бачимо чітку комерційну спрямованість у визначенні культурних або творчих благ. Рушійною силою економіки є інновації та підприємництво, котрі розвиваються за рахунок високої якості людського капіталу, таланту індивідів, ресурсів для його реалізації, сприятливого зовнішнього середовища та мобільності. Метою діяльності підприємців у сфері креативних індустрій можуть бути різні мотиви від свободи творчості до реалізації бізнес стратегій, широкою є і сфера індустрій від архітектури до розробки мобільних застосунків. При цьому незалежно від сфери вирішальне значення має інтелектуальна власність.

Культурна політика Європейського Союзу пропонує визначення культури та культурних галузей на розсуд держав-членів у відповідності до їх національних та місцевих особливостей. Водночас визначення культурного та креативного секторів міститься в правовій частині програми «Креативна Європа» і стосується підтримки галузей культури в ЄС.

«Культурні та творчі сектори» включають всі сектори, діяльність яких базується на культурних цінностях та/або мистецьких та інших творчих проявах, незалежно від того, чи є ця діяльність ринковою чи неринковою, незалежно від типу організації та джерел фінансування. Ця діяльність спрямована розробку, створення, виробництво, розповсюдження та збереження товарів і послуг, які втілюють культурні, мистецькі чи інші творчі прояви, а також відповідні функції, такі як освіта чи управління. Сектори культури та творчості включають, зокрема, архітектуру, архіви, бібліотеки та музеї, художні ремесла, аудіовізуальні засоби (кіно, телебачення, відеоігри та мультимедіа), матеріальну та нематеріальну культурну спадщину, дизайн, фестивалі, музику, літературу [103].

Загальними цілями європейської культурної політики є охорона, розвиток та сприяння європейській культурній та мовній різноманітності, посилення конкурентоспроможності європейського культурного та творчого секторів на транснаціональному та міжнародному рівнях. Важливими є завдання сприяти транснаціональному поширенню культурних товарів та послуг, мобільності митців, малих і середніх підприємств, мікробізнесу, а також інноваціям, креативності та новим моделям бізнесу.

В Україні діяльність культурного сектору регламентується Законом України «Про культуру» [104]. У Законі означено такі поняття як «діяльність у сфері культури» (культурна діяльність) – творча, господарська, наукова, бібліотечна, інформаційна, музейна, освітня, культурно-дозвілєва та розважальна діяльність, спрямована на створення, тиражування, розповсюдження, демонстрування, популяризацію, збереження і використання культурних благ та культурних цінностей для задоволення культурних потреб громадян.

В Законі України «Про культуру» окремо визначено креативні індустрії як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження. Результатом діяльності креативних індустрій є креативний продукт – товари та послуги, що створені/надані за результатами культурного (мистецького) та/або креативного вираження і мають високу додану вартість.

Культурні галузі на основі творчості створюють продукти, що мають соціальне та культурне значення, а також створюють прибуток за рахунок використання культурних цінностей. В ЗМІ терміни «культурні» та «креативні» індустрії вживаються як взаємодоповнюючі, або взаємозамінні категорії [105]. При цьому концепція «креативних індустрій» безпосередньо пов'язана з концепцією інформаційної економіки, економіки знань, наукових та технологічних інновацій, розробкою програмного забезпечення.

Важко визначити різницю між бізнесом, якій дійсно генерує цінність інтелектуальної власності та підприємствами, які отримують вигоду від володіння та використання цієї інтелектуальної власності. У багатьох випадках виробниками

культурного продукту є малі, середні підприємства та мікробізнес, а використовують інтелектуальну власність великі підприємства, ТНК, корпорації з великою капіталізацією [106].

Сучасні підходи до аналізу розвитку внеску культурних галузей концентруються не на виробничій структурі діяльності, а на людських ресурсах, зайнятих у культурній галузі (творчий клас). Творчий клас є компонентом теорії 3Ts. Прихильники теорії стверджують, що він приносить економічне зростання країнам, які можуть залучати людей і стимулювати середовище для технологій та толерантності.

Теорія 3Ts визначає три ключові фактори зростання – креативний клас (талант), толерантність та високі технології [107]. У креативній економіці виробництво товарів та послуг масового споживання базується на здатності людини генерувати нові ідеї, продукти, послуги, процеси. Ці показники характеризують якість людського капіталу та стали основою для Глобального індексу креативності (Global Creativity Index (GCI)). Аналіз індексу креативності демонструє зв'язок з показниками економічної конкурентоспроможності, людського розвитку та задоволенням життям. Країни, які домінують в рейтингу індексу креативності є лідерами і в інших сферах – людського і економічного розвитку (рис. 2.1.)

Справедливо зауважимо, що креативність можуть демонструвати і країни, які мають не дуже високий рівень соціально-економічної стійкості (*за даними 2020 року*), наприклад Україна. Водночас маємо вищий рівень творчого потенціалу в Україні порівняно з Туреччиною, Румунією, Болгарією, Хорватією, Словаччиною.

Зазначимо, що доступність природних ресурсів вже не є базисом для економічного розвитку суспільства. Концентрація талановитих людей, що можуть створювати новий простір, втілювати нові ідеї може забезпечити приплив фінансових ресурсів та технологій для подальшого зростання. У епоху творчості регіони продовжуватимуть оцінюватись за їх ВВП на душу населення та іншими традиційними заходами, але саме їхній загальний творчий результат визначає стійкий успіх [108].

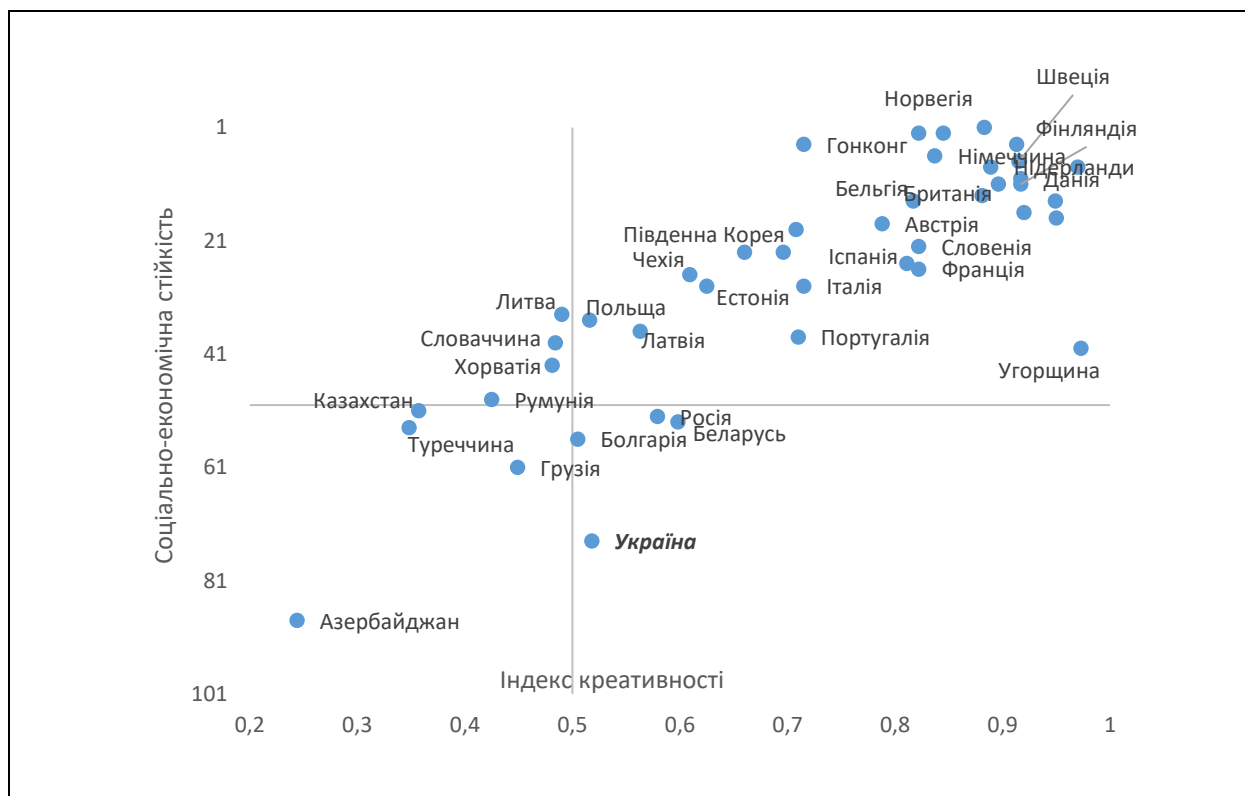


Рис. 2.1. Співвідношення креативності та соціально-економічної стійкості

Джерело: побудовано автором на основі даних [55, 109].

Якщо культуру можна уявити як систему переконань, цінностей, звичаїв суспільства, тоді культурні взаємодії між членами цієї групи або між ними та іншими групами можуть моделюватися як транзакції, або обмін символічними і матеріальними благами в рамках економіки [110]. Культурне виробництво і споживання можуть бути вписані в промислові рамки, вироблені та спожиті блага і послуги можуть розглядатися як товари точно так же, як і будь-які інші товари, що виробляються в економічній системі.

Економічні агенти приймають рішення всередині культурного середовища, яке безпосередньо впливає на формування їхніх вподобань на рівні індивідуального споживача, фірми або на рівні макроекономіки. Категорії попиту, пропозиції та ринкової рівноваги можна застосовувати як у соціальному, так і культурному контекстах. Культурні та креативні індустрії виступають виробниками культурних продуктів.

Це обумовлює необхідність визначення змістової характеристики культурного продукту як економічної категорії через опис таких параметрів як, цінність, економічну природу, вартість.

1. Цінність культурного продукту. Культурні галузі створюють культурний продукт, який має символічну цінність. Культурні цінності виконують різні функції від простого інформування, створення сенсів, інтерпретації до спонукання та роздумів, стимулювання певних реакції або дій.

Цінність, як продукт діяльності, можна виміряти економічно через кількість створених робочих місць. Хоча робочі місця можуть бути створені багатьма економічними видами діяльності, проте вони не можуть генерувати такі самі культурні та мистецькі цінності, які створюють культурні індустрії.

Продукти мистецької діяльності створюють й неринкові цінності, які важко виміряти у грошовому вираженні, але вони також дуже важливі. Наприклад, культурні та творчі індустрії в економіці відображують, генерують та формують національну та індивідуальну ідентичність. Така культурна продукція часто є складною, і, хоча вона має великий вплив на колективне мислення, може не мати фінансового або ринкового успіху.

Діяльність культурних індустрій пов'язана насамперед з передачею інформації, повідомлень, знань, а не функціональністю. Мета цих галузей – створювати смисли моральної, духовної поведінки особистості та норми і цінності суспільства. Для багатьох товарів та послуг межі функціональної або культурної цінності часто перетинаються.

2. Економічна природа культурних галузей і їхніх результатів. Культурні та креативні галузі мають особливу економічну природу, відмінну від загальних тенденцій товарного виробництва. Відмінності обумовлено специфікою культурного товару. Функціонування ринку культурних продуктів, їх виробництво та споживання мають свої суперечності [111].

По-перше, особливістю культурних продуктів є те, що вони не зношуються при використанні, тому не виникає потреби у повторній покупці, і відповідно відсутність дефіциту.

По-друге, однією з цінностей культури є новизна чи відмінність, що обумовлює виникнення потреби у створенні нових продуктів. Економічне відтворення у сфері культурних та креативних галузей залежить від постійного виробництва новизни. Це суттєво вирізняє культурний сектор від традиційної моделі промислового розвитку, і більше відповідає теорії інновацій.

По-третє, у системі розповсюдження культурних продуктів гранична вартість виготовлення додаткової одиниці, копії (запис ще однієї копії відео-ролика, музичного треку порівняно з витратами на створення) товару близька до нуля. За таких умов зростає гранична віддача від кожної додаткової проданої одиниці.

По-четверте, еквівалентність обміну порушується у результаті використання відтворювальних технологій, інтернету, програмного забезпечення для додаткового, у тому числі незаконного копіювання та тиражування культурного продукту. Розвиток ринку культурних продуктів обумовлює зацікавленість до нього, і в тому числі формує попит на піратство, яке важко контролювати.

По-п'яте, винятковість попиту на культурні продукти. Споживачі не можуть завчасно, до процесу споживання адекватно оцінити культурний товар чи послугу. Спрогнозувати рівень попиту та успіху товару на ринку на культурні товари важко. Тому, в багатьох культурних та креативних секторах існує постійна тенденція до надвиробництва та недооцінка споживання, щороку зростає кількість книг та схожих відео-продуктів, музичних треків [112].

3. Співвідношення категорій цінності і вартості. Відмінності, межі економічної та культурної цінності потрібні для аналізу проблем, пов'язаних з оцінкою культури. Цінність сектору культурних індустрій вимірюють через фокус економічного або соціального впливу. Визначити цінність культурного продукту частково можна і методом витрат, сумою отриманого прибутку від продажу чи естетичною цінністю. Термін цінність (value) вживають як для позначення економічної цінності товару, так і для опису його культурного, соціального, естетичного значення.

Економічна цінність товару вимірюється витратами на виробництво плюс прибуток і фактично є ціною продажу. На ціну впливають рівень попиту,

пропозиції, унікальності товару або наявності його заміщення. Цінність може формуватися і на основі уподобань та рівнем задоволеності певною послугою.

Важливим аспектом оцінювання є якість культурного продукту. Якість – це узагальнена та філософська категорія. Економічний зміст якості можна виміряти через співвідношення прибутку та затрат. Проте, ця концепція можливо буде недостатньою для оцінки якості культурних благ. Тлумачний словник української мови визначає якість як «внутрішню визначеність предмета, яка становить специфіку, що відрізняє його від усіх інших» [113]. Якість культурного продукту (наприклад аудіовізуального продукту) може бути бездоганною, проте вона може не відповідати вимогам та викликам суспільства. Отже, оцінювання культурних благ є складним соціальним процесом, який потребує розуміння тонкощів суспільства, знання історії та здатність до філософської рефлексії.

Культурні продукти часто є відображенням етики, моралі, формують суспільну думку та шаблони поведінки. Тому цінність продуктів культурної діяльності в більшому ступені відображує не економічну концепцію вартості, а значення та важливість культурного продукту. Усі ці аспекти обумовлюють багатогранність та складність обговорення культурної цінності.

Отже, доцільно враховувати подвійну природу культурного та креативного секторів, які мають внутрішню, мистецьку цінність та водночас економічну вартість, здатні продукувати конкурентоспроможність, креативність та інноваційність. Поєднання культурної та економічної цінності культурних благ можна представити у вигляді концентричних кіл, ядром яких є мистецтво, цінності та символічний сенс [114]. Ця модель оптимально враховує суперечності структурних характеристик культурних благ, а також об'єднує категорії культурної цінності та економічної вартості на відносно рівних умовах (рис. 2.2).

Модель концентричних кіл Д. Тросбі спочатку базується розумінні співіснування культурної цінності та економічної вартості. Різні товари мають різний ступінь культурного змісту відносно їх комерційної цінності. Концентричні кола базуються саме на такому підході: у центрі знаходяться творчі галузі, котрі

мають високий ступінь культурного змісту, назовні від центру розташовані галузі, в котрих культурний зміст падає відносно комерційної вартості вироблених благ.

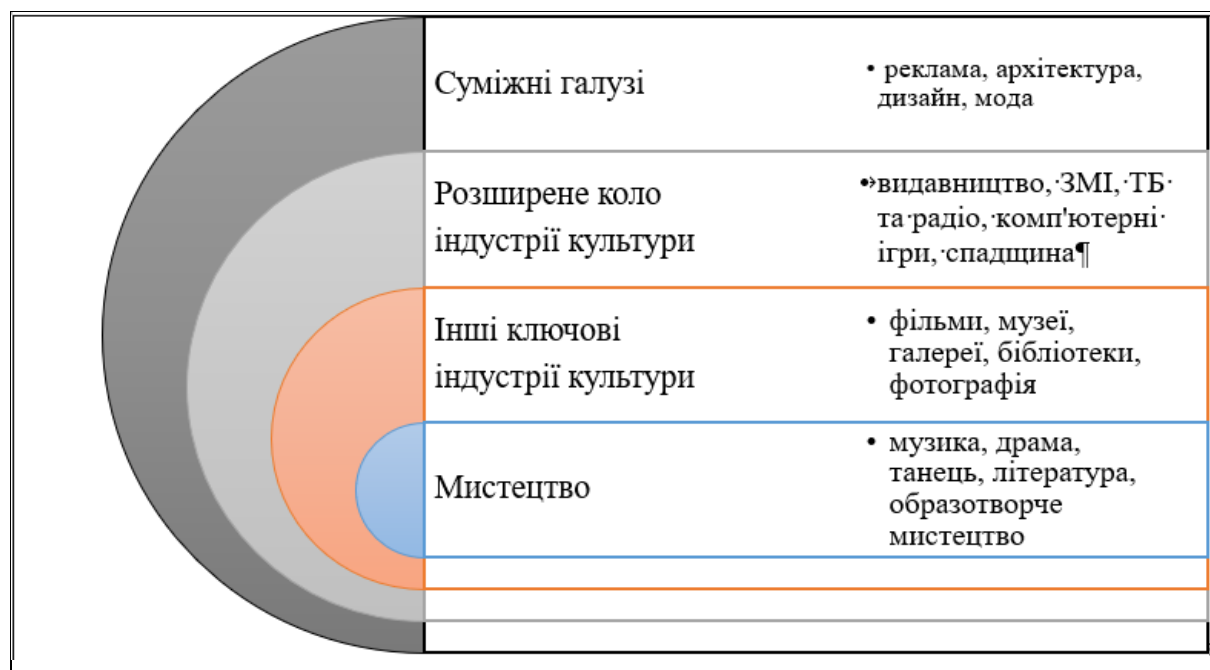


Рис. 2.2. Модель концентричних кіл культурних індустрій

Джерело: побудовано на основі [100].

Культурний зміст можна оцінювати за допомогою культурологічного (сила впливу символічних повідомлень), юридичного (права інтелектуальної власності) або економічного (створення доданої вартості) принципу. Застосування системного підходу до аналізу структурних характеристик культурних благ призводить до висновку, що культурний зміст є результатом художньої творчості, а тиражування та масове поширення культурних благ (зображень, звуків, текстів) формує економічну вартість.

Справедливо зауважимо, що такі поняття як творчість, культурний зміст, цінність багатогранні та не можуть бути обмежені одним визначенням. В даному контексті вони уможливають порівняльну класифікацію для побудови моделі. Поширення творчих ідей може відбуватись і між різними сферами через процес спілкування та обміну інформацією, так як це відбувається в економіці знань та суспільстві в цілому. При цьому будь-який культурний зміст може бути реалізований в декількох різних галузях (наприклад, патріотичний заклик може

стати слоганом на постерах, рухомих зображеннях, поштових марках та приспівом у пісні).

Маємо визнати, що творча праця є нестабільною та вразливою, а ступінь вразливості істотно залежить від підвиду культурної індустрії (виробництво культурного продукту, розповсюдження) та супутньої економічної діяльності. Саме тому дослідження культурних індустрій слід проводити наряду з оглядом макроекономічної ситуації в країні, а також враховувати вплив світових економічних криз.

У період світової економічної кризи 2007-2009 років культурні і креативні індустрії продемонстрували більшу стійкість до впливу кризи порівняно з традиційними промисловими та виробничими галузями. Обсяги світової торгівлі впали на 12% у 2008 році, в той час як світова торгівля творчими товарами та послугами продовжувала зростати, середньорічний показник становив 14 відсотків [115]. Було сформовано припущення, що у період економічних криз та спадів креативна економіка має можливості для зростання.

Після кризи 2007-2009 рр. сфера виробництва та торгівлі креативними товарами демонструвала достатньо високі темпи зростання, у 2010 – 2015 роках вони становили понад 7 відсотків [116]. При цьому середній темп зростання світової економіки за цій же період становив 3,3 відсотки [117]. Світовий ринок креативних товарів (індустрій) виріс вдвічі з \$208 млрд у 2002 до \$509 млрд у 2015 році. Лідерами були країни, що розвиваються – Китай, Гонконг (Китай), Індія, Сінгапур, Туреччина, Таїланд, Малайзія, Мексика та Філіппіни. У топ-20 країн входили Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина.

Важливим елементом креативної економіки є креативні послуги, які могли стати однією з найбільш динамічних майбутніх сфер зростання. Креативні послуги розвиваються поряд з цифровою та економікою спільного користування, вони є супутніми для електронної комерції. Завдяки цьому креативні послуги могли забезпечити відносну стійкість у період економічних криз. Проте, 2020 рік став переломним, і для креативних галузей, і для всієї світової економіки. Нестабільний

та творчий характер роботи галузей зробив їх особливо вразливими до економічних потрясінь, спричинених пандемією та кризою.

Пандемія COVID-19 мала руйнівний вплив на культурні та креативні індустрії. Заходи карантину та фізичного дистанціювання фактично зупинили роботу підприємців сектору в усьому світі. Особливість культурних та креативних індустрій полягає в тому, що для функціонування галузей потрібне суспільство, групи людей, які реалізовуватимуть колективне споживання. Це, в першу чергу, стосується виконавського (театр, музичні концерти), та аудіовізуального мистецтва (кінотеатри, музеї, фестивалі).

Внаслідок закриття культурних закладів, ресторанів, барів, парків розваг, скасування концертів та публічних заходів культурні індустрії зазнали збитків: впали доходи у галузі та збільшилась кількість звільнених працівників. Закриття установ культури вплинуло не тільки на виробників культурного продукту, а й на весь ланцюг формування вартості – створення, виробництво, розподіл та споживання [118].

Можна виділити декілька особливостей впливу пандемії на культурний та креативний сектори. Ці відмінності добре характеризують специфіку галузей та потрібні для подальшого розуміння їх внесків в економічне зростання у постіндустріальних суспільствах.

По-перше, темпи падіння сектору значно перевищуються темпи спаду у національних економіках. Втрати доходів культурних і креативних індустрій у 2020 році, за даними ЮНЕСКО, становили приблизно від 20 до 40% у різних країнах [119].

По-друге, найбільше абсолютне падіння економічних показників культурних і креативних індустрій відбувалось у великих містах, тобто саме там, де ці галузі безпосередньо розташовані.

По-третє, самозайняті особи більше втратили дохід та мають вищий рівень безробіття, порівняно з іншими категоріями культурних та творчих працівників, зокрема найманими працівниками.

Важливо відмітити, що криза виявила слабкі місця, які вже були в роботі галузей, а також показала потребу в механізмах захисту соціальних умов праці співробітників культури, які потребують захисту та підтримки. Культурні індустрії представлені різними за структурою та характером діяльності галузями та, як наслідок, мають різносторонній вплив пандемії. Розглянемо їх детальніше.

1. Засоби масової інформації втратили доходи від реклами, які є основним джерелом фінансування медіа, як наслідок мали проблеми з наявністю коштів для продовження роботи, створення інформаційного контенту та виплати заробітних плат працівникам.

2. Виступи наживо перед публікою (театр, концерти, цирк) припинили свою діяльність внаслідок карантину. Артисти, підприємці галузі переважно є самозайнятими працівниками, мають невисокий та нерегулярний дохід (складна процедура роялті платежів та поширене піратство) та відповідно обмежений доступ до соціального забезпечення. Значна частка культурної діяльності є неформальною, працівники часто не мають належного документального оформлення, їм потрібні заходи соціального захисту, допомога по безробіттю або гарантування заміни доходу.

Отримання доходів від авторського права на твори мистецтва є недостатньою фінансовою винагородою для митців. Суми за використання творів цифровими платформами значно менші, порівняно з продажем фізичних носіїв. Так проявляється суперечність економічної вартості та культурної цінності, котра посилюється в епоху використання цифрових носіїв [120].

3. Кіновиробництво (кінокомпанії, дистриб'ютори, кінотеатри) зупинилось. Карантинні обмеження унеможливили знімальний процес, скасували заплановані прем'єри та нові проєкти.

Криза стала каталізатором для переходу в онлайн режим та оцифровування культурного продукту. Попри розвиток цифрових технологій зберігаються географічні нерівності у торгівлі внаслідок логістики, слабо розвиненої інфраструктури. Навіть за наявності мобільного зв'язку, багатьом країнам не вистачає можливостей доступу на ринок культурних товарів та послуг. За даними

ЮНКТАД, багато малих креативних підприємств, стикаються з проблемами виходу на експортні ринки, перевезення товарів за кордон, знання регуляторних вимог у країнах-експортерах та імпортерах та торговельного фінансування [121].

Політика підтримки культурних та креативних галузей реалізується не тільки урядовими організаціями, а й приватним сектором і громадськими об'єднаннями. Переважна більшість заходів стосуються надання фінансової допомоги, натомість соціальні та економічні права працівників культурного сектору часто залишаються поза увагою.

Отже, культурні та креативні індустрії є прикладом взаємодії економічних та культурних факторів. Креативна економіка перетворює творчі ідеї на прибуток для індивідів та суспільства, об'єднує силу творчості, культури, економіки та технологій. Культурні індустрії створюють смисли для існування та розвитку суспільства. Відносини між виробниками та споживачами культурного продукту істотно залежать від нових технологій.

Культура є динамічним явищем, вона реагує на соціальні та технологічні зміни, але змінюється повільніше за технології. Усі новації, які відбуваються у нашому суспільстві, знаходять своє безпосереднє відображення у культурі. Культурні продукти передають історичний досвід, навіть якщо це події річної давнини. Вони формують наративи та створюють переконання у суспільстві і визначають те, як ми будемо інтерпретувати ті чи інші події.

Руйнівний вплив війни на культурний сектор. Сьогодні культурний сектор зазнає руйнівного впливу від збройної агресії з боку Росії, руйнуються пам'ятки та спадщина. Культурний сектор зазнає збитків від зниження попиту внаслідок великої кількості біженців та внутрішньо переміщених осіб, переміщення підприємств. Доходи відсутні або мінімальні, а бюджетні кошти, які раніше виділялися на підтримку культури та інших сфер, в умовах воєнного часу об'єктивно спрямовані на потреби Збройних сил України.

Кількісно оцінити вплив війни на роботу культурних та креативних індустрій можна за допомогою даних дослідження Кейсіз (CASES, фахова соцмережа для

креативних індустрій), яке проводилось у кінці березня 2022 року, охоплення становило понад 1000 респондентів [122]:

- майже 4 із 10 компаній в креативних індустріях призупинили свою діяльність, 37,2% частково чи повністю призупинили свою діяльність;

- найбільше постраждали компанії у сфері архітектурного дизайну (68% призупинили діяльність), найменше – айти (13,1%) та розробники ігор – 10 відсотків.

- особливо вразливими виявились компанії, котрі працювали з клієнтами з України, значна частина українських замовників мали проблеми з оплатою виконаних робіт, виконанням своїх зобов'язань, продовженням контрактів;

- 34,6% працівників, що мали постійну роботу, втратили її (дизайнери, контент-менеджери, комунікаційники, креативщики, власники бізнесу);

- майже 20% опитаних виїхали з України, третина тимчасово перемістились на Захід України, при цьому 92% опитаних представників галузі планують повернутись після війни;

- близько 50% респондентів підтримують країну на економічному, комунікаційному або волонтерському напрямках.

Руйнівного впливу зазнають пам'ятки археології, історії, культурна спадщина, туристична інфраструктура, ушкодження, яких Україна не бачила з часів Другої світової війни. Міністерство культури та інформаційної політики Україна фіксує пошкодження та руйнування національної культурної спадщини внаслідок воєнних злочинів росіян. Станом на 25 липня 2023 року, задокументовано 763 російських злочини проти української культурної спадщини, дані не враховують руйнування на тимчасово окупованих територіях та в районах активних бойових дій, де складно отримувати інформацію [123].

Ушкодження та руйнування об'єктів проти культурної спадщини зафіксовані на території 15 областей України та в м. Києві (рис. 2.3). Зазнали руйнації 241 пам'ятка архітектури, 218 – архітектури та містобудування, 185 пам'яток історії, 28 – архітектури та історії, 19 – монументального мистецтва, 18 – археології, архітектури, 27 – містобудування та історії та інші.

Руйнування об'єктів культурної спадщини відноситься до воєнних злочинів відповідно до положень Гаазької конвенції 1954 року та передбачає можливості для порушення питання про кримінальну відповідальність Російської Федерації за руйнування культурних цінностей України.

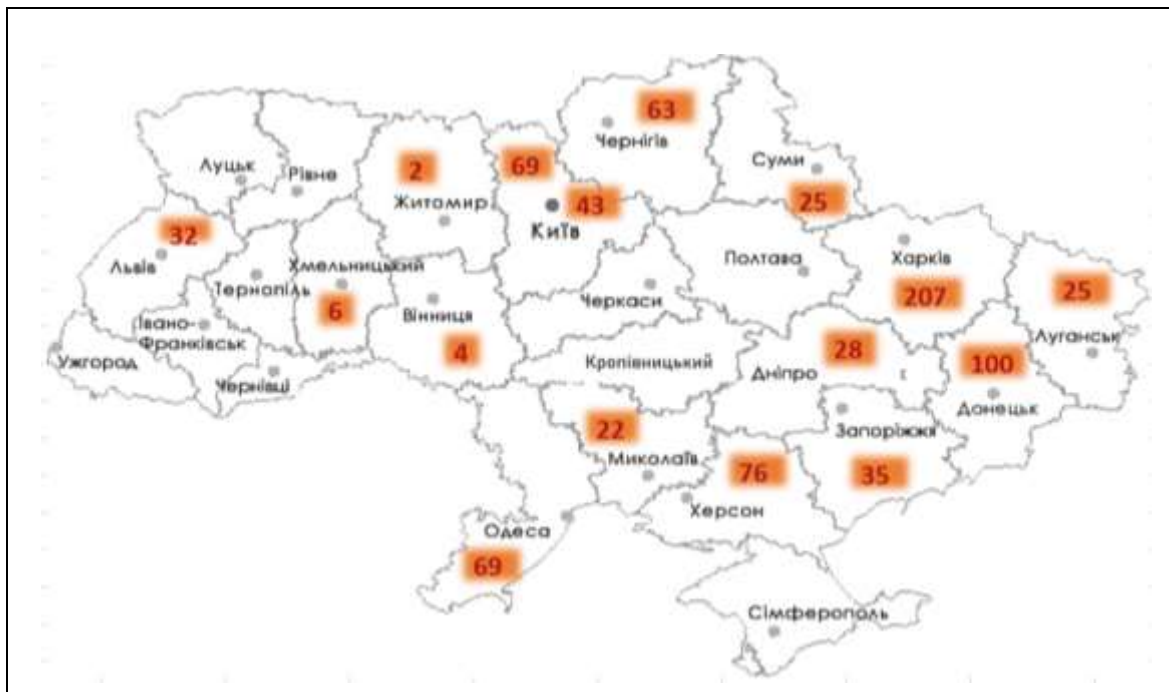


Рис. 2.3. Мапа ушкоджень та руйнувань об'єктів культурної спадщини України (дані станом на 25.07.2023)

Джерело: побудовано автором на основі даних Міністерства культури та інформаційної політики України.

Культура завжди відповідає духу часу та відображує настрої й потреби суспільства. Вже декілька років відкриваються віртуальні музеї, сьогодні з'являються музеї пам'яті війни. На сайті «Чернігівщина туристична» департаменту культури і туризму, національностей та релігій ОВА з'явився віртуальний музей пам'яті війни, він містить 3D-зображення зруйнованих будівель та тих, що зазнали пошкодження у Чернігові (молодіжний центр, стадіону ім. Гагаріна, бібліотека ім. Короленка, художній музей). Фіксація злочинів потрібна насамперед для того, щоб зберегти колективну пам'ять про те, якою ціною виборюється незалежність [124].

Економічна оцінка руйнувань об'єктів культурної спадщини України внаслідок збройної агресії Російської Федерації може бути проведена на основі

затвердженої Міністерством економіки України методики, яка має враховувати [125]:

- реальні збитки (вартість знищеного рухомого та нерухомого майна, транспортних засобів, товарно-матеріальних запасів, єдиних майнових комплексів, культурних цінностей тощо),
- упущену вигоду (розмір прибутку, який міг би отримати власник чи користувач майна, якби його не було знищено),
- витрати, необхідні для відновлення майна та майнових прав.

Економічна оцінка втрат є необхідним інструментом для подання судових позовів, клопотань та заяв на компенсацію завданих збитків.

Важливість культурного сектору полягає не тільки в тому, що він може стати рушієм економічного зростання України після війни, а й в тому, що він формує ідентичність, цінності та визначатиме напрями розвитку суспільства. Побудова відкритого демократичного суспільства на засадах поваги до людини, розвинене громадянське суспільство, верховенство права – це культурні та соціальні цінності, які сприятимуть відновленню економіки післявоєнної України.

Культура набуває нового змісту в умовах кризи, вона стає дороговказом, якій формуватиме нові орієнтири відповідно до нових структурних перетворень в економіці та соціумі. Культурні та креативні індустрії формуватимуть патерни поведінки «нової норми».

Роль культури полягає в тому, що вона виховує відповідальних громадян у суспільстві. Культурний розвиток здійснює всебічну гуманізацію суспільного розвитку є вирішальним елементом економічного зростання та соціально-економічного розвитку, котрий поєднує в собі духовне і прагматичне значення. Сучасне суспільство вимагає безпосередньої участі індивіда в усіх соціальних процесах, потребує його духовного та культурного потенціалу, а також моральних та етичних цінностей. Етичні цінності та пріоритети індивіда мають високе значення, оскільки саме вони виступають мотиваторами людської поведінки.

Підсумовуючи зазначимо, що джерелом економічного зростання виступають інновації, а основою культурного розвитку є творчість. Творчість і креативність

створюють інновації та задають напрям розвитку суспільства, формують якість людського капіталу та конкурентоспроможність економіки [126]. Культурні та креативних галузі засновані на творчості, емоціях, ідеях, і, відповідно, становлять саме ті сфери професії, що не зникнуть у майбутньому.

Виробництво культурних продуктів може бути результатом індивідуальної або колективної діяльності, але процес споживання культурних продуктів переважно є колективною діяльністю. Останні десятиліття відбувається зміна у процесі виробництва і споживання культурних продуктів. Нові технології роблять культурний продукт доступнішим для споживача. Проте, для індивідуального споживання культурних товарів не завжди виконується стандартні умови теорії попиту та споживання.

Соціальний результат впливу культурного продукту залежить від їхнього смислу та ідей. Очевидно, що культура може нести не тільки позитивні та конструктивні ідеї, вона може бути агресивною, деструктивною: культурні основи насильства, тероризму, релігійні війни, субкультура корупції, злочинності. Результатом пропагування такої культури може бути агресія суспільства, деморалізація, недовіра до державних інституцій та органів влади, гендерна нерівність тощо.

Культурна цінність поєднує в собі такі категорії як духовна цінність (передача особливих ідей для суспільства), історична (передача інформації щодо подій минулого), естетична цінність (візуальні або аудіальні враження гармонії, краси). Множина компонентів тільки підкреслює багатогранну природу культурної цінності.

2.2. Ключові тенденції розвитку культурних та креативних індустрій в Україні

Культура у соціальному розумінні є передачею цінностей та норм поведінки від одного покоління до іншого. В історичному розумінні це передача колективного досвіду з минулого в теперішній час та майбутнє. Для того, щоб культура існувала, у неї обов'язково мають бути процеси трансляції, а значить ідентифікації та самоідентифікації. Ідеї, цінності, шаблони поведінки є частиною

процесу самоідентифікації особистості та культурного самовизначення нації. Одним з вимірів культури є її зміст, який створюється і передається, він є оригінальним, знаходить свою реалізацію у культурних продуктах і може поширюватись в інші культури [127].

Культурна політика передбачає взаємодію двох секторів: інституційного (державні установи) та змістовного (культурні індустрії). Змістова складова орієнтована на створення культурних цінностей, смислів та символів. Завданнями інституційного сектору є підтримка, стимулювання, реалізація, фінансування культурних продуктів та збереження спадщини. Важливим пріоритетом інституційної культурної політики є створення умов для залучення громадян до культурного простору, цей напрям сприяє підвищенню культурної обізнаності громадян становленню інститутів громадянського суспільства та формуванню культурної ідентичності.

На початку 2000-х років культурні та творчі індустрії демонстрували високі темпи розвитку сектору, зайнятості та валової доданої вартості (ВДВ). Це можна розглядати як прямий вплив сектору на розвиток економіки. Існує ще непрямий вплив, який можна розглядати через призму розвитку суміжних секторів та перенесення результатів творчості в інші сфери.

Галузі культури мають стати базовим компонентом у формулюванні економічної політики та довгострокової стратегії розвитку, а це у свою чергу, передбачає внесення культурних показників до вимірювання показників національного розвитку.

Доцільно провести аналіз інституційної складової культурної політики, оцінку внеску культурної та креативної діяльності в економіку за допомогою показника валової доданої вартості. Це дасть змогу розробити більш предметні інструменти державного впливу на сектор креативних індустрій.

Перший етап досліджень виміру економічного внеску культури припадає на 60-ті роки ХХ ст., тоді культура як економічний феномен та індустрія культури були відносно новими явищами. Основними проблемами оцінки були: відсутність довгострокових статистичних даних, недостатньо розвинені методи економічного

аналізу, а також традиційне сприйняття культури виключно як естетичної та духовної діяльності. Як наслідок сформувалась точка зору, яка розглядала сферу культури як суспільне благо та державне фінансування культурної діяльності як питання державного споживання [128].

Другий етап припадає на 1980-ті роки, з'являється все більше досліджень, які характеризували взаємозв'язок між культурними галузями та економікою. Історія економічних досліджень культури пов'язана з публікацією дослідження В. Баумоля та В. Боуена «Про виконавське мистецтво: анатомія їх економічних проблем». Виявляється, що деякі види людської діяльності просто неможливо індустріалізувати, оскільки вони не встигають за загальним підвищенням продуктивності. Одним з таких прикладів є виробництво культурних товарів та мистецтво. Розрахунок фактору продуктивності у секторі культурних індустрій має враховувати специфіку сектору, оскільки споживчим товаром є сама праця [129].

Третій, сучасний етап характеризується розвитком нових підходів до розуміння взаємозв'язку між культурою та економічним зростанням, зокрема кількісне визначення внеску різних культурних галузей у розвиток, а також аргументи для залучення недержавного фінансування культури. Процес створення культурних продуктів враховує специфічні проблеми виробництва та розповсюдження продуктів та послуг, а культура розглядається в її складних взаємодіях з іншими аспектами, елементами економіки та суспільства.

Моделі взаємодії культурних індустрій в економіці. Взаємозв'язок між культурою та економікою змінювався на кожному етапі, відповідно змінювались погляди на доцільність державного регулювання або підтримки культурної сфери. На сьогодні можна виділити декілька різних моделей державного регулювання культурних індустрій, їх можна розглянути через призму таких категорій, як: добробут, конкуренція, зростання та інновації [130]. Особливості цих моделей можуть бути враховані у державній політиці розвитку та підтримки культурного сектору.

Модель добробуту (Welfare model). Культура у цій моделі розглядається як суспільне благо, що сприяє економічному зростанню та добробуту. Витрати на

виробництво культурних продуктів часто перевищують розмір прибутку від їх реалізації, їх економічна вартість може бути нижчою за культурну цінність. Проте, виробництво культурних товарів має загальний позитивний ефект.

Продуктивність праці у сфері культури відстає від зростання продуктивності праці в інших секторах економіки, як наслідок – зростання заробітних плат працівників культури відбувається за рахунок збільшення заробітної плати в інших галузях (ефект Баумоля) або за рахунок супутньої діяльності. Виконання творів Бетховена сьогодні потребує такої ж кількості музикантів як і у минулому столітті. Продуктивність виробництва класичної музики не зростає, але реальна заробітна плата музикантів є значно більшою порівняно з минулим століттям [131].

Культурний сектор має низький коефіцієнт продуктивності, економічна діяльність істотно залежить від залучення ресурсів з інших секторів економіки. Зростання у культурному секторі відбувається за рахунок загального економічного зростання, оскільки розвиток сектору відбувається не за рахунок ринкової сили, а за допомогою державних трансферів та субсидій. Державне регулювання культурної політики у моделі добробуту базується на теорії суспільних благ та теорії недосконалості ринку, згідно з якою ринок нездатний інтералізувати культурну цінність блага [132].

Конкурентна модель (Competitive model). Культурні індустрії розглядають як виробників розваг чи дозвілля, тобто економічно конкурентоспроможні галузі. Вони мають нейтральний вплив на загальне економічне зростання, оскільки їх показники прибутку, продуктивності, інновацій не мають значних відхилень від середніх показників інших секторів.

Державне регулювання культурного сектору не вимагає особливих преференцій. Економічно конкурентоспроможні галузі не потребують особливих економічних режимів та стимулів у вигляді трансферів та субсидій для розвитку. Розваги та дозвілля можна розглядати як «нормальний товар».

Слід зазначити, що економіка креативних індустрій має свої особливості, зокрема невизначеність попиту, важливість прав власності, нестандартність діяльності, проте ці проблеми аналогічні проблемам в інших галузях. Пошук

оптимального рішення проблем у промислових секторах економіки та сфері послуг відбувається за ринковим принципом та в умовах конкуренції, і цей підхід можна застосовувати і до культурних індустрій [133].

Культурні індустрії є порівняними з іншими галузями, тому не потребують особливої державної підтримки та регулювання. Слід зазначити, що культурний сектор також є неоднорідним, деякі сфери, такі як телебачення та ЗМІ – це як правило великі підприємства, холдинги, вони є прибутковими. Натомість інші сектори, такі як видавнича справа мають інші організаційні форми та представлені середніми та малими підприємствами. При цьому, існує ще низка мікро підприємств та ФОПів, які не відповідають цій моделі.

Модель зростання (The growth model). Культурні та креативні індустрії є драйвером зростання в сучасній постіндустріальній економіці. Кожний етап розвитку економіки має свої локомотиви зростання. На початку ХХ ст. це був агропромисловий сектор, в середині століття – промисловий, сьогодні – творчість та культурне виробництво.

Культурні індустрії генерують нові ідеї, сприяють розвитку інших секторів економіки та створюють нові робочі місця. Причинно-наслідковий зв'язок між розвитком культурних індустрій та економіки в цілому не є лінійним, проте культурні індустрії є сектором впровадження та поширення нових ідей та технологій. Це обумовлює доцільність державної політики розвитку культурної сфери для забезпечення зростання всієї економіки.

Інноваційна модель (The innovation model). Культурні індустрії самі по собі не є достатнім чинником економічного зростання, вони є лише елементом інноваційної системи всієї економіки. Інноваційна сфера є підмножиною всієї економічної системи, поряд з такими секторами як освіта, наука, технології, вона формує внесок в економічний розвиток, продукує зміни.

Інтернет істотно змінив бізнес-моделі підприємств, створив нові платформи комунікацій та продажів, нові сектори та професії. Ігрові технології, соціальні мережі, електронні ЗМІ є прикладом поширення культурних та креативних продуктів в промислові сектори економіки. Вони не стимулюють економічне

зростання безпосередньо, а роблять доступнішими товари та послуги, стають частиною інноваційної системи, яка координує потік інформації знань, що лежить в основі економічної еволюції. Культурні продукти є суспільним благом, вони забезпечують збереження минулого (спадщина, історичні пам'ятки) та формують майбутнє, їх цінність має бути пріоритетом у державній інноваційній політиці.

Підсумовуючи зазначимо, наявні чотири різних підходи до визначення місця культурних індустрій в економіці і їх взаємодії з державним управлінням. Модель зростання акцентує увагу на необхідності забезпечення культурних індустрій ресурсами, конкурентна – розглядає їх поряд з іншими галузями. Модель зростання наголошує, що культурні індустрії є рушієм економічного зростання, інноваційна – розвиток шляхом передачі знань [134].

Культурні індустрії є неоднорідними за своєю суттю, різні підгалузі мають різні бізнес-моделі та показники ефективності, тому доцільно проаналізувати структуру та особливості окремих секторів в українській економіці.

Оцінка валової доданої вартості. Культурні та креативні індустрії виробляють не тільки матеріальні блага, а і нематеріальні цінності, їх основою є творча праця. Остання зберігає свої фізичні властивості, і водночас формує додану вартість через забезпечення нового символічного значення. Таким чином, додана вартість культурного продукту є результатом створення нового інформаційного продукту. Сутність культурного продукту становить інформація, а індустріалізація культури та творчої праці сприяє тиражуванню креативних благ [135].

Валова додана вартість культурних та креативних індустрій України у 2020 році (порівняно з 2013 роком) зросла більше ніж в чотири рази до 132,4 млрд гривень (рис. 2.4).

Відповідно до законодавства України креативні індустрії визначені як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження. Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, затверджено КМУ у 2019 році [136].

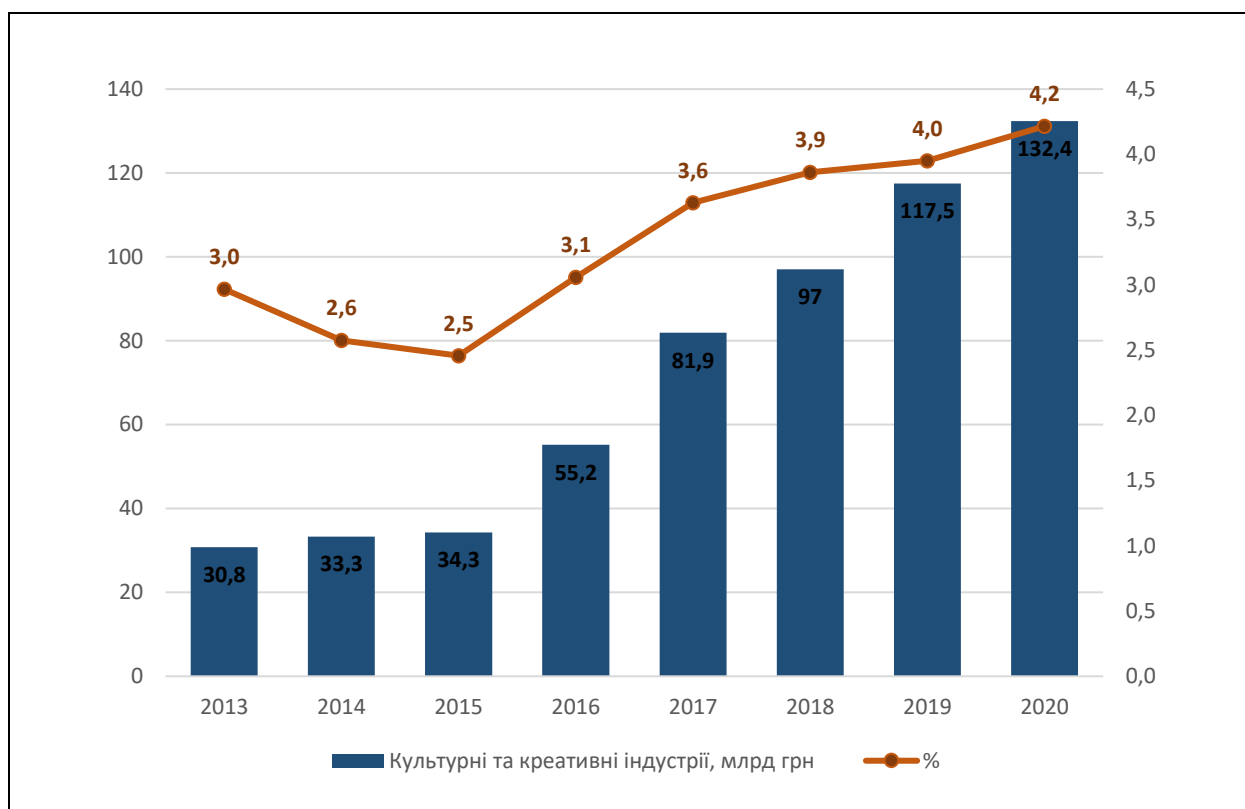


Рис. 2.4. Валова додана вартість культурних та креативних індустрій у 2013-2020 роках

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

Більшу частину доданої вартості культурних та креативних формує сектор комп'ютерного програмування, 26% загальної ВДВ у 2013 році, 50% – у 2019 році. У зв'язку з цим доцільно розглянути сектор культурних індустрій без врахування внеску комп'ютерного програмування та виробництва комп'ютерних ігор (табл.2.1).

Найбільшу додану вартість формують наступні сектори: рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку (36,3%), діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення (16,4%), виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів (12,9%). Відповідно до розглянутих вище моделей оцінки культурних та креативних індустрій ці сфери можна віднести до конкурентної моделі. Вони динамічно розвиваються, мають високу продуктивність та не потребують преференцій з боку держави.

Найменшу додану вартість формують сектор функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури (0,2%). Ці сектори слід розглядати у моделі

добробуту, оскільки вони виробляють продукти високої культурної цінності з невисокою ринковою вартістю і потребують державних преференцій.

Таблиця 2.1

**Додана вартість культурних індустрій за видами економічної діяльності
у 2013-2019 роках**

Види економічної діяльності	% до загального обсягу ВДВ культурних індустрій	
	2013	2019
видання книг, періодичних видань	9,1	4,8
виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів	5,0	12,9
діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення	15,1	16,4
діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	0,8	0,8
діяльність у сфері архітектури	5,9	6,0
рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку	47,6	36,3
дизайн, фотографія, переклад	4,8	7,3
діяльність туристичних агентств, туристичних операторів	5,1	7,3
театральна, концертна діяльність та індивідуальна мистецька діяльність	4,3	4,5
функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	0,3	0,2
організування відпочинку та розваг (функціонування атракціонів і тематичних парків)	2,0	3,8
Усього	100,0	100,0

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України.

Особливістю культурно-креативного ринку в Україні є те, що більшість митців працюють як ФОП (табл. 2.2). Така правова форма підприємництва не передбачає наявності стартового капіталу, установчих документів, проста у реєстрації та веденні бухгалтерського обліку, а також пропонує спрощену систему оподаткування.

Таблиця 2.2

Додана вартість, створена ФОП, у сфері культурних індустрій

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ККІ, млрд грн	30,8	33,3	34,3	55,2	81,9	97,0	117,5	132,4
з них ФОП, млрд грн	4,7	5,3	8,1	14,4	24,4	33,8	42,6	52,9
ФОП, у % до ККІ	15,2	16,0	23,6	26,1	29,8	34,8	36,3	40,0

Джерело: розраховано автором на основі даних Державної служби статистики України.

Цікавим є спостереження щодо популярності ФОП у секторі культурних індустрій, бачимо суттєві відмінності в залежності від сфери діяльності (рис. 2.5.) Так, найбільше підприємців зареєстровано у сфері реклами та зв'язків з громадськістю (39,6,9%), дизайну (14,1), виробництва кіно та відеофільмів (11,0%), архітектури (9,8%).

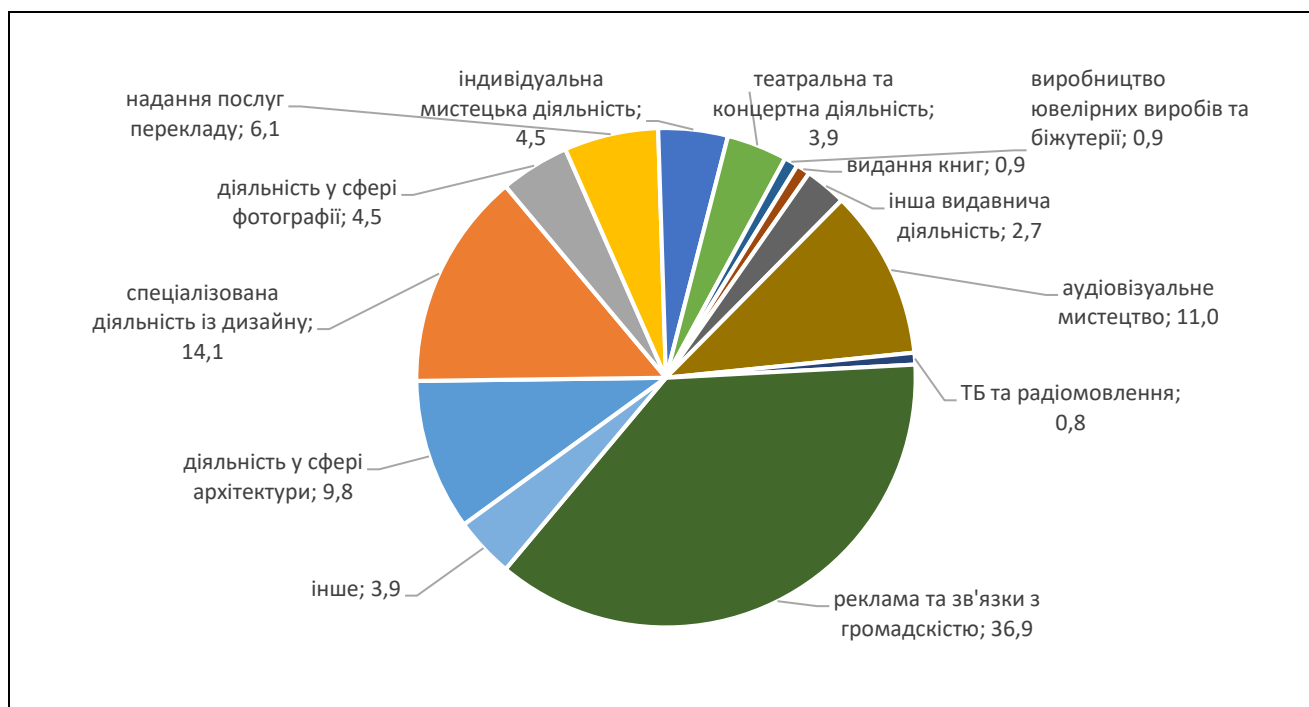


Рис. 2.5. Валова додана вартість культурних індустрій ФОП у 2020 році

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

Наявна проблема із КВЕДом «індивідуальна мистецька діяльність», якій обирають ФОПи у сфері культурних індустрій, зокрема це передбачає можливість лише надавати послуги (наприклад, створити ілюстрацію на замовлення), проте не продавати їх. Продаж власної картини зобов'язує художника перейти на іншу систему оподаткування (загальну замість спрощеної) та сплатити податки еквівалентні податкам з продажу антикваріату, приблизно 40 відсотків [137]. Такі умови істотно гальмують розвиток ринку культурних та креативних індустрій та змушують підприємців використовувати тіньові або «сірі» схеми.

Додатковим проблемним явищем ринку культурних продуктів є невідповідність податкових надходжень до бюджетів адміністративних одиниць, котра виникає через те що підприємці здійснюють економічну діяльність в одному населеному пункті, а податки з отриманих доходів сплачують в іншому. В Україні

ФОП часто оформлюють за місцем своєї реєстрації (прописки) як фізичної особи, проте працюють в іншому. 37% ФОП проживають в орендованому житлі, тому мають реєстрацію в іншому місці [138]. Як наслідок фактичні податкові надходження не відповідають місцям реєстрації ФОП.

Державне регулювання культурної діяльності. Державну політику у сфері культури формує та реалізує Міністерство культури та інформаційної політики, розподілом бюджетних коштів відповідно до цільових призначень займаються Державне агентство України з питань кіно, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Український інститут національної пам'яті, Державне агентство розвитку туризму України, Державна інспекція культурної спадщини України. Іншими розпорядниками державних коштів на культуру є Український культурний фонд та Український інститут (УІ) в структурі Міністерства закордонних справ.

Український культурний фонд (УКФ) заснований з метою сприяння розвитку національної культури та мистецтва [139]. Цілями фонду є забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості і суспільства, широкого доступу громадян до національного культурного надбання, підтримки культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір. Фонд фінансує проекти культурних та креативних індустрій на конкурсних засадах.

Український інститут (УІ) представляє українську культуру у світі та формує позитивний імідж держави за кордоном, сприяє міжнародним обмінам та інтеграції України у світовий культурний простір, популяризації української мови та культурного продукту, поширює інформацію про науковий, освітній та туристичний потенціал держави [140].

Культурна діяльність регламентується Законом України «Про культуру», джерелами фінансування закладів культури є [141]:

- кошти державного та місцевих бюджетів;
- кошти, що надходять від господарської діяльності, надання платних послуг;

- кошти, одержані за роботи (послуги), виконані закладом культури на замовлення підприємств, установ, організацій та фізичних осіб;
- доходи від реалізації продукції майстерень, підприємств, цехів і господарств, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання;
- гранти, благодійні внески, добровільні пожертвування, грошові внески, матеріальні цінності, одержані від фізичних і юридичних осіб, у тому числі іноземних;
- інші не заборонені законодавством джерела.

Сучасною формою розвитку підприємств культурного сектора може бути державно-приватне партнерство, зокрема співпраця державного культурного закладу з приватним інвестором на договірній основі щодо реалізації проєктів із надання культурних послуг. Особливістю культурної сфери є те, що результат співпраці має бути не тільки економічним у вигляді прибутку, а й мати соціальне та культурне значення.

Державно-приватне партнерство в Україні має перспективи розвитку, проте поки ще реалізується повільно. За даними Міністерства економіки України, станом на 01.01.2022 на умовах державно-приватного партнерства укладено 193 договори, з яких реалізується 31 договір. При цьому лише два договори реалізується у сфері «туризму, відпочинку, рекреації, культури та спорту», зокрема у Кіровоградській та Одеській областях [142].

Низький показник розвитку такої форми співпраці між державою та приватними інвесторами полягає у слабкості нормативно-правової бази. Наразі визначено засади оренди та умови передавання права власності об'єктів, розроблено пільгові умови для інвесторів, проте немає чіткого розподілу повноважень та відповідальності між учасниками договору (державою та інвестором), координації дій державних відомств, які займаються питаннями культурної політики [143]. Відсутність чіткого та прозорого механізму умов державно-приватного партнерства, особливо у сфері охорони культурної спадщини, гальмує розвиток нових культурних проєктів.

Існують різні форми партнерства у культурній сфері, зокрема оренда, аутсорсинг, концесія, інвестиційний договір. Безумовно, різні сфери мають свої обмеження, наприклад оренда може використовуватись для розвитку музеїв, бібліотек, кінотеатрів, концертних залів. Водночас для архітектурних та історичних пам'яток має бути зобов'язання зі збереження об'єкта культурної спадщини. Отже, важливим є дотримання балансу між економічною та культурною цінністю.

Міністерство культури України зазначає, що в Україні налічується 170 тис. об'єктів культурної спадщини, з них 140 тис. об'єктів перебувають на державному обліку, у тому числі – 9,9 тис. внесені до Державного реєстру нерухомих пам'яток України [144]. При цьому близько 30% знаходяться у аварійному стані, майже 70% нерухомих пам'яток потребують реставраційних робіт.

Державне-приватне партнерство може вирішити проблему недостатності бюджетного фінансування культурної сфери, занепаду та поступового руйнування історичної та культурної спадщини. Розробка прозорих інвестиційних правил, чіткі законодавчі положення, послідовність державної політики можуть сприяти популяризації культурних об'єктів, підвищенню їх туристичної привабливості та стимулювати розвиток культурних об'єктів та регіонів.

Принагідно зауважимо, що функціонування сектору культурних та креативних індустрій безпосередньо пов'язане з дотриманням авторських прав. Наразі в Україні законодавчо неузгоджена проблема збору доходу від авторських прав організаціями колективного управління, посередниками між авторами та користувачами. Міністерство економіки поки ще (*серпень 2022 року*) не ухвалило рішення про акредитацію організацій. Тому допоки представники культурних індустрій, переважно це стосується музичної сфери, використовують можливості для добровільної оплати роялті. Наприклад, Громадська організація «Українське агентство з авторських та суміжних прав» підписала меморандум з Незалежною асоціацією мовників України, Atlas Weekend та Zaxidfest щодо виплат авторської винагороди у 2022 році [145].

Музиканти домовляються з представниками концертних індустрій для дотримання авторських прав на використання музичних творів. Така практика не

тільки символізуватиме повагу до творчої праці, а й сприятиме розвитку співпраці між представниками галузі. Механізм виплати роялті має бути прозорий та зрозумілий для всіх учасників ринку. Хороша репутація та довіра до організації, яка збирає роялті, мають важливе значення. Перспектива ринку роялті в Україні оцінюється приблизно в мільярд гривень. Необхідність прозорості акредитації організацій колективного управління є необхідною умовою для розвитку ринку.

Проблема авторських прав, на жаль не єдина, котра обмежує можливості для розвитку сектору. Наявні ще організаційні та управлінські проблеми у сфері культурних та креативних індустрії, зокрема [146]:

1. Морально та фізично застарілі культурні заклади у невеликих містах та селах, слабка комунікація між культурними працівниками, громадою та органами місцевої влади, обмеженість інформації щодо культурних подій у сусідніх регіонах.

2. Неузгоджена співпраця між місцевою і центральною владою, дублювання повноважень. Існують прорахунки при впровадженні реформи децентралізації у сфері культури, в більшості нормативно-правових актів, стратегіях, програмах розвитку культура згадується лише в загальному контексті [147]. Це ускладнює вирішення наявних проблем на місцевому рівні та призводить до скорочення закладів культури, особливо у невеликих містах та селах.

3. Неефективне використання міського простору. В містах України є багато промислових об'єктів, що втратили свою функціональність та не використовуються за призначенням. Позитивний досвід інших країн демонструє можливості перепрофілювання таких приміщень для творчих центрів, культурних просторів, креативних хабів. В Україні такі проєкти реалізуються, проте їх кількість поки що невелика.

4. Недостатня розвиненість цільових місцевих фондів для підтримки культурних та креативних індустрій, що значно обмежує підприємцям доступ до фінансів.

5. Невеликий розмір бізнесу і відповідно малі обороти, відсутність застави для кредитування. Запас фінансової міцності для малих підприємців культурного сектору не перевищує трьох місяців, він враховує запас матеріалів для

виготовлення продукції та лояльність команди, яка може працювати за відсутності оплати праці. Допомогти у розвитку бізнесу може доступність фінансування.

6. Брак фінансових та управлінських знань є ще однією проблемою для підприємств культурного сектору, найбільш проблем виникає із залученням фінансування, складанням фінансових планів та звітів і управлінням грошовими потоками. Залучення зовнішнього фінансування є актуальним, проте банківське кредитування має свої недоліки, зокрема високі ставки, та високі ризики. Культурний та креативний сектори є переважно нематеріальним бізнесом, у них відсутні матеріальні активи для застави, а нематеріальні активи оцінити складніше.

Водночас, існує і низка можливостей для підприємств культурної та креативної сфери [148]:

1. Значний потенціал має грантове фінансування через програми Українського культурного фонду та Європейських грантових програм. Оформлені права інтелектуальної власності на продукцію та послуги допомагають комерціалізувати продукт та заробляти на його використанні.

2. Кредитування під заставу майбутніх продажів, наприклад, книги для видавництва, колекції одягу для сфери моди. Фінансування, залучене від третіх осіб на умовах договору про спільну діяльність з подальшою виплатою від продажу продукції. Такий механізм може спростити доступ до фінансових ресурсів для культурних та креативних індустрій, особливо тих, хто працює з матеріальним продуктом.

3. Консалтингова підтримка від експертів є додатковою допомогою бізнесу, це актуально у культурних секторах, які не мають швидкісного зростання, на відміну від креативних ІТ проєктів. Експертний супровід може допомогти в побудові бізнес-моделей, пошуку клієнтів та формування іміджу.

Вирішити проблему недостатнього фінансування можна в тому числі за рахунок реалізації системи колективного фінансування (фінансування громадою, спільнокошт). Фінансування громадою в Україні ще розвивається, потребує правового та організаційного регулювання захисту інтересів інвесторів. Кількість платформ поки що мала, організація фінансування вимагає відповідних

управлінських та фінансових компетентностей. Проте, існує потенціал розвитку колективного фінансування, його можна використовувати також для оцінки попиту ідеї на ринку, її перевірки на ефективність, для привернення уваги медіа, спонсорів, інвесторів.

Вже є приклади успішних українських платформ для колективного фінансування: Спільнокошт (надає можливості для проєктної та інституційної підтримки), StartEra (просування творчих, соціальних, технологічних проєктів, громадських ініціатив), Komubook (обирає книгу, оцінює її вартість, організовує збір коштів працює за принципом винагороди за внесок), GoFundEd (освітні проєкти), творчих проєктів за схемою краудфандингу, Kickstarter, Indiegogo [149].

Банківське кредитування не завжди підходить для фінансування невеликих культурних проєктів, оскільки орієнтується на фінансові показники (прибутковість, ризик) та детальність бізнес-плану. Натомість, система колективного фінансування працює із великим числом індивідуальних інвесторів, вони мають іншу мотивацію, наприклад, підтримка видавництва книги улюбленого автора, причетність для створення колекції одягу або запису пісні. Платформи колективного фінансування пропонують різну винагороду в залежності від суми внеску, таким чином мають можливість залучати велику кількість малих інвесторів.

Фінансування культури в у мовах війни. Культурні потреби індивіда не є першочерговими, вони з'являються на певному етапі когнітивного та соціального розвитку та за умови задоволення базових екзистенційних потреб. Сьогодні населення України знаходиться в стані небезпеки, тому природньо, що культурні потреби поступаються місцем потребам оборони та захисту країни від збройної агресії Росії. Водночас ми маємо усвідомлювати фундаментальне значення культури для розвитку суспільства та формування ідентичності у громадян. Саме тому, навіть у воєнний час маємо підтримувати та за можливості розвивати культурний сектор, інтегрувати його у воєнну повсякденність.

Сьогодні представники культурної сфери мають безліч проблем фінансового, організаційного та законодавчого характеру, зокрема [150]:

Переорієнтування бюджетних видатків на потреби оборони. УКФ спрямував весь свій бюджет на 2022 рік у розмірі 583 млн грн на потреби оборони. Держкіно також профінансував захист країни на суму 1,7 млрд грн, які було призначено для виробництва нових стрічок.

Регіональний дисбаланс. Зазначимо, що м. Києві та Київська область мали найбільшу концентрацію талантів та можливості для реалізації культурних проєктів. Саме тут проживали та працювали значна частина представників аудіовізуального сектору. З моменту повномасштабного вторгнення проявилась вразливість та залежність сектору.

Потреба позабюджетних джерел фінансування. Попри війну є сподівання на зростання попиту на український культурний продукт в Україні та закордоном. Можемо припустити наявність проблем з державним фінансуванням й у післявоєнній економіці, тому виникає потреба у пошуку альтернативних джерел фінансування.

Необхідність змін у контенті (наповненні) інформаційних програм. Маємо чітко усвідомлювати, що культурні продукти, які було створено протягом останніх років, відображували відносно мирний період. Проблема тимчасово окупованих територій висвітлювались не скрізь, для більшості населення війни не існувало. Тому переважна більшість програм були розважального характеру та стосувались проблем мирного часу. Навряд чи це буде актуальним після перемоги, тому потрібно вже сьогодні шукати фінансування для нових продуктів, що відображатимуть нову реальність.

Небезпека піратських видань, які мають російське походження, але завезені через треті країни. Закон про заборону російських книжок, ухвалений Верховною Радою, проте не підписаний Президентом (станом на 11.08.2022) [151]. Закон мав за мету заборонити продаж російських книжок та вирішити низьку проблем у книговидавництві, зокрема обмежити поширення дешевих контрабандних видань. Наразі непідписаний закон створює нерівні умови для українських виробників, які сплачують податки, та порушує ринкову рівновагу книжкового ринку. Більше того,

розповсюдження російської книжкової продукції сприяє поширенню російських наративів та загрожує національній безпеці України (*детальніше в п.2.3.*).

Ракетні обстріли інфраструктури. Знищення книжкової друкарні у Харкові маємо оцінювати з позиції економічних збитків та політичного значення. Розмір втрат приблизно оцінюється як двомісячний обсяг друку всієї друкарні [152]. Економічні збитки унеможливають операційну діяльність, друкарня не видаватиме щомісячно замовлення, ринок втратить певну кількість українських книжок. А це становить кілька мільйонів примірників книг у річному обсязі. Такі втрати будуть відчутними у книжковому та інформаційному секторі.

Зміна офіційного курсу гривні. На період воєнного стану НБУ запроваджує фіксований офіційний курс з метою досягнення цінової та фінансової стабільності. Внаслідок суттєвих змін в українській та світовій економіці у липні 2022 року курс було скориговано США на 25% до 36,57 грн/дол. США. Безумовно, зміна офіційного курсу долара є необхідним та адекватним рішенням, проте воно матиме наслідком подорожчання імпортованих та вітчизняних товарів, через зростання вартості імпортованого пального, транспортних та операційних витрат, логістики. За підсумками II кварталу 2022 року індекс споживчих цін на предмети сектору відпочинок та культура зросли на 6,9%, транспортні – на 37 відсотків [153].

Зростання собівартості видавництва книг та поліграфічних матеріалів. Наразі критична ситуація обумовлена стрімким зростанням вартості паперу на світових ринках. Україна імпортувала 90% паперу, у тому числі третину з Російської Федерації. У квітні 2021 року Кабмін заборонив імпорт чистоцелюлозних видів паперу і картону російського походження. Дефіцит на вітчизняному ринку поглиблюється на фоні скорочення обсягів виробництва офсетного паперу у ЄС. Заборона на використання поліетиленових пакетів в ЄС обумовила збільшення попиту на паперові пакувальні матеріали. Наразі європейські підприємства – виробники паперу перепрофілюють виробництва на випуск пакувального паперу і картону, що є, менш складним і затратним [154]. Ситуація ускладнюється внаслідок війни та інфляції, вартість логістики збільшилась у 2,5-3 рази. Вартість української книги зросла на 30-35 %, загальний

обсяг виданих книг за підсумками I півріччя 2022 року становить близько 40% від показника попереднього періоду [155].

Фінансування культури на місцевому рівні. Культурні заклади місцевого рівня фінансуються з міського бюджету, основна частина бюджету припадає на забезпечення господарської діяльності цих установ та заробітну плату працівників. Органи місцевої влади можуть отримувати і кошти з бюджетних програм національного рівня, проте такі можливості нерегулярні та є швидше винятком, ніж правилом [156].

Культурні організації, які мають статус неприбуткових можуть подавати проекти на міські бюджети участі. Громадський бюджет міста Києва є інструментом залучення коштів громади для фінансування проектів на основі голосування. Профінансовані проекти у сфері культури за рахунок Громадського бюджету міста Києва [157]: 2020 рік переможцями визначено 351 проект на суму 170 млн гривень, більшість проектів належать до категорії «освіта, громадянське суспільство», у тому числі, 75 великих проектів (1-3 млн грн) на суму 102 млн грн, 276 малих проектів (100 тис. – 1 млн грн), бюджет 68 млн грн. У сфері культури та туризму реалізовано 5 великих та 19 малих проектів: придбання музичного та світлового обладнання для районного будинку культури, придбання музичного обладнання для навчальних закладів, поліпшення умов художньої школи, організація фестивалів.

Портрет споживача культурного продукту. Споживачами культурного продукту були 50% дорослого населення України у 2018 році за даними дослідження КМІС, під споживанням мається на увазі відвідування будь-якого культурного заходу упродовж останнього року [158]. Найпопулярнішими формами дозвілля були: похід у кіно (21,5%), публічне святкування важливої дати (15,4%), музичний концерт (15,3%), театральна вистава (9,6%). Частіше відвідують культурні заходи люди з вищою освітою, мешканці великих міст. При цьому 79% зазначають, що відвідували б культурні заходи частіше, на заваді стають брак грошей (50% респондентів) і вільного часу (45%).

Аналіз свідчить, що поняття культурності має багато значень, на індивідуальному рівні прослідковується запит на розваги – кіно, ресторан, музика. В інтересах розвитку суспільства треба поступово формувати попит і на більш серйозні культурні продукти та змінювати вектор з розваг на роздуми.

Завданнями державної культурної політики мають бути підтримка творчих проєктів, які націлені на опанування населенням культурних благ, розвиток культурного потенціалу, збереження національних традицій, можливості до впровадження інновацій в соціокультурній сфері. Необхідним є достатнє фінансування (не за залишковим принципом), ліквідація адміністративних бар'єрів, інвестування та сприяння розвитку культурної сфери. Додатково потрібна підтримка розвитку громадських інститутів у сфері культурної діяльності.

Важливим чинником розвитку культурної політики є децентралізація культурної політики, збільшення повноважень громад. Ключова інституція в ролі Міністерства культури та інформаційної політики України формує концептуальні засади розвитку культурної політики, регіональні та місцеві органи влади мають отримати достатньо повноважень для її реалізації на місцях.

Бюджетна підтримка закладів культури та культурних проєктів має бути прозорою для забезпечення ефективності використання бюджетних коштів, їх цільового призначення. Регулярність публічних звітів та конкуренція між закладами культури стимулюватиме ефективність використання бюджетних коштів.

Стратегія державної культурної політики має бути спрямована на формування економічної привабливості та прибутковості культури на центральному та місцевому рівнях через формування соціально-активного культурного простору з інтеграцію інших секторів економіки. Стратегія розвитку культури має передбачати культурне різноманіття, забезпечення доступу до культури для всіх мешканців, залучення культури в інші сфери розвитку (політика, економіка тощо), культурну освіту, розвиток цифрової культури, дотримання прав інтелектуальної власності.

2.3. Культурна політика як чинник формування поведінки індивіда

Сучасне розуміння культури виходить за рамки суто естетичних та духовних цінностей. Воно охоплює норми поведінки та правил соціуму, економічну діяльність (створення товарів та послуг), формує додану вартість та розглядається як фундаментальний чинник розвитку суспільства (ідентичність, ідеологія, формування історії, колективної пам'яті, культурної спадщини) [159].

Культура віддзеркалює соціальне та духовне життя суспільства, вона є засобом вираження цінностей і прагнень суспільства, основою його розвитку. Культурні продукти візуального (кіно, живопис, архітектура) та виконавського мистецтва (театр, музика) створюють простір для обговорення напрямів розвитку суспільства, ставлять на порядок денний вирішення важливих проблеми та доносять їх смисли до свідомості учасників спільноти. Культурний продукт може бути не тільки естетичним і розважальним, він може формувати ідентичність створювати потрібні дороговкази. Сфера культурних індустрій може сприяти розвитку критичного мислення населення, налаштовувати на фундаментальні зміни, формувати цінності, у тому числі економічні.

Процес створення національних цінностей доволі тривалий, він містить у собі формування патріотичного та відповідального громадянського світогляду. Створення сенсів, реалізація ціннісної політики має відбуватись у кооперації держави та культурно-креативних індустрій, які оформлюють смисли у доступний зрозумілий продукт та доносять їх до споживача.

Культурна політика є стрижнем розвитку суспільства, а його змістова частина має бути спрямована на формування наративів і дороговказів, які дають суспільству усвідомлення власної ідентичності, показують «хто ми є», «куди ми ідемо». Завданнями культурної політики мають бути розвиток людського потенціалу громадян, підтримка національної культури та мови, формування національної єдності та спільних цінностей.

Розвиток сфери культури не був пріоритетом державної політики України в кінці 1990-х років та на початку 2000-х. Запит суспільства був недостатнім, підтримка з боку державної влади – незначною. Суспільні та політичні зміни, що

стались після Помаранчевої революції та Революції гідності дали розуміння критичного значення культури та стали поштовхом розвитку української ідентичності.

Культурна політика України істотно змінилась у відповідь на воєнну агресію РФ проти України в 2014 році, відбувся помітний зсув української культурної політики від російського впливу. Післяреволюційний період можна навіть назвати культурним бумом.

Наміри поставити розвиток культури в центр державних інтересів, закріпити на рівні національної політики було прийнято ще у 2016 р., коли КМУ затвердив Довгострокову стратегію розвитку української культури – стратегію реформ [160]. Реалізовано децентралізацію системи управління культурою, запроваджено конкурсні процедури призначення керівників культурних закладів, розширено інструменти підтримки культури, сприяння створенню національного культурного продукту.

Відколи культура стала пріоритетом, представники сфери мистецтва отримали підтримку власних ініціатив від держави. Почали розвиватись платформи для обговорення суспільних проблем, цінностей, травм війни та історичного минулого. Характерними рисами, котрі обумовили розвиток культурного сектору були: активність громадянського суспільства, відкритий соціальний діалог між владою та представниками культурного сектору, горизонтальна структура культурних проєктів, різні форми фінансування (гранти, спільнокошт). Культура стала новим потужним інструментом розвитку, просування цінностей та соціальної залученості [161].

Сьогодні розвиток людського капіталу, підвищення його якості є пріоритетом Стратегії національної безпеки України та має реалізовуватися через модернізацію освіти, здоров'я та культури [162]. Основними напрями діяльності держави для забезпечення національних інтересів і безпеки є:

- публічне обговорення актуальних проблем суспільного розвитку, підвищення рівня медіакультури суспільства;

- протидія гуманітарній агресії та розвиток української культури як основу консолідації української нації та зміцнення її ідентичності;
- створення умов, необхідних для культурного розвитку та збагачення громадян України, популяризації українського та світового мистецтва, музики, літератури.

Важливість культури та національних цінностей виходить за межі національних кордонів, навіть більше посилюється на рівні міждержавної взаємодії, оскільки там яскравіше проявляються національні відмінності. Політичні та економічні успіхи держави як правило відбуваються одночасно з культурною репрезентацією країни у світі. Культура формує репутацію країни, правлячих еліт та народу. «Прогресивна, розвинена, співзвучна відповідним сучасним тенденціям культура часто підтримувала позитивний образ нації, навіть позбавленої державності, допомагала їй зберегти історичну суб'єктність» [163].

Важливо зауважити, що зовнішня державна культурна політика (міжнародні проекти) та внутрішня мають не тільки різні цілі, а й інструменти для їх реалізації. Реалізація культурної політики у відповідності з інтересом громадян є важливою соціальною функцією уряду. При цьому держава має не нав'язувати ті чи інші цінності, а скоріше модерувати суспільні дискусії, заохочувати обговорення важливих соціально-політичних проєктів та змін та формувати соціально-відповідальні культурні цінності, котрі сприяють економічному зростанню.

Більше того, в сучасних умовах культура використовується як зброя, як потужна «м'яка сила» для досягнення політичних цілей в умовах гібридних воєн. Культурні цінності, які просуваються у медійному, інформаційному просторі в різних історичних та мовних контекстах створюють силу, котра може формувати поведінку індивіда, організовувати рух соціальних груп та створювати підґрунтя для значних політичних змін.

Культурна політика виконує комунікативну функцію держави до суспільства. Комунікація у суспільстві відбувається на різних рівнях: міжособистісне, групове (масове) та організаційне спілкування (повідомлення уряду, органів місцевої влади). Інформація може поширюватись з одного рівня на інший, структура

комунікації ускладнюється зі збільшенням розміру групи. Ефективність комунікації визначає успішність та злагодженість роботи інституцій. Культурна комунікація є невід’ємною складовою функціонування суспільства.

Масова комунікація безпосередньо впливає як на суспільство, так і на культуру [164]. Вплив відбувається через засоби масової інформації за допомогою простих повідомлень, культурних та креативних продуктів, форма і структура залежать від змісту повідомлень. В даному контексті зростає роль агента, який передає інформацію (медіа, кінокомпанії, музиканти) і від якого залежить повнота, достовірність та неупередженість передачі сенсів.

Суспільство формується за допомогою культури, яку транслюють засоби масової інформації. ЗМІ також є виробниками культурного продукту, вони формують інформаційне поле та створюють розваги. Особливістю та водночас загрозою є потенційний вплив культурної продукції на свідомість та мислення великої групи людей. Навряд чи можна говорити, що суспільство повністю підконтрольне ЗМІ, оскільки само по собі воно є потужною соціальною структурою. Проте, відбувається взаємовплив: медіа можуть формувати порядок денний, створювати героїв або виказувати злочинців, формувати або спотворювати цінності. Комунікація відбувається щодня, з маленьких окремих фактів часто складаються великі події (рис. 2.6).

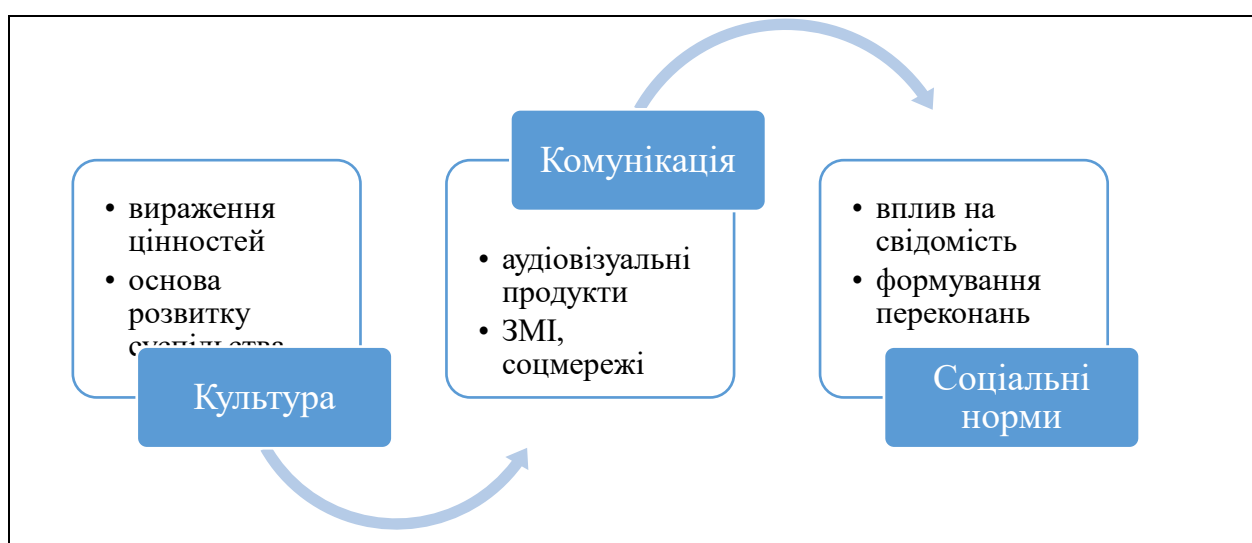


Рис. 2.6. Взаємозв'язок культури, культурних благ та соціально-економічної поведінки індивіда

Джерело: побудовано автором.

Базовою функцією системи комунікації є доставка інформації та економія часу. Потребами суспільства є бажання зрозуміти, що відбувається у світі, та прагнення розваг. Глобальні електронні телекомунікаційні мережі руйнують простір, передають повідомлення за значно менший час, ніж типові, фізичні системи доставки.

Індивіди та суспільство оточені чималою кількістю інформації, культурних продуктів, а отже можна припустити, що вони організовуються за групами соціальних, культурних інтересів та проблем. Як правило, індивіди знаходять ту інформацію, яка їм зрозуміла та близька за цінностями.

Сьогодні вже зрозуміло, що наявність великого об'єму інформації, різноманітність культурних продуктів не є гарантією безконфліктності, розуміння та толерантності у суспільстві. Еволюція засобів створення та поширення культурних продуктів спрощує їх виробництво, причому як корисних так і шкідливих. Пропагувати культурні цінності стає простіше та дешевше.

Найціннішим ресурсом в умовах великої кількості доступного контенту стає увага індивіда. Наш мозок вибирає найпростіше і концентрується на легших завданнях: почитати пости на фейсбуці, переглянути фото в інстаграмі, подивитись тік-ток відео. Візуальне мистецтво – домінанта у сучасній постмодерній економіці.

Увага – є обмеженим, а отже дефіцитним ресурсом людини. Інформації стає дедалі більше, і увага застосовується для фільтрування найважливішої інформації людини з великого масиву даних, що оточують людину в цифрову епоху. Цей фактор стає обмежуючим у споживанні інформації і визначальним у виробництві культурних та креативних продуктів. Програмне забезпечення враховує економію уваги при розробці інтерфейсу користувача, якщо користувачеві доводиться довго та незручно щось робити, він знаходить іншу програму. Аналогічно відбувається переключення між культурними продуктами, якщо споживачу не подобається продукт (відео, музика, фото, текст), або зміст занадто складний, то споживач вибирає інший, простіший продукт.

Світова економіка переходить від економіки, заснованої на товарах, до економіки, заснованої на увазі. Вона є цінним ресурсом для нас як особистості,

цінується бізнесом, політичними кампаніями, некомерційними організаціями та незліченними іншими організаціями, які намагаються спокусити нас витратити гроші або добровільно провести час. Багато послуг в Інтернеті пропонуються безкоштовно. Таким чином увага – це не лише ресурс, а й валюта: користувачі оплачують неї послугу споживання. І це призводить до того, що збільшується кількість вірусного низькоякісного продукту, який легше привертає увагу.

Культурні індустрії виробляють культурний продукт (телевізійні програми, серіали, пісні, відеоролики, статті в інтернет ЗМІ, дописи в соціальних мережах) для масового споживання. Для того, щоб залучити якомога більшу аудиторію, ЗМІ поєднують високу та низьку культуру, стирають межі між ними. Усі ці різноманіття культурних продуктів створено для того, щоб задовольнити наявні потреби масових споживачів у розвагах та сформувати нові. Основними проблемами сучасного стану світового ринку культурних благ є наступні [165]:

- Спрощення – більшість творів мистецтва створюються як споживчий продукт і формується логікою ринкової раціональності (з урахуванням попиту на ринку). Мистецтво більше не є автономним, а є скоріше товарним продуктом економічних виробничих відносин.

- Узагальнення – індустрія культури викорінює автономне мислення і критику, забезпечує легку, доступну розвагу, яка відволікає від проблем. Так створюється віртуальність як призма, через яку люди переживають реальність, формуючи та обумовлюючи свій життєвий досвід.

- Товаризація культури – прибуток стає важливішим за змістовне навантаження або художнє вираження. Відбувається стандартизація самого продукту та методів його розподілу.

- Прикрашання дійсності – відбувається створення позитивних образів героїв, які мають певний рівень достатку, оточені красивими та псевдокрасивими речами. Так формується картинка ідеального образу, до якого індивід буде прагнути в подальшому, це принцип спонування до дії.

Отже, культурний продукт і інформація, яку він несе, мають надзвичайно потужну силу, вони здатні створювати віртуальну реальність, неіснуючі конфлікти

та спотворювати справжні цінності. Відбувається вплив на свідомість індивіда, формування у нього потрібних переконань, оскільки найсильнішим людським бажанням є прагнення бути членом у спільноті.

Загрозою для українського ринку культурних благ є поширення російських ідей, наративів, невдале використання етнічних стереотипів (шароварщина), бездумне масове використання національних символів, наміри «переосмислити культуру» (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Загрози розвитку українського культурного ринку

Джерело: побудовано автором.

Засилля російського культурного продукту, в якому яскраво проявлялась українофобія, ностальгія за радянським минулим та велич російських силових органів, було проблемою українського інформаційного простору протягом останніх років. У 2014 році на один український канал припадало 7,5 годин трансляції російського телепродукту. Найбільше транслювали такі телеканали: «Україна» (13 годин), «НТН» (12 годин) та «Інтер» (11 годин). «Засилля російських фільмів, серіалів і телепередач в Україні є цілеспрямованою російською інформаційною експансією, яку Росія розпочала давно, щоб утримати Україну в російському інформаційно-культурному полі та нав'язати українцям відповідні цінності» [166].

Аналіз інформаційного продукту, якій пропонують найпопулярніші українські канали, можна розподілити за жанрами: 36% – шоу, 18% – серіали, 16% – фільми, 14% – реклама, 8% – новини, 8% – анонси, документальні фільми, анімація, концерти тощо. При цьому частка російських серіалів в українському медійному просторі до 2014 р. становила 69%, українських було лише 7 відсотків [167].

Російська інформаційна політика, яка просувалась через серіали, кіно, ток-шоу, розважальні програми, інтерв'ю лідерів думок, пости блогерів, знецінювала українську ідентичність та її складові (мову, традиції), формувала селянський образ неосвіченого українця, натомість звеличувала російську культуру та формувала штучний образ пострадянської людини.

Культура безпосередньо пов'язана з національною безпекою, атака на культуру є прямою загрозою національній безпеці країни. Сила української культури становить загрозу російській ідентичності. Сила культури в тому, що вона не просто переконує, а заманює та приваблює. Попри всю м'якість та непомітність не перший погляд свого впливу, культура діє так само як зброя.

Вплив на свідомість індивіда є елементом гібридної війни, російської деструктивної пропаганди, дезінформації, яку Росія системно здійснює проти України. Це питання можна було б залишити поза увагою та віднести його до сфери комунікацій, проте воно набагато глибше і цілиться саме у культуру.

Культурні цінності формують майбутнє суспільства, вони формують правила взаємодії у спільноті, норми прийнятного, питання, які будуть вважатись важливими та обговорюватись на порядку денному, форму соціального диспуту та моделі вирішення конфліктних ситуацій. Культура в усіх її проявах створює ідентичність, зокрема те, ким себе буде бачити індивід, кого він поважатиме та на кого рівнятиметься.

Шароварицина є найяскравішою формою невдалого використання етнічних стереотипів. Це явище, яким характеризують культурні продукти та образи низької якості, за допомогою яких спекулюють на елементах української культури та формують поверхневе стереотипне (в гіршому розумінні цього слова) представлення України. Справедливо зауважимо, що символи є у кожній культури,

проте саме контекст та частота їх застосування формують позитивні або негативні стереотипи.

Культурні блага є частинами доволі великого механізму створення певних образів, їх можна створювати свідомо або випадково. За допомогою культури образи створюються свідомо. Типовий набір образів, якій продукує шароварщина, виглядає приблизно так: українськомовний малоосвічений селянин, соняшники, сало, галушки, гарні дівчата у віночках.

Національні стереотипи формуються на основі найпримітивніших асоціацій, наприклад стереотипи щодо німецької (нацист, Гітлер, порно), єврейської (хитрун, світовий уряд), італійської (піца, мафіозі), мексиканської (сомбреро, кактуси, текіла), російської (Сталін, водка, балалайка), американської (статуя Свободи, капіталізм, рабовласництво), британської (аристократ, чай о 5-тій пополудні, футбол), арабської (тероризм, біженці, нафта) культури [168].

Україну за часів Радянського Союзу зображували як сільську країну, де живе народ, який носить кумедний одяг та говорить смішною мовою. Типова картинка зображувала садок вишневий коло хати, де усміхнена дружина у вишиванці ліпить вареники, козак співає та танцює гопака. Такий архаїчний образ української культури з максимально примітивними персонажами закріпилася у радянському та пострадянському просторі.

Культурні стереотипи, як і будь яка інформація, істотно залежать від місця та мови походження. Європейська та американська аудиторії донедавна (до лютого 2022 року) мали інший стереотип українців. Здебільшого він був негативний. Цей образ свідомо створювався російською пропагандою, фейковими новинами, західними псевдоекспертами. Культурні стереотипи є непомітною зброєю, яка активно використовується в епоху гібридних воєн та істотно впливає на громадську свідомість. Українська культурна дипломатія почала активно працювати на формування позитивного образу країни лише після 2014 року.

Західний та англomовний інформаційний простір мали такі стереотипні уявлення щодо України: буферна зона, східна мафія, незрозуміла (дивна) країна, прамова (прабатьківщина), країна – транзитер газу, православні варвари (яких

цивілізували греки), колишня польська колонія, територія російського впливу, радіоактивна зона, Чорнобиль, будинок розпусти, крадії газу [169]. Це уявлення істотно змінилось у 2022 році, і тепер Україну уявляють як частину європейського простору.

Сьогодні образ України, що героїчно бореться та протистоїть агресору, надихає світ. Проте, маємо усвідомлювати, що російська пропаганда і надалі спотворюватиме образ України думками, статтями західних експертів у європейських та американських журналах, думками російських опозиціонерів та місцевих колаборантів. Тому важливим завдання державної культурної політики є формування та просування гідного образу українського народу та сучасної культури.

Проблема посилюється надмірною кількістю інформації, яка продукується у світі, та невідповідальною роллю ЗМІ, які не завжди об'єктивно висвітлюють інформацію. Влучим є зауваження Ф. Фукуями, що ми живемо в епоху надзвичайно низького рівня довіри уряду й державних установ, до медіа та інституцій [170]. Кількість засобів інформації, експертів та псевдоекспертів є надмірною, це не сприяє розумінню, радше навпаки посилює дефіцит уваги. Як наслідок маємо забагато інформації, яку люди та суспільство не можуть ефективно обробляти.

Культурні блага у вигляді фільмів, серіалів, ток-шоу, так званий контент для дозвілля, впливають на наше повсякденне життя. Аудіовізуальні продукти називають зброєю масового ураження за рахунок їхнього впливу на свідомість та здатності утримувати увагу індивіда. Навіть короткій епізод фільму, ролику продукує певні сенси та здатен формувати когнітивні зв'язки між явищами, а відтак формувати потрібні образи та змінювати шаблони поведінки. Якщо на екранах герой неосвічений, хамовитий, російськомовний персонаж, але заможний та успішний, то саме такий образ будуть наслідувати громадяни.

Стереотипи щодо етнічних образів формують на основі реальних фактів, проте показують лише фрагмент національного образу чи частину культурної норми. При цьому маємо враховувати психологічні особливості сприйняття інформації, у тому числі культурної, зокрема здатність перебільшувати реальні національні

відмінності, схильність ігнорувати або неправильно запам'ятовувати інформацію, котра суперечить стереотипам, розвивати хибні переконання для виправдання несправедливості. Ці когнітивні особливості сприйняття інформації є надзвичайно важливими, оскільки стереотипи формують і модель поведінки. Наприклад уявлення, що Україна дуже корумпована країна може формувати думку, що все вирішується за допомогою хабарів та спонукати до хабарництва.

Судження людей можуть відхилятися від об'єктивності та раціональності. Тому при проектуванні соціальних норм та нових моделей поведінки треба враховувати і цей фактор.

Бездумне масове використання національних символів знецінює їх. Багато хто сьогодні надихнувся українською культурою. Водночас є компанії та люди, котрі мають бажання заробити на популярності української символіки. Саме тому доцільно порушити питання доречності масового використання культурних символів, форму актуалізації культури, а також моральні та етичні норми тих експертів, які будуть займатись інтеграцією культурної спадщини у сьогодення. Не превеликий жаль, маємо приклади невідповідного використання національних символів, коли легендарний історичний образ використовується на упаковках стандартизованого товару широкого вжитку для збільшення продажів. На наше глибоке переконання, використання українських традицій та культурних елементів у сучасному мистецтві та бізнесі має бути неповерхневим.

Наміри «переосмислити» українську культуру відкривають лазівку для збереження пам'ятників російським та радянським діячам культури. Ця тенденція є небезпечною, оскільки російська культура просуває свої наративи та свою мову, а разом із ними російські імперські амбіції та меншовартість українців. Поділ на великі та малі культури, рівняння на російських класиків, прагнення відлити культуру від злочинів російської армії, заклики братерства та єднання народів – все це робиться аби утримати українців у культурному російському просторі. Нажаль, саме чужі імперські прагнення сьогодні створюють загрозу існуванню України.

Сьогодення істотно відрізняється від попередніх епох у світогляді, цінностях, мистецтві тощо. Актуальність творів російських та радянських класиків минулого

та позаминулого століття новому поколінню українців незрозуміла без відповідного контексту. Цінність радянських художніх творів була сфокусована на наступних базових елементах: почуття гумору для виживання, жахливий світ сталінізму, штучність прообразу створеної радянської людини, абсурд тодішнього способу життя та руйнівна для індивіда сутність радянських реалій. Але подібна література нежиттєздатна без відповідного середовища [171]. Ці знання за бажанням можна здобувати через призму історії, але проживати цей досвід читанням художніх творів сьогодні є недоречним та небезпечним для майбутнього покоління українців.

Проблема ідентичності є фундаментальною для розвитку суспільства. Українську ідентичність мають формувати українські митці та громадські діячі та просувати ці ідеї в українськомовному культурному просторі. Активізація бойових дій у лютому 2022 року може пришвидшити процес формування української ідентичності. При цьому дуже важливо закладати саме ті світоглядні цінності, які сприяють економічному зростанню та добробуту суспільства.

Зміна шаблонів національної культури – тривалий процес, який відбувається поступово у процесі соціально-економічного розвитку країни та супроводжується зміною поколінь. У короткостроковій перспективі можливою є зміна поведінкових шаблонів, вона потребує 2-3 років. Цінності та переконання можливо частково змінити за 10-15 років (рис. 2.8).

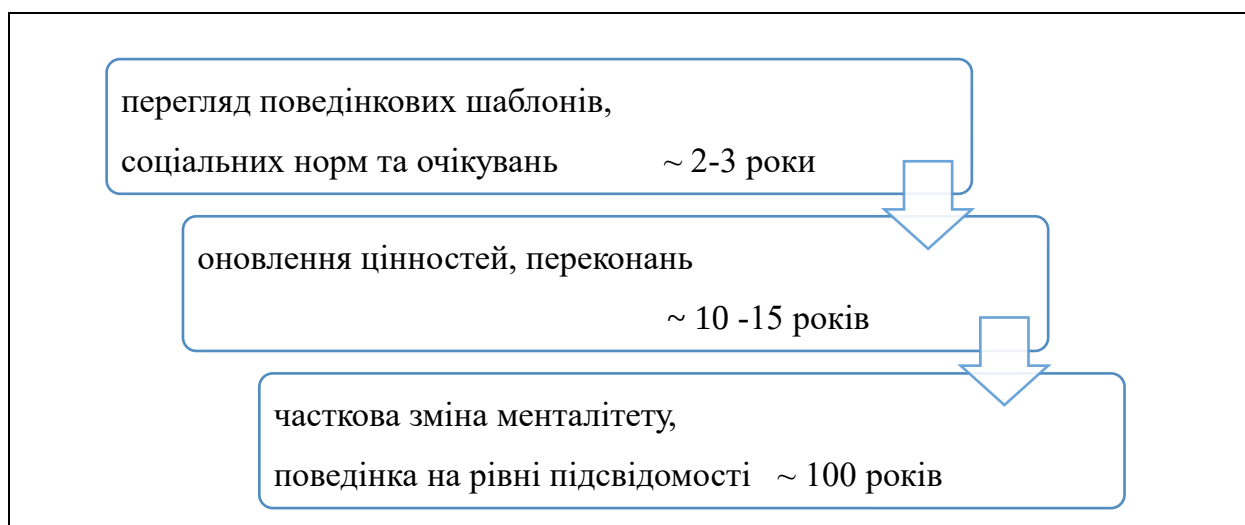


Рис. 2.8. Зміна шаблонів поведінки та цінностей

Джерело: побудовано автором на основі [172].

Водночас майже половина відмінностей у національних культурах набуваються внаслідок колективного досвіду, особливостей розвитку суспільства та умов, в яких розвивається країна (географічні та кліматичні). Вони є унікальними для кожної країни, залишаються практично незмінними. Існує можливість для їх незначної трансформації, проте це – складний, тривалий процес.

Важливо зауважити, що національна культура змінюється лише тоді, коли змінюється поведінка на рівні підсвідомості (менталітет). Середньо- та короткострокові зміни в поведінці або поява нових переконань і цінностей (навіть внаслідок примусу) не викликають фундаментальних змін у національній культурі. Проте саме на поведінкові шаблони та цінності можна впливати за допомогою проектування соціальних норм.

Нас цікавить аспект формування потрібних соціальних норм, що сприяють успішному розвитку суспільства. Саме тому потрібно визначити: 1) як саме можна змінити норми, що вже є у суспільстві, 2) як швидко відбувається зміна поведінки, на якому етапі відбудеться переломний момент, коли достатня кількість людей прийме ці норми, 3) як спроектувати ці соціально-культурні цінності.

Формування і зміна соціальних норм відбувається за допомогою культурної інформації. Одиницями передачі культурної інформації є традиційні культурні і креативні продукти (музика, відео, література, поезія) та сучасні (мем), які набувають популярності в епоху спрощення. Усі вони об'єднуються в соціальний капітал, норми, узагальнені стандарти прийнятної поведінки у спільноті. Державна культурна політика може і має використовувати весь спектр культурних продуктів для формування соціальних норм та свідомості індивідів. Формою подання має бути – наратив, дискурс, під якими ми розуміємо єдність мовлення відповідно до ситуації, а також позамовний контекст і невисловлені наміри, які супроводжують мовлення.

Сучасним трендом у спілкуванні є поширення мемів. Термін «мем» (грецькою імітація, наслідування) було введено Р. Докінзом як концепцію еволюційних принципів у процесі поширення ідей та культурних явищ. Прикладами мемів можуть бути мелодії, крилаті фрази, мода, архітектура [173]. Меми, як одиниця

культурної інформації, поширюються у суспільстві шляхом наслідування та імітації. Цікаві ідеї передаються, і якщо приймаються суспільством, то залишаються у культурі спільноти.

Культурна інформація відтворюється усно або письмово, у формі прози, віршів або музики. Важливим аспектом є цінність, мем має бути значущим для виживання серед великої кількості інформації. Він має бути простим, зрозумілим, має давати відповідь на ключові (болючі) питання існування, а також поєднуватись з моральними та етичними правилами спільноти (винагорода справедливості або невідворотна кара).

Меми є своєрідною трансформацією прислів'я, сталих виразів. Кожна країна має свій набір висловів, які підсилюють емоційне забарвлення сказаного або стисло та змістовно висловлюють думку. Зазвичай ми читаємо їх у книжках, чуємо в розмові батьків та родичів, у фільмах, серіалах, зустрічаємо їх у заголовках новин. Вони часто застосовуються у коротких відео, котрі зараз дуже популярні в тік тоці та інстаграмі. Ми використовуємо ці фрази автоматично, причому іноді навіть не знаємо їх походження. Просто ця культурна інформація вже є в нашому житті, вона є зрозумілою для нас та нашого оточення. Це дозволяє спростити комунікацію та відволікатися на пояснення контексту.

Наратив є важливим елементом комунікації, який часто використовується у політиці, суспільних науках та відносно недавно почали аналізувати в економіці. Р. Шилер називає наративною економікою дослідження популярних наративів, історій з мораллю, які набувають популярності.

У ЗМІ та нашому щоденному спілкуванні циркулює безліч різнопланової інформації. Частина з цього є правдивою, корисною, проте людей більше захоплює цікава, емоційна інформація. Такі повідомлення швидко набувають популярності. І найцікавіше, що вони «формують зміни в суспільному мисленні та згодом стають важливими причинами великих економічних подій» [174].

Р. Шилер наводить приклади наративів Великої депресії, історії, які описували соціальне-економічне життя того часу переповідали такі емоційні стани, як паніка, страх, сум, страждання та економність. Це сприяло розвитку таких соціальних

трендів, як повернення до релігії, до скромності в моді та співчуття до знедолених людей.

Просувався також наратив технологічного безробіття, зокрема пояснювалось, що механізація виробничих процесів призводитиме до заміни людської праці машинною, зникненню більшості робочих місць та втрати роботи. Такі повідомлення мали наслідками скорочення індивідуальних інвестиційних витрат, споживання та більшу економність.

Сьогодні наратив безробіття відчувається дуже актуальним, все більше говориться щодо роботизації робочих місць. Розповідь про розвиток машинної праці налічує сотні років, навіть тисячі років, і першим заговорив про це Аристотель. Але і сьогодні ми прогнозуємо розвиток автоматизації, штучного інтелекту, зникнення робочих місць тощо. У квітні 2020 року Р. Шиллер припустив, що зростання інформаційних повідомлень у ЗМІ та обговорення експертами проблем штучного інтелекту та заміни людини роботом, може призвести до депресивних настроїв, втрати сенсу життя та спаду економіки.

Криза на ринку нерухомості 2007-2009 років у США була пов'язана зі зміною економічних наративів. Першою тезою, що набувала обертів, було припущення щодо зростання цін на житло за умови високого попиту, бажання втілити американську мрію в життя – купити великий будинок. Привабливість американської мрії та заохочення бути успішним спонукають людей купувати не один, а декілька будинків. При цьому дехто на цьому спекулює, що може створити ефект бульбашки. Такою була історія, що рухала ринок.

Зміна наративу змінила тренд на ринку. Злам стався тоді, коли почали говорити про бульбашку на ринку житла, недалекоглядність інвесторів, що вкладають гроші у нерухомість. Поступово це перетворилось на загальну суспільну думку, що соромно інвестувати в будинки. Зміна наративу спричинила зміни на економічному ринку.

Класична економічна школа досліджує кількісні економічні показники (ціну, попит, пропозицію, відсоткові ставки, обмінний курс) та на основі їх взаємозв'язку пояснює явища, що відбуваються та прогнозує економічні тренди. Додатково на

суб'єктів господарювання впливають психологічні фактори, які пояснює поведінкова та наративна економіка.

Наратив рухатиме економіку тільки у разі, якщо він стане дуже впливовим, «вірусним». Передача інформації відбувається від індивіда до індивіда у розмові, листуванні, через соціальні мережі, ЗМІ, інформаційні агентства тощо. Для кращого розуміння наративної економіки можна використовувати математичну модель епідемій. Схематично суспільство можна поділити на три групи: вразливі (чутливі, сприйнятливі), інфіковані та котрі одужали [175].

Подібно до схеми поширення епідемії, наративи потребують достатнього контакту з інформацією (можливо з декількох джерел) для того, щоб індивід став інфікованим (*авт. щоб вразливий індивід став залученим у контекст*). Людина має бути сильно *емоційно заряджена*, щоб *ретранслювати сенси* та передавати цю інформацію іншим. Наратив починає працювати, коли *інформація потрапила в масову свідомість*.

Сучасне постіндустріальне суспільство перевантажено інформацією, тому швидко переключає увагу з однієї події на іншу. Коли емоційний заряд вже не повністю займає свідомість, відбувається переключення уваги на інші події. Відсутність уваги та достатньої кількості користувачів обумовлює спад зацікавленості суспільства даною темою та зниження сили дії наративу. Схематично сила наративу нагадує криву пропозиції. Життєвий цикл наративу може бути плавним або стрімким в залежності від ступеня важливості інформації для суспільства, емоційної зарядженості сенсів та кількості залучених осіб (рис. 2.9).

Людський фактор є поширеним джерелом помилок, а тому висока імовірність, що відбуватиметься неточна передача інформації, деś втратиться важлива частина, щось буде передано інакше. Неточні перекази можна порівняти з мутаціями вірусу, на думку Р. Шилера, вони мають значно менше шансів на виживання. Великі наративи можуть мати непередбачувані наслідки. Вони можуть бути довгостроковими або тимчасовими чи навіть миттєвими, що ускладнює економічний аналіз, завдання економістів – зрозуміти їхні наслідки.

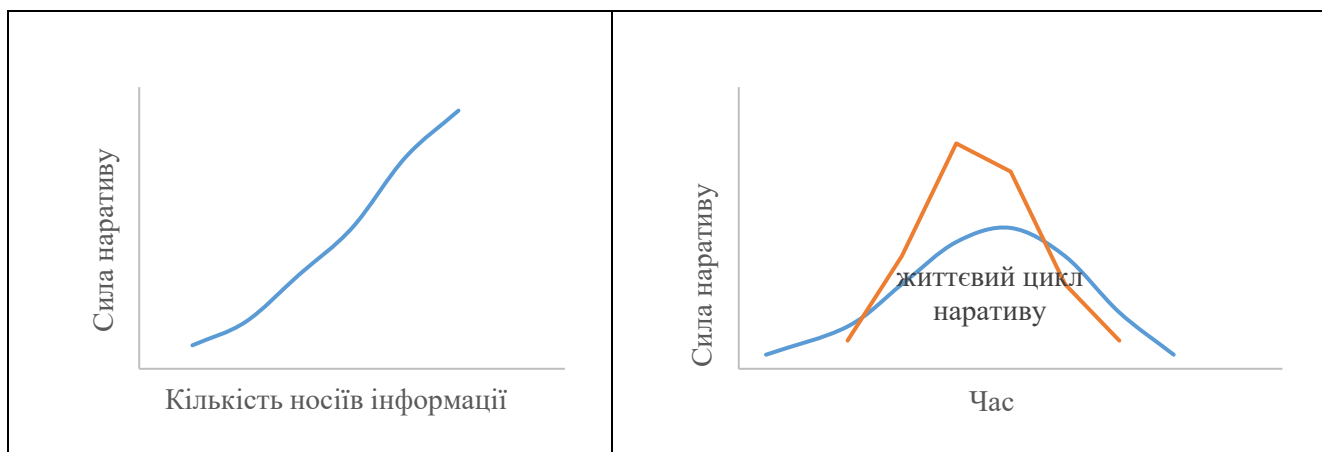


Рис. 2.9. Сила та життєвий цикл наративу

Джерело: побудовано автором.

Когнітивні можливості індивіда є рушійною силою економіки. Здатність продукувати нові ідеї вивчається у інноваційній школі економічної думки, можливість створювати нові ринкові тренди на основі емоційного залучення уваги індивіда – у наративній. Люди змінюють своє мислення протягом життя під впливом різних факторів (нові знання, усвідомлення хибності попередніх уявлень, сила соціальних мереж, мода), проте завжди залишається важливий підсвідомий мотив – бажання бути членом у спільноті, знайти своє місце. Тому для розуміння економічних процесів потрібно вивчати культурні фактори, що формують стандарти поведінки та соціальні норми (рис. 2.10).

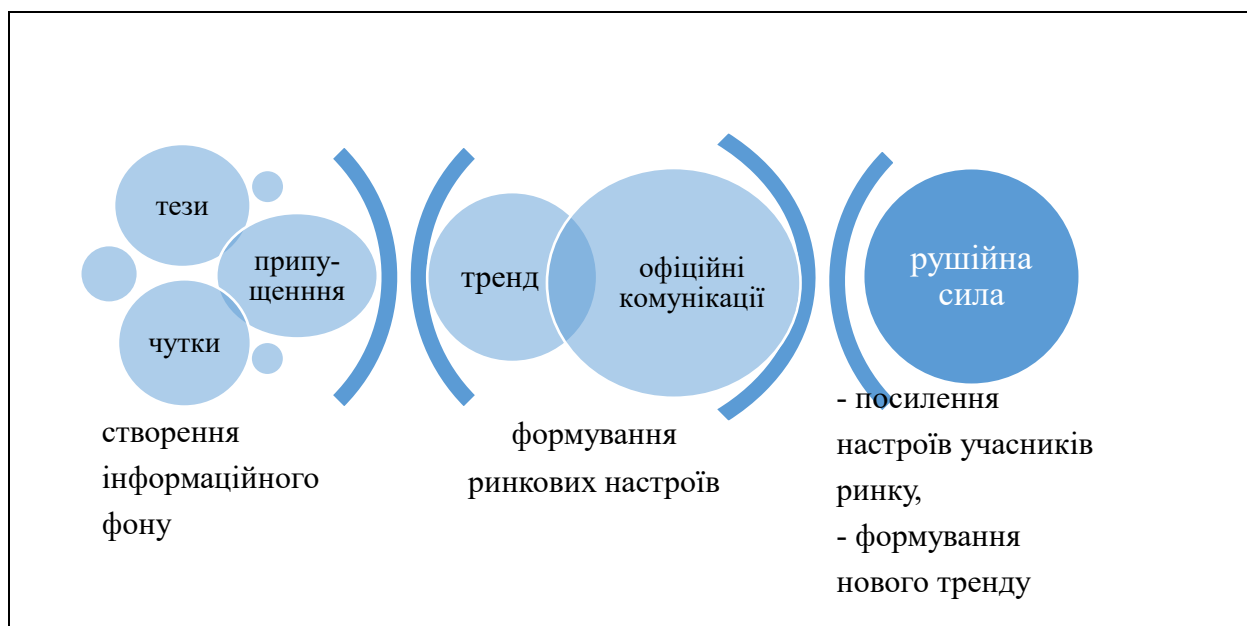


Рис. 2.10. Схема формування наративів в економічній поведінці

Джерело: побудовано автором.

Українці мають свої економічні наративи, наприклад «ніколи не довіряй уряду», «держава завжди надурить». На фоні тотальної недовіри населення до органів влади будь-які запевнення уряду щодо стабільності курсу гривні або достатності запасів певного товару (гречка, пальне, сіль) мають зворотні наслідки. При цьому, що більше влада говорить про стабільність, то вищим є попит на покупку цих товарів. Колоніальне минуле, радянській дефіцит, перебудова, гіперінфляція сформували високий рівень недовіри українців до уряду. Тому ці фактори слід враховувати у комунікаційній стратегії державних органів влади.

Найцікавішим є те, що економічні наративи звертаються до емоцій та інстинктивних потреб. Вони можуть бути хибними, ірраціональними, проте, безпосередній зв'язок з інстинктами робить їх міцними, навіть незламними для індивідуальної свідомості.

Наратив, як правило, є більшим ніж один смисловий блок, він не є національною ідеєю. Основою для створення соціальних наративів є правило, що індивід легше сприймає на віру те, що здається знайомим, дещо подібне до того, що він вже бачив, чув, читав [176]. Форма подачі інформації має бути простою та зрозумілою, здатною до відтворення та поширення. Формування нових смислів має відбуватись поступово, нові ідеї, погляди сприймаються складніше, тому для їх прийняття потрібно сформувати певне підґрунтя.

Характерною рисою стабільного суспільства є чітке бачення довгострокових цілей та засобів їх досягнення у громадській свідомості [177]. Такими дороговказами можуть бути ідеологія на основі базових цінностей суспільства з урахуванням специфіки державних інституцій. Фактором консолідації виступає культурна політика, яка враховує ідентичність, історичний досвід та цінності спільноти.

Швидкість прийняття нової поведінки. Процес прийняття рішень індивідами відбувається на основі власних вподобань та наявної інформації, він є неаналітичним та упередженим. Індивід мислить інтуїтивно на основі соціальних, культурних та ментальних моделей.

Середовище та соціальні уподобання грають важливу роль у прийнятті рішень, їх часто використовують для скорочення часу на оцінку та фільтрацію ментальних моделей для інтерпретації інформації в потрібному руслі. Відтак політика формування та розвитку навичок має відбуватись у реалістичній площині, на основі розуміння як індивід думає, поводить, приймає рішення.

Швидкість сприйняття соціальних норм залежить від того наскільки часто індивіди бачать подібну поведінку (частота), скільки членів групи підтримують таку поведінку (однорідність), наскільки послідовною є така поведінка (систематичність).

Основними проблемами формування соціальних норм спільноти можуть бути:

- різне ставлення у членів суспільства до нової соціальної норми;
- попередні уявлення можуть бути доволі сильними і стримувати сприйняття нових ідей;
- норми можуть бути поширеними у спільноті, проте нечіткими;
- зміна соціальних норм потребує часу.

Проектування соціальних норм можна розглядати як створення змістовно-наповнених ідей щодо способів існування суспільства, власності (приватної та державної), розподілу благ (справедливості), систем винагороди та покарань. Ці концептуальні ідеї слугуватимуть орієнтиром для всіх членів суспільства, вони створюють певний набір правил відповідно реальних умов існування спільноти, формують ідеологію.

Здається очевидним, що культурні блага мають різне за змістом наповнення, поділяються на високу та масову культуру. Зробимо припущення, що висока культура – це блага, розуміння яких потребує певного рівня знань та осмислення. Натомість масова культура створює твори, що легко засвоюються. Безумовно, індивіду легше споживати масову культуру. Тому маємо розуміти, що формування соціальних норм та цінностей, яке відбувається за допомогою культурних благ, має бути представлено у сегменті високої та масової культури.

При цьому сектор української масової культури має розвиватись в усіх можливих напрямках, має бути багато україномовних творів, пісень, жартів, мемів

тощо, спрямованих на задоволення простих невибагливих смаків суспільства. Маємо зробити застереження, що навіть масова культура має бути соціально відповідальною та сприяти формуванню мінімального рівня відповідальності індивіда та суспільства.

Мотивація до культури не є базовою екзистенційною потребою індивіда, вона розвивається після задоволення першочергових потреб. Людина не народжується з культурними потребами, вони набуваються у процесі виховання та соціалізації людини. Попри максималізм та деяку ідеалістичність, маємо констатувати, що жодне суспільство не може бути повністю культурним та освіченим. Включення людини в соціальну реальність стає передумовою формування культурних потреб.

Спроби підпорядкувати культуру потребам суспільства можуть призвести до деградації культури і держави та негативно вплинути на систему соціального мислення. Суспільство можна заохочувати до споживання культурних благ, мотивувати до розвитку когнітивних навичок (осмислення, рефлексії, здатності формувати причинно-наслідковий зв'язок). Важливим компонентом соціальної поведінки є здатність до самообмежень, індивід у суспільстві має систему обмежень, котрі формують його поведінку. Свобода є лише видимою частиною поведінки, вона безпосередньо пов'язана з індивідуальною культурою та передбачає відповідальність за свої дії.

Отже, мотивацію до культури потрібно розвивати та формувати у суспільства цінності, що сприяють економічному зростанню. Зазначимо, що наше дослідження присвячено формуванню економічних та етичних цінностей:

- економічні цінності: повага до приватної власності, схвалення конкуренції, особиста відповідальність, розуміння економічної природи диференціації доходів, шанобливе ставлення до праці та екології;

- етичні цінності: особиста відповідальність чи очікування державних пілґ, готовність платити за користування суспільними благами, розуміння необхідності сплати податків, прагнення чесно виконувати службові обов'язки без хабарництва.

Традиційний економічний підхід розглядає прагнення індивіда до прибутку та мінімізації витрат, якщо це не порушує прав інших членів суспільства. Існують

певні суперечності має економічними та етичними цінностями. Порушення етичних норм може мати економічну вигоду для окремо взятого індивіда у короткостроковій період, проте це суттєво знижує ефективність функціонування спільноти у середньостроковій та довгостроковій перспективі. Тому, завданням суспільства є формування культури та етичних цінностей задля досягнення економічного ефекту.

Культурна політика має працювати в декількох напрямках, має просувати цілий набір ціннісних установок. Вона є важливим аспектом стратегічної комунікації до членів суспільства, також має протидіяти неетичним впливам, твердженням, повідомленням, які формують хибну думку або уявлення.

Особливістю виробництва та споживання культурного продукту є виховна функція, орієнтована на пізнання, духовний розвиток, рефлексію. Велике значення у виробництві культурних продуктів має етика та соціальна відповідальність. Аудіовізуальна продукція має значний вплив на свідомість та підсвідомість людини, тому виробники масової культури є відповідальними за зміст, якій вони створюють та можливі наслідки.

Суспільство добре функціонує, коли кожен індивід та інституція якісно виконують свої обов'язки, панує довіра, комунікації зрозумілі та злагоджені. Порушення цієї структури призводить до проблем, конфліктів та руйнування суспільства.

Культурна політика у період воєнного часу. Сьогодні українське суспільство переживає важкий етап, гібридна гуманітарна війна поєднується із реальними загрозами безпеки та виживання. Атакується мова, культура, ідентичність, цінності, культурна спадщина. Все це ми маємо убезпечити, зберегти та розвивати.

Культурна політика має відображувати досвід пережитих подій, у тому числі травматичний, для того, щоб формувати колективну пам'ять нації, яка лягатиме в основу майбутньої самосвідомості та ідентичності. Колективна пам'ять про пережите нацією, особливо що стосується війни, надовго формує культурні

цінності та менталітет суспільства. Попри те, що цей досвід є болісним, він формуватиме ідентичність.

Роль культури фундаментальна, у воєнний час її значення лише посилюється. Війна – найбільш травматичний досвід суспільства. Культурні блага допомагають суспільству відрефлексувати події, що відбуваються навколо. Мистецтво висловлює емоції, показує як пережити страх, жах, зневіру, віднайти надію та радість, побачити щось вічне, триваліше за війну та навіть життя. Художні твори спонукають до роздумів як віднайти своє місце у цій війні, убезпечити себе та близьких, наблизити перемогу.

Надзвичайно важливою культурною традицією для українського суспільства має стати – сприяння розвитку мови, споживання місцевих культурних благ, знання власної історії, примноження індивідуального та суспільного культурного капіталу.

Важливо зауважити, що людський розвиток, формування соціальних норм та ціннісної поведінки індивіда не відбувається регламентовано за приписом. Нормативне закріплення обов'язковості культурних правил (вживання української мови, відвідування кінотеатрів, покупки книг) не забезпечуватиме формування цінностей. Патріотизм та повагу до держави, культури, нації не можна нав'язати, його треба виховувати. Це тривалий процес, котрий потребує залучення громадськості, активістів, митців.

Висновки до розділу 2

1. Категорії «культурний» та «креативний» сектор не є тотожними. Основою культурної діяльності є творчість та мистецтво, натомість креативна діяльність безпосередньо пов'язана з категорією інтелектуальної власності, авторського права та концепцією інформаційної економіки. Культурна діяльність також має авторські права, а економічним результатом культурної діяльності є культурний продукт, який має певне соціальне значення. Креативний сектор є більш функціональним, в той час як культурний – зосереджується на передачі інформації, повідомлень та знань, створює смисли, формує моральні та духовні аспекти поведінки особистості, норми і цінності суспільства.

2. Економіка культури має свої особливості, головною серед яких є сфера продуктивності праці. Виробництво культурних продуктів є трудомісткою, індивідуалізованою та нестандартною працею, що не відповідає традиційним законам продуктивності праці. Споживчим товаром у сфері культури переважно є сама праця, а зростання вартості мистецтва відбувається за рахунок зростання рівня життя та витрат споживачів на розваги.

Існують складнощі у вимірюванні економічного або соціального внеску культурних галузей в економічне зростання. Як правило, здійснюються економічні розрахунки доданої вартості, зайнятості та експорту, додатково оцінюють економічні вигоди у вигляді регіонального розвитку та підвищення туристичної привабливості. А соціальний вплив (наприклад, культурне виробництво та споживання) креативної економіки поки що важко визначити вповні. Оцінка економічного впливу культурних галузей має включати визначення поняття культурних індустрій, їх економічної природи, вивчення особливостей попиту та пропозиції культурних продуктів.

3. Культурні сектори в Україні на початку 2000-х років демонстрували доволі високі темпи зростання, створювали робочі місця та стимулювали інновації для інших секторів економіки. Криза 2008 років мала незначний негативний вплив на динаміку розвитку культурних індустрій, проте 2020 рік показав пандемічну вразливість цих секторів економіки. Сьогодні культурний сектор стає ще більш вразливим, що є наслідком проблем з державним фінансуванням, зростанням операційних витрат, а також зазнає руйнівного впливу від війни, коли фізично знищуються культурні та історичні пам'ятки, гинуть культурні діячі.

4. Важливим елементом суспільної комунікації є наратив. Формування суспільної думки щодо окремих подій та інформаційного порядку денного в цілому має високий вплив на поведінку суспільства та формує соціальні тренди. Українці мають власні усталені наративи в частині недовіри до органів влади, їх треба враховувати при формуванні суспільної думки.

Отже, культурні цінності можна використовувати для побудови економічних наративів у сучасній економіці. Проєктування соціальних норм за допомогою

економічних наративів можна розглядати як створення змістовно-наповнених ідей щодо способів існування суспільства, прав власності (приватної та державної), розподілу благ (справедливості), систем винагороди та покарань. Ці концептуальні ідеї слугуватимуть орієнтиром для всіх членів суспільства, формуватимуть правила існування спільноти та ідеологію.

Культуру можна використовувати як чинник регіонального розвитку та економічного зростання, що передбачає зміщення уваги з традиційних цінностей мистецьких продуктів. Зміст культури підпорядкований: головне – бачити мистецтво та культуру як інструменти досягнення ширших економічних, соціальних цінностей і цілей.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях автора [178, 179, 180, 181].

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

3.1. Економічні цінності та економічне зростання: регресійний аналіз

Теорія поведінкової економіки акцентує увагу, що на дії індивідів впливають історія, ідеологія, політичний режим і культура, які формують мислення, обумовлюють мотивацію та створюють стимули. Раніше релігія слугувала моральним орієнтиром діяльності індивідів, натомість сучасні суспільства більше секуляризовані, тому зараз таким орієнтиром виступають культурні та соціальні норми. Існує припущення, що відмінності у релігіях сформували відмінності у культурних нормах, тому попри секуляризацію сучасні суспільства мають відмінності у соціальних нормах та цінностях. Останні впливають на те як індивіди ставляться до приватної власності, конкуренції, отримання винагороди за свою працю, захисту навколишнього середовища [182].

Суспільства відрізняються цілями, суспільними функціями, рівнями прав та свобод індивідів, ступенем контролю над ресурсами. Суспільний порядок визначає відповідний політичний режим, систему організації суспільства (співвідношення державної та приватної власності), межі повноважень влади, процес вирішення спільних проблем (екологічний фактор) та використання суспільних благ.

Формальні та неформальні правила обумовлюють прийняття рішень та взаємодію індивідів. В економічній системі ці політичні, соціальні і правові норми стають основою для виробництва та споживання. Суспільні інститути мають різні характеристики, зокрема закони та інструкції виконують регулятивну, а цінності та норми поведінки – нормативну та когнітивну функцію. Основою ціннісних правил є дія за промовчанням, оскільки так прийнято. Вони мають моральну і культурну легітимність та передаються через навчання або наслідування [183].

Соціальні правила, норми базуються на спільних когнітивних правилах, які узагальнюють переконання та досвід суспільства. Так формується культура, соціальна когнітивна конструкція суспільства [184]. Ключовими питаннями існування та розвитку спільноти з позиції економічних інтересів є категорії прав

власності, розподілу доходів, конкуренції, дбайливого ставлення до навколишнього середовища тощо. Ці категорії відносяться до економічних цінностей країни, вони значною мірою обумовлюють напрями та темпи економічного зростання та, водночас, залежать від ідеології, релігії, політичного режиму.

Нас цікавить формування економічної поведінки індивідів та їхніх переконань, наприклад, яким є ставлення до державної та приватної власності, або як економічне зростання країни сприяє розвитку екологічних цілей. Дослідити ці категорії економічних цінностей можна за допомогою аналізу даних проєкту «Огляд цінностей світу» (World Values Survey, WVS).

Гіпотези. Висуваємо три гіпотези щодо економічних цінностей індивідів та перевіримо їх у суспільствах з різним рівнем доходів. По-перше, позитивне ставлення до приватної власності формується історично, залежить від комуністичного минулого та позитивно корелює з економічним зростанням. По-друге, важливим є суспільне розуміння конкуренції, позитивне ставлення до конкуренції сприяє економічному зростанню. По-третє, існує ієрархія соціальних цінностей, першими є базові економічні потреби, після задоволення яких можуть виникати потреби вищого порядку, зокрема екологічні цілі.

Вихідними даними для аналізу є дані Огляду цінностей світу (2017-2021) та показники ВВП на душу населення (дані Світового банку, 2016-2020). Дані досліджуються на прикладі регресійної моделі, яка враховує незалежну (цінності) та залежну (ВВП на душу населення) змінні. Вибірка становить 36 країн.

Дані проєкту «Огляд цінностей світу» оцінюють соціальні, економічні, політичні, релігійні цінності людей у різних країнах. Дані дослідження є національно репрезентативним соціальним опитуванням на базі загальної анкети, що проводиться кожні 5 років, починаючи з 1981 року. Ми використовуємо для аналізу дані економічних цінностей опитування за 2017-2021 роки [185].

Розрахунок індексу економічних цінностей здійснюється за такою формулою:

$$I = \sum_{i=1}^{10} k_i * q_i, \quad (3.1)$$

де I – індекс економічних цінностей;

k_i – ваговий коефіцієнт, що визначає ступінь внеску i -го показника;

q_i – нормалізована оцінка i -го індикатора.

Зауважимо, що в Огляді цінностей світу представлено шість питань, які символізують економічні цінності: питання стосуються доходів (диференціація / рівність), власності (приватна / державна), відповідальності (уряд / індивід), ставлення до конкуренції (корисна / шкідлива), покращення життя (наполеглива праця / успіх), державний пріоритет (економічне зростання / захист навколишнього середовища). Ми розглядаємо три (власність, конкуренцію, державний пріоритет), решта три мають різні вибірки по країнах, що унеможлиблює їх порівняння.

Перша гіпотеза – позитивне ставлення до приватної власності формується історично, залежить від комуністичного минулого та позитивно корелює з економічним зростанням. Огляд цінностей світу наводить опитування респондентів щодо доцільності збільшення підприємств приватної або державної власності за шкалою від 1 (приватна власність) до 10 (державна власність). Тому, що меншим є розрахований коефіцієнт кожної країни, то вищим є пріоритет приватної власності. Регресійний аналіз підтверджує залежність показників економічного розвитку від цінностей суспільства щодо приватної власності. Суспільства, що мають вищий пріоритет приватної власності, мають вищий рівень доходу на душу населення.

Спробуємо деталізувати аналіз країн за відмінностями у релігії та наявності комуністичного минулого. Результати крос-культурного аналізу із застосуванням типології кластерів Р. Інлегарта відповідно до домінуючої релігії демонструють, що протестантські та католицькі суспільства мають схожі цінності щодо важливості приватних підприємств в економіці та бізнесі (рис. 3.1).

Посткомуністичні суспільства, мають нижчий показник цінностей щодо приватної власності в бізнесі. Це наслідок тривалого впливу колективістської системи комуністичного режиму та приклад того як соціально-економічне середовище сформувало культуру населення.

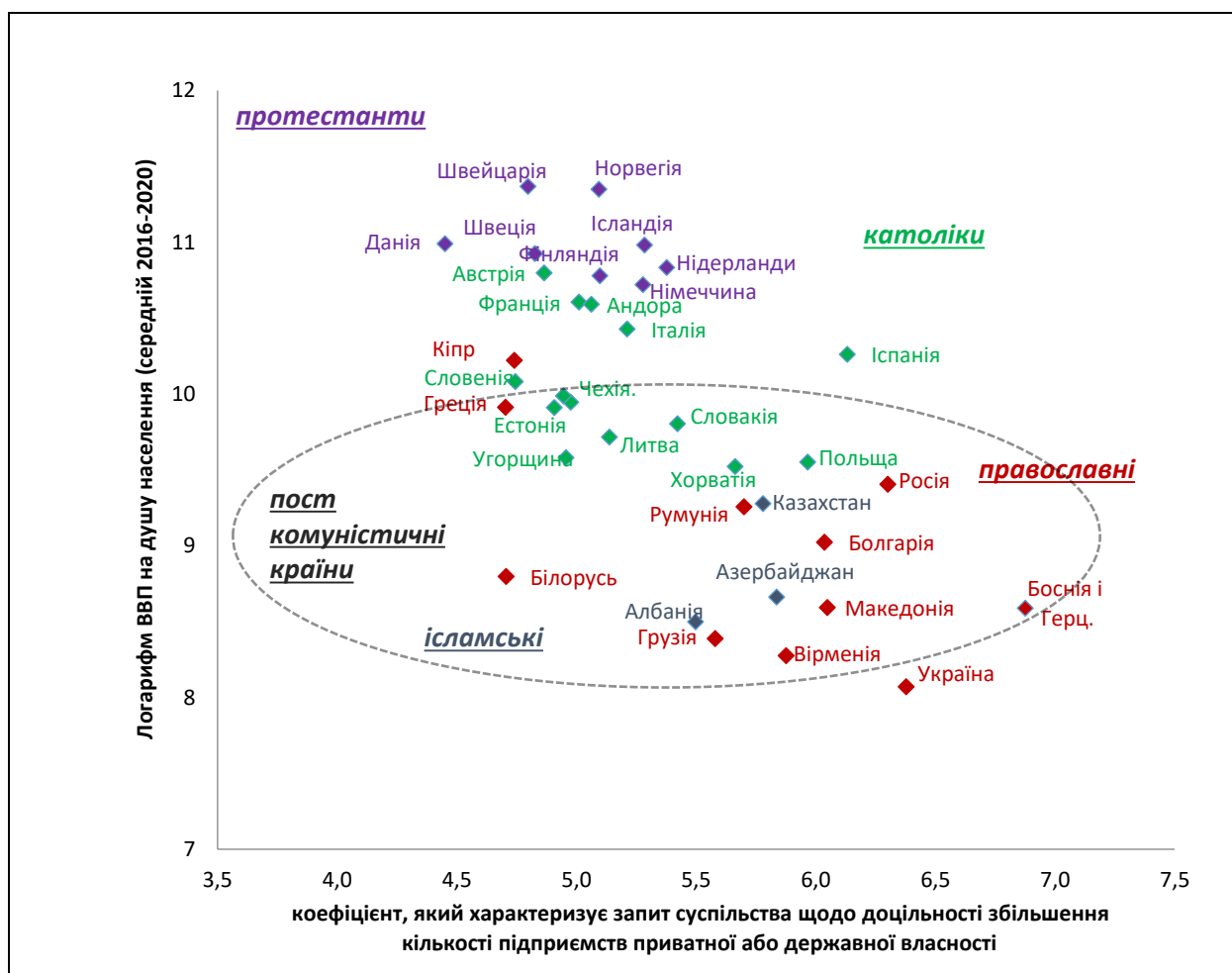


Рис. 3.1. Розподіл цінностей щодо приватної та державної власності та ВВП на душу населення

Джерело: складено автором за даними Огляду цінностей світу та Світового банку.

Модель множинної регресії. Проаналізуємо вплив цінностей разом з фактором релігії та посткомуністичного минулого за допомогою моделі множинної регресії. В моделі ці показники представлено змінними x_1 , x_2 , x_3 . Багатофакторна лінійна регресійна модель представлена формулою:

$$y_i = a_0 + a_1 \cdot x_{1i} + a_2 \cdot x_{2i} + a_3 \cdot x_{3i} + l_i \quad (3.2)$$

Відсутність мультиколінеарності в моделі перевірено за допомогою аналізу частинних коефіцієнтів кореляції за формулою:

$$r_{ij} = \frac{-q_{ij}}{\sqrt{q_{ii}q_{jj}}}, \quad (3.3)$$

де q_{ij} – елемент матриці $Q=R^{-1}$, який знаходиться в i – рядку та j – стовпчику.

Коефіцієнти частинної кореляції не є значимими, мультиколінеарність між факторами відсутня. Фактори x_1 , x_2 , x_3 – не випадкові змінні, незалежні між собою.

Коефіцієнт детермінації R^2 показує, яку частку від загальної варіації пояснює детермінована складова.

$$R^2 = \frac{\sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2} \quad (3.4)$$

В побудованій моделі коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,87$, що показує відносно високий рівень впливу культурних факторів на показник ВВП на душу населення. Результат на 86% обумовлений відмінностями у цінностях, релігії та належності до комуністичного режиму (скоригований R^2 0,861).

Таблиця 3.1

Регресійний аналіз моделі економічних цінностей

Коефіцієнт множинної кореляції	0,934
R^2	0,8729
Скоригований R^2	0,861
Стандартна похибка	0,3495
К-ть спостережень	36

Джерело: розраховано автором.

Наступний кроком є перевірка моделі на адекватність за F -критерієм Фішера. Розрахункове значення F критерію Фішера (критичне) обчислюється за формулою:

$$F_p = \frac{R^2}{1 - R^2} * \frac{n - m - 1}{m}, \quad (3.5)$$

Критичне значення F критерію з урахуванням числа ступенів свободи за таблицею F -розподілу дорівнює 8,6. На основі порівняння розрахункового значення з критичним робимо висновок, що вищенаведена економетрична модель адекватна даним спостережень.

Результати тесту підтверджують статистичну значущість результатів: F статистика $73,25 > F$ критичне $8,6$; P значення $< 0,05$ (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Дисперсійний аналіз моделі економічних цінностей

	df	SS	MS	F	Рівень значущості F
Регресія	3	26,84	8,95	73,25	0,0000201
Залишки	32	3,91	0,12		
Усього	35	30,75			

Джерело: розраховано автором.

Перевірку статистичної значимості коефіцієнтів моделі регресії розраховано за допомогою аналізу відношення коефіцієнта регресії a_j до свого стандартного відхилення S_{aj} :

$$t_{pj} = \frac{a_j}{S_{aj}}, \quad (3.6)$$

За результатами порівняння Т критеріїв отримуємо 3 значимих показники. Найбільш значимим є показник релігії та комуністичного минулого, що мають від'ємний коефіцієнт і демонструють зворотній характер залежності (табл. 3.3). Таким чином, що більше в суспільстві комуністичної ідеології, то нижчим є схвалення приватної власності та нижчим є ВВП на душу населення. Гіпотезу підтверджено.

Очевидно, приватна власність є більш ефективною порівняно з державною, для економічного зростання потрібна більша кількість підприємств приватної власності. Вони гнучкіше реагують на технологічні зміни та є стимулом інновацій. Безумовно, мова не йде про підприємства критичної інфраструктури, які відповідно до важливості своїх функцій мають бути державними. Дискусійне питання завжди полягає в тому, чи здатні приватні підприємства працювати на соціальні цілі та захист навколишнього середовища.

Таблиця 3.3

Перевірка статистичної значимості коефіцієнтів моделі

	коєф-т	стандартна похибка	t стат.	p-знач.	мін 95%	макс 95%
константа	13,06	0,61	21,50	0,000	11,82	14,29
цінності щодо власності	-0,31	0,12	-2,53	0,016	-0,56	-0,06
релігія	-0,50	0,09	-5,83	0,000	-0,68	-0,33
комуністичне минуле	-0,78	0,16	-5,00	0,000	-1,10	-0,46

Джерело: розраховано автором.

Друга гіпотеза – важливим є суспільне розуміння конкуренції, позитивне ставлення до конкуренції сприяє економічному зростанню. Конкуренція є ключовою для успіху підприємця, необхідність конкурувати задля досягнення

багатства і вищої майстерності сприяє не тільки розвитку економіки, але й іншим сферам суспільства. Водночас існують погляди, які засуджують конкуренцію, розглядаючи її як форму агресії. На противагу конкуренції вони проголошують солідарність і кооперацію. В даному контексті цікавим є ставлення до конкуренції в різних типах суспільств (рис. 3.2).

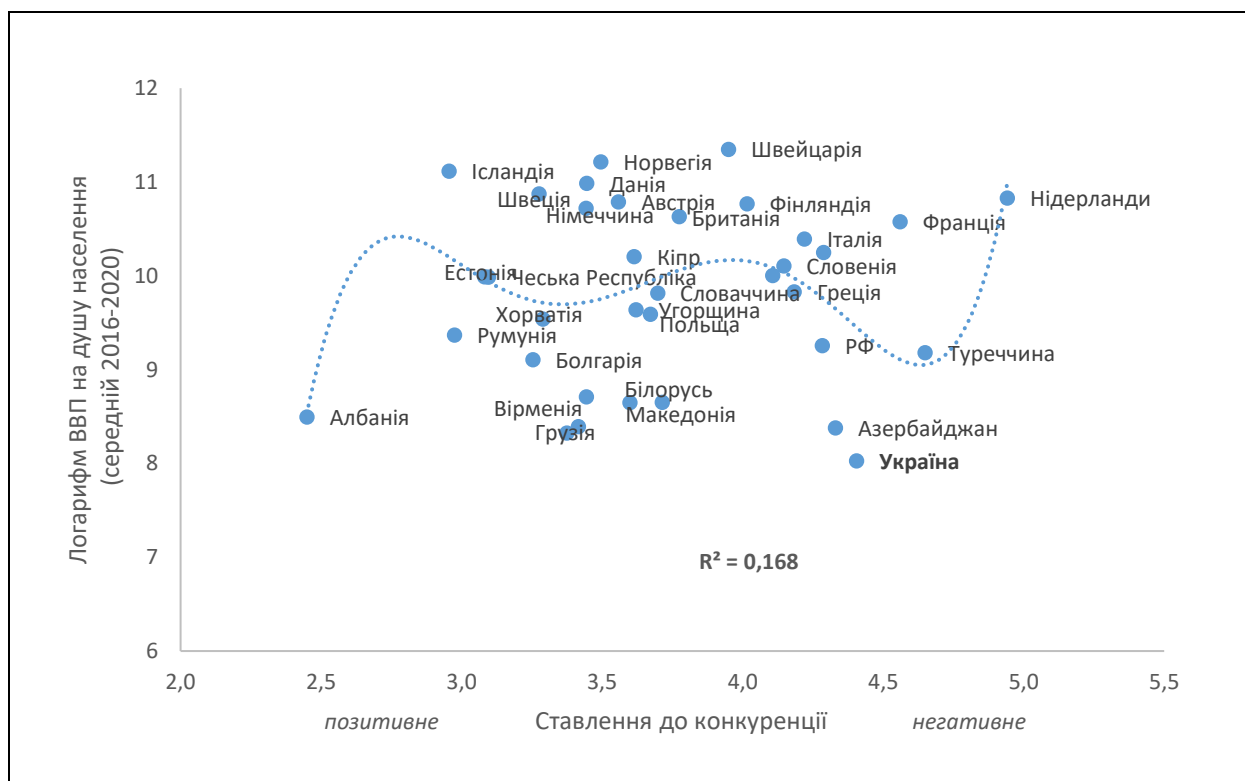


Рис. 3.2. Розподіл цінностей щодо ставлення до конкуренції та ВВП на душу населення

Джерело: складено автором за даними Огляду цінностей світу та Світового банку.

Аналіз даних Огляду цінностей світу не виявив помітної залежності між поглядами на конкуренцію та економічним зростанням. Ймовірно існує вплив інституційних та соціальних факторів, які потребують окремого дослідження.

Третя гіпотеза – існує ієрархія соціальних цінностей, першими є базові економічні потреби, після задоволення яких можуть виникати потреби вищого порядку, зокрема екологічні цілі. Економічне зростання часто пов'язане з надмірним споживанням ресурсів, зростанням викидів та забрудненням. Водночас, концепція сталого (органічного) розвитку зобов'язує суспільства обирати шлях зростання, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу. Отже економічні та екологічні цілі не обов'язково протилежні, а можуть бути взаємопов'язані.

Огляд цінностей світу містить питання про пріоритет економічного зростання або захисту навколишнього середовища. Ми припускаємо, що екологічні цінності є похідними від економіки та з'являються на певному рівні економічного добробуту. Для перевірки гіпотези проведемо тест Грейнджера щодо причинності змінних X (ВВП на душу населення) Y (екологічні цінності).

Гіпотезу $Y=f(X)$ залежності екологічних цінностей від економічного добробуту підтверджено, F статистика та p значення статистично значущі.

Ми бачимо підтвердження теорії потреб А. Маслоу та Р. Інглегарта, що соціальні цінності виникають після задоволення екзистенційних потреб. Отже, можемо говорити про необхідність досягнення певного рівня економічного добробуту для розвитку екологічних цінностей.

Таблиця 3.4

Тест Грейнджера

Granger Causality Test: $Y = f(X)$				
Model	Res.DF	Diff. DF	F	p-value
Complete model	32			
Reduced model	33	-1	18.4718537020084	0.000150627219975574

Granger Causality Test: $X = f(Y)$				
Model	Res.DF	Diff. DF	F	p-value
Complete model	32			
Reduced model	33	-1	0.109081433595186	0.743344975367971

Джерело: розраховано автором за допомогою [186].

Аналіз екологічних цінностей демонструє відмінності у цілях розвитку в залежності від посткомуністичного минулого та домінуючої релігії в країні. Група протестантських країн (Швеція, Ісландія, Швейцарія, Фінляндія, Данія, Німеччина, Норвегія, Нідерланди) мають схожі показники економічного розвитку та віддають пріоритет зростанню з належною турботою до навколишнього середовища. Група ісламських країн (Албанія, Азербайджан, Казахстан) так само мають схожі показники економічного розвитку та пріоритетів щодо екології (рис. 3.3).

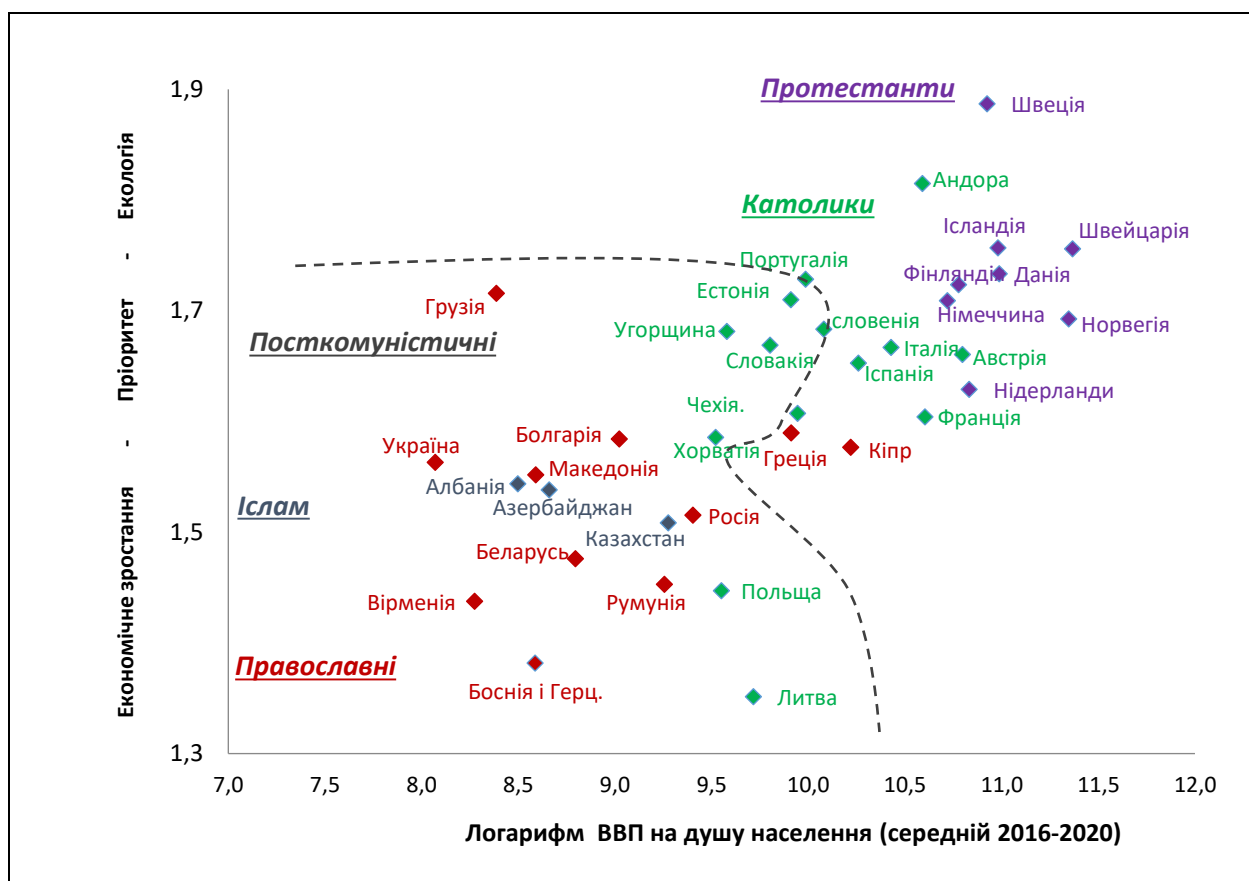


Рис. 3.3. Розподіл цінностей щодо вибору між економічним зростанням чи екологією та ВВП на душу населення

Джерело: складено автором за даними Огляду цінностей світу та Світового банку.

Неоднорідним є кластер католицьких країн, у частині країн, що мають зівставні показники ВВП на душу населення (наприклад, Литва, Польща, Хорватія, Угорщина) доволі суттєві відмінності у пріоритетах екологічного розвитку. Припускаємо, що на екологічні цінності впливають інституційні фактори.

Суперечності, які виникають між економічним зростанням та екологічністю, можна узгоджувати за допомогою ефективної державної політики та прозорих правил, які контролюють викиди або відходи. Дотримання цих правил приватними та державними організаціями, промисловими підприємствами лежить у площині культури суспільства, і воно може сприяти екологічно стійкому розвитку. Принагідно, охорона довкілля сама по собі може сприяти економічному зростанню завдяки розробці інновацій, впровадженню нових більш екологічних технологій, зеленій енергетиці. Отже, можна не обирати компроміс між економічним зростанням і захистом навколишнього середовища, а досягати обох цілей.

Підсумовуючи зазначимо, що регресійний аналіз виявляє високий (0,86) показник залежності економічних цінностей щодо типу власності підприємств в економіці від ідеології та релігії. Це підтверджує ідею взаємодії між цінностями, культурою та економічними досягненнями, кожен з цих елементів доповнює інші, створює взаємозалежну систему суспільної організації. Суспільство створює державу для регулювання економічних та соціальних процесів. Уряди регулюють економічні та соціальні відносини, реалізують політику, спрямовану на дотримання законів і прав, створення умов для вирішення спірних ситуацій при конфлікті інтересів та розподілі суспільних благ.

Аналіз цінностей суспільств демонструє схожість економічних та екологічних цінностей країн в залежності від типу релігії. Протестантські та католицькі суспільства мають вищі показники сприйняття приватної власності, натомість православні суспільства, особливо посткомуністичні, поки що мають більший пріоритет щодо державної власності підприємств.

Екологічні цінності розвиваються в країнах із середнім рівнем доходів після забезпечення базових економічних потреб суспільства. Посткомуністичні країни мають нижчий пріоритет екологічних цінностей порівняно з іншими країнами.

Економічні цінності є дуже важливим фактором економічного зростання. Вони впливають на політичні та ідеологічні погляди індивідів, зокрема наскільки уряд має втручатись в економіку, яких підприємств має бути більше (приватних чи державних), проблеми перерозподілу доходів, систему соціального забезпечення. Цінності формують не тільки звичайну поведінку індивіда, а й стають основою економічних транзакцій між агентами.

Підсумовуючи зазначимо, що Україна має низький пріоритет цінностей населення щодо приватної власності, натомість тяжіє до державної власності. Формування запиту суспільства на приватну власність, демонстрація ефективності управління приватною власністю, повага до власників та майна мають стати пріоритетом культурної та соціальної політики. Важливо також формувати пріоритет захисту навколишнього середовища, котрий також сприятиме економічному зростанню.

Українське суспільство не має позитивного ставлення до конкуренції. Попри те, що прямого зв'язку між поглядами на конкуренцію та економічним зростання не виявлено, можна припустити, що погляди на конкуренцію сприяють формування економічного мислення індивіда. Тому доцільно також поступово формувати позитивне ставлення до конкуренції.

3.2. Етичний потенціал сталого економічного зростання

Економічне процвітання суспільства залежить від економічних, політичних та соціальних факторів. Важливим компонентом успішного розвитку суспільства є культура, котра акумулює в собі моральні та ціннісні орієнтири поведінки індивідів. Дотримання моральних правил дуже важливе, оскільки уможливорює передбачення дій іншого індивіда. Так формується поле суспільної довіри, яка є фундаментом для розвитку суспільства.

Особливою сферою соціальних відносин є виробництво та використання суспільних благ, де простежуються суперечності індивідуальних та колективних інтересів. Індивідуальний інтерес тяжіє до зменшення витрат та безоплатного використання суспільних благ. Натомість колективний інтерес полягає в моральних зобов'язаннях індивіда платити за користування суспільними благами задля загального та індивідуального добробуту.

Ставлення до колективних інтересів є важливим у контексті функцій та стабільності держави. Позитивне ставлення населення до інтересів суспільства з акцентом на довіру доповнює сильну, стабільну державу, натомість недовіра суспільства до органів влади, корупція, непослідовність та безвідповідальність чиновників погіршують стан нестабільної держави. Тому важливо розуміти механізм впливу логіку та етику колективних дій.

Соціальний та економічний результат розвитку суспільства є сумою дій окремих індивідів, їх взаємодії. Індивіди приймають рішення свідомо та прагматично, з огляду на економічні фактори: наявні ресурси, ціни та кон'юнктуру ринку. Водночас на процес прийняття рішень впливають переконання (цінності та

культура) та соціальні норми, котрі засвоюються у процесі соціалізації, вони також формують обмеження при прийнятті рішень.

Суспільство є об'єднанням людей задля вирішення спільних цілей, тому тут мають домінувати колективні інтереси. Основою суспільства є взаємна співпраця та взаємна вигода індивідів. І саме тут часто виникає конфлікт колективних та індивідуальних інтересів, особливо це проявляється у сфері використання суспільних та квазісуспільних благ.

Колективні інтереси суспільства – економічне та соціальне зростання, збільшення кількості доступних благ. Згідно з положеннями теорії груп зробимо припущення, що якщо більшість індивідів розуміють необхідність внесків у спільне, то всі учасники спільноти зацікавлені у загальному добробуті.

Індивідуальний інтерес – максимізація власної вигоди. Джерелом мотивації індивіда є природне прагнення максимізації власної вигоди, воно формує раціональний інтерес та обумовлює його подальші дії. Дії індивіда щодо організації простору навколо себе, структуризації навколишнього середовища реалізуються на основі бажання максимізувати чисту вигоду [187].

Спільні блага використовуються усіма або більшістю членів спільноти. Правила та етика користування цими благами, як правило, регулюються інститутами та культурою (соціальними нормами, правилами поведінки та традиціями). Проблема безоплатного використання суспільних благ є суперечливою з точки зору економічної теорії раціонального вибору. Індивід може отримувати вигоду від використання благ без жодних витрат. Оскільки максимальна корисність вибору припадає на безкоштовне використання, то це знижує мотивацію індивіда платити [188].

Проблема використання суспільних благ має економічні, соціальні та культурні причини. Особливістю суспільних благ є їх неконкурентна природа (використання блага не зменшує кількість доступного блага до інших) та невиключеність (неплатники можуть користуватися благом на рівні з тими, хто сумлінно сплатив). Безоплатне використання суспільних благ неможливо звести до ринкового регулювання, оскільки вигоду від ресурсів отримують усі члени

спільноти, незалежно від того оплатили вони їх (податки, проїзд у транспорті) чи ні. Безоплатне користування суспільними благами стає проблемою, коли збільшується кількість безбілетників.

Особливістю культурних цінностей є те, що їх сприймають як загальноприйняті, які не потребують доведення. Взаємодія між індивідами відбувається за певними правилами, бо «так прийнято» [189]. Це створює у інших членів суспільства відчуття передбачуваності поведінки іншого. Раціональні культурні переконання мінімізують витрати очікування щодо можливих дій інших.

Проблема безоплатного використання суспільних благ порушує рівновагу системи, знижує довіру всередині спільноти та бажання співпрацювати у сумлінних учасників спільноти. Наслідком подібної поведінки є зниження мотивації у всіх учасників спільноти та ефективності всієї системи.

Ще однією проблемою безоплатного використання суспільних благ є зниження довіри до дієздатності соціальної системи серед учасників спільноти. Дрібний злочин переконує порушників у безкарності та провокує на подальші та більші порушення закону. Сумлінні платники стають свідками проблеми безоплатного користування суспільними благами та починають сумніватись у здатності держави підтримувати безпечне середовище. Так підривається довіра до держави, до соціальної системи, а відсутність довіри характеризує державу як нестабільну.

Учасники спільноти мають вирішити соціальну дилему: діяти на користь загального блага (свідомо платити за використання суспільних благ, наприклад громадського транспорту) або всупереч йому (дія у власних егоїстичних цілях). Шляхи вирішення проблеми залежатимуть від економічних факторів (рівень розвитку суспільства), культурних (етичні норми членів спільноти), політичних (демократичні режими та громадянське суспільство здатні до еволюційних соціальних змін).

Перевіримо дві гіпотези щодо залежності економічного фактору та етичності вибору використання суспільних благ. Гіпотеза перша – рівень доходу та вартість послуги впливають на оплату за користування суспільним благом. Гіпотеза друга –

соціальний фактор, зокрема довіра впливають на бажання платити за користування суспільним благом.

Аналіз етичних цінностей розглянуто на прикладах ухиляння від оплати проїзду в громадському транспорті, отриманні хабарів за виконання службових обов'язків та отриманні державних пільг, на які індивід не має права.

Аналіз етичності ухиляння від оплати в громадському транспорті. Регресійна модель залежності моральних цінностей (ухиляння від оплати в транспорті) від економічного (вартість квитка та рівень доходу на душу населення), соціального (рівень довіри) та культурного (рівень дотримання правил) факторів.

Вхідними даними є результати соціологічного опитування Огляд цінностей світу (2005-2009, 2010-2014, 2017-2021). Питання стосується суб'єктивної оцінки індивіда щодо того наскільки справедливим є уникнення від оплати проїзду в транспорті. Відповіді варіюються від 1 (ніколи не виправдано) до 10 (завжди виправдано). Розрахунок індексу здійснювався методом середньозваженого показника.

Кількість країн у вибірці варіюється в залежності від хвилі опитування: 5-та хвиля опитування (2005-2009) має дані 52 країн, 6-та хвиля (2010-2014) – 56 країн, 7-ма хвиля (2017-2021) – 69 країн.

Ми усвідомлюємо, що такі дані мають певну обмеженість щодо застосування, оскільки є дуже висока ймовірність того, що індивіди відповідають на питання не з позиції як є насправді, а з бажання бути краще. Зауважимо, що таке застереження стосується усіх соціологічних досліджень. Водночас, наявність кількісних даних та динамічних часових рядів опитування уможливорює проведення загального порівняльного аналізу та розуміння відмінностей між моральними цінностями на прикладі різних країн.

Другим застереженням є те, що оцінка етичних цінностей базується на відчутті справедливості. Різні культури мають різне ставлення до справедливості, яке залежить від форм організації суспільства (індивідуалістичне, колективістське), домінуючої релігії та історичного минулого.

Попри всі застереження, вважаємо, що аналіз даних дослідження може сприяти кращому розумінню логіки колективних дій та особливостей використання суспільних благ в країнах із різним типом культурних цінностей.

Результати аналізу підтверджують гіпотезу, що етичні та моральні аспекти користування суспільними благами залежать від соціальних та культурних норм суспільства.

Економічна та соціальна вигода суспільства полягатиме у реагуванні на дрібні правопорушення та усуненні наслідків дрібних злочинів. Це допомагає формувати охайне середовище та заохочуватиме більшість дотримуватись порядку. Дрібний злочин (порушення ПДР, безоплатний проїзд, несплата податків, розкидане сміття, розбиті вікна, архітектурний вандалізм) дає злочинцю відчуття безкарності, іншим членам спільноти демонструє неспроможність системи боротись зі злочинністю. Так формується відчуття безкарності та анархії. Якщо спільнота не здатна запобігти злочинності, то можна прогнозувати зростання кількості подібних неправомірних випадків.

Ключовою проблемою тут є не самий злочин (несплата проїзду в транспорті, розбите вікно), а смислове значення, яке передається оточуючим. Добре організоване середовище, яке виглядає безпечним, є відображенням ефективності колективних дій. Це своєрідне повідомлення всім учасниками спільноти та стороннім – система добре працює, усе контролюється, злочинні дії неприпустимі.

Розглянемо економічні та соціальні причини скоєння дрібних злочинів на прикладі уникнення оплати проїзду в громадському транспорті.

Економічний фактор. Проблема використання суспільних благ, в першу чергу, має економічну основу. Наявність фінансових ресурсів, можливість заплатити за користування благом є першим важливим чинником, від якого потенційно залежить поведінка індивіда. Економічною причиною безоплатного користування громадським транспортом може бути висока вартість квитка або низький дохід індивіда.

Проведено аналіз щільності зв'язку між моральними цінностями та економічними чинниками. Не виявлено залежності між вартістю квитка та

спробами ухилитись від оплати в поїздки в транспорті. Кореляція та причинно-наслідковий зв'язок відсутні. Таким чином, вартість послуги не є визначальним фактором для індивіда (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Залежність показника моральних цінностей (уникати оплати проїзду в транспорті) від вартості проїзду

	Країни світу		Європейські країни	
	кореляція	R ²	кореляція	R ²
Вартість квитка у громадському транспорті, 2018, \$	-0,291	0,149	-0,320	0,186

Джерело: розраховано авторами на основі даних WVS та Статіста.

Перевіримо гіпотезу щодо впливу достатку (на основі даних ВВП на душу населення) на моральні цінності. Аналіз часових рядів трьох хвиль опитування не виявив зв'язку між рівнем доходу та моральними зобов'язаннями дотримуватись правил оплати за користування суспільними благами (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Залежність показника моральних цінностей (уникати оплати проїзду в транспорті) від ВВП на душу населення

	2005-2009	2010-2014	2017-2022
R ² (Індекс ухилення від оплати в транспорті / ln ВВП на душу населення)	0,170	0,097	0,161
Кількість країн*	52	56	69

Джерело: розраховано авторами на основі даних WVS та Світового банку.

* Різна кількість країн у вибірці обумовлена тим, що дані соціологічного опитування мають різні вибірки по роках.

На основі аналізу цих даних можемо стверджувати, що проблема безбілетника не має економічних чинників, оскільки прагнення безоплатного використання суспільних благ не залежать від доходу або вартості квитка.

Несподіваний результат відсутності залежності моральних цінностей з економічними можна пояснити невисокою вартістю блага для індивіда. Ціна квитка, як правило є невисокою, а сам факт уникнення оплати проїзду в транспорті

має характер дрібного злочину, за який не соромно та не передбачається великого покарання.

І саме тут постає моральна дилема. Якщо це не настільки обтяжливе та економічно досяжне, то чому ухилятися від оплати?

Соціальний фактор. Система морального самоконтролю важлива для зменшення протиправної поведінки, і може бути навіть ефективнішою порівняно з законами. Вона базується на соціальних нормах та реалізується учасниками спільноти через заохочення або відчуття сорому.

Регулярні дрібні правопорушення з часом стають нормою та закладають основу для більших, серйозніших правопорушень. Додатково порушники невербально сигналізують іншим, що система вразлива, беззахисна та не здатна впоратися зі злочинністю. А це, у свою чергу, відчиняє двері для майбутніх порушень.

Моральні правила суспільства є результатом когнітивних здібностей індивідів та культури. Вони набуваються у процесі соціалізації, в межах взаємодії індивідів, у тому числі під впливом соціального тиску. Особливо значущим цей фактор стає в невеликих групах та малих містах, де учасники спільноти знають один одного або мають спільних знайомих. Важливість моральних норм полягає у формуванні орієнтирів поведінки індивіда та можливості передбачати дії інших індивідів.

Перевіримо гіпотезу щодо впливу культурних та соціальних факторів на прикладі верховенства права. Показник Світового банку (Rule of law) вимірює ступінь довіри суб'єктів до правил суспільства та їх дотримання. Значення показника демонструє ефективність системи у боротьбі зі злочинністю, передбачуваність судової системи, виконання суспільних зобов'язань та контрактів [190]. Показник ранжирує суспільства з позицій справедливості та передбачуваності правил соціальних норм, котрі формують основу для правопорядку, економічних та соціальних взаємодій. Вищі значення індексу відображують повагу до соціальних правил та верховенства права, нижчі – вибірковість правосуддя та неповагу до соціальних правил.

Коефіцієнт детермінації між верховенством права та моральністю становить $R^2 = 0,6055$, що показує середній рівень впливу (рис. 3.4).

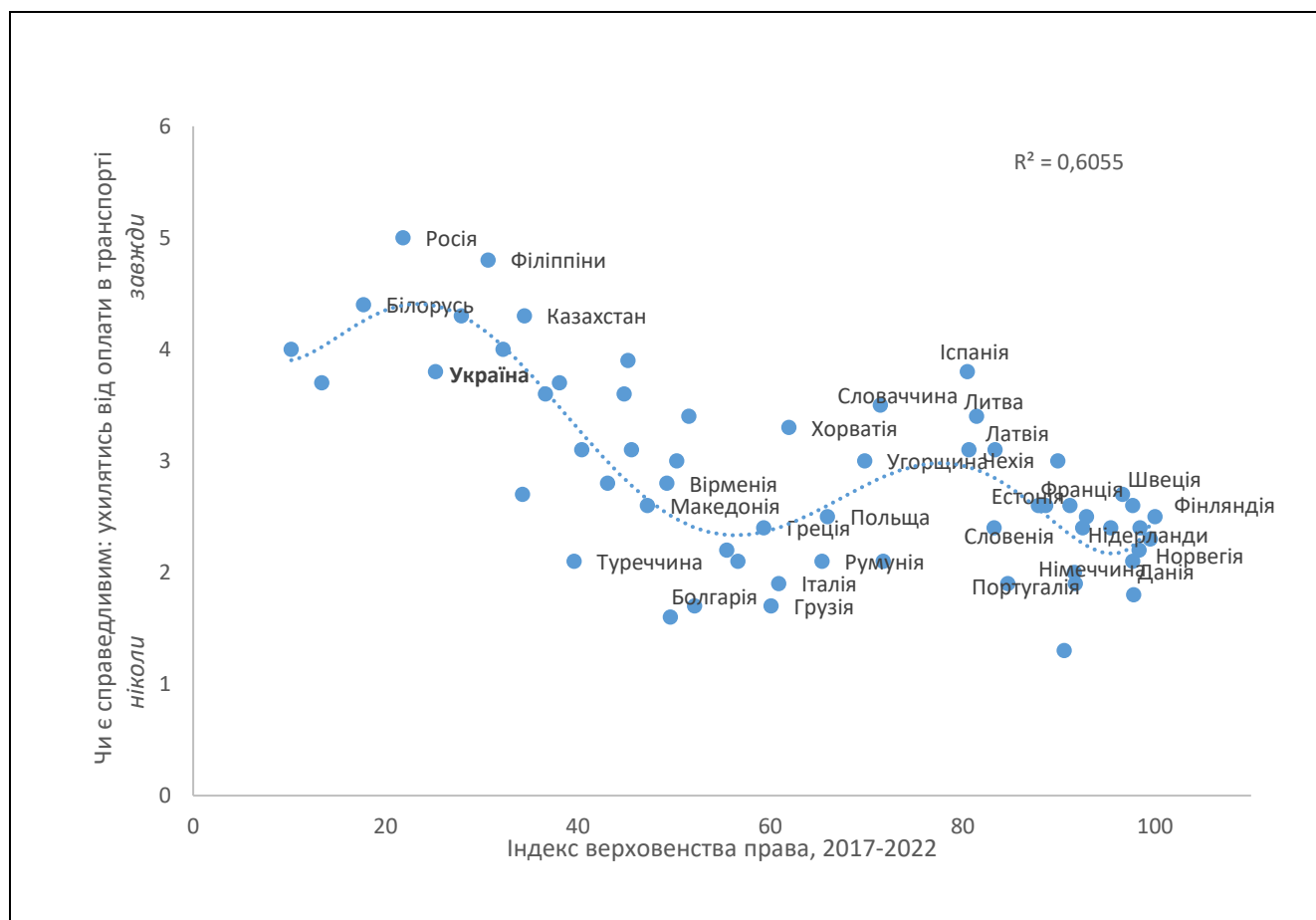


Рис 3.4. Залежність показника моральних цінностей (уникати оплати проїзду в транспорті) від верховенства права

Джерело: розраховано автором на основі даних WVS та Світового банку.

Етичність вибору визначається не тільки індивідуальними характеристиками людини, вона також є соціальним індикатором усвідомлення індивіда частиною спільноти «я один з них». За таких умов має формуватися відчуття: «Існує правило, згідно з яким треба заплатити за користування благом. Всі члени спільноти платять, тому і я маю платити». Це правило працює у країнах з високим рівнем верховенства права.

Водночас в умовах недовіри до системи або інших членів спільноти індивід прагне отримати благо безкоштовно, він не має мотивації платити. Безвідповідальний прагматизм має суперечність з моральними та культурними факторами.

Культурний фактор. Фактор довіри до інших членів спільноти має суттєві культурні відмінності. Він обумовлений умовами розвитку суспільства, історичними чинниками тощо. Відмінності у довірі між різними типами суспільств визначено за типологією Р. Льюїса: мультиактивні країни (мають довіру тільки до своїх), лінійно активні (довіра до інституцій), країни, котрі реагують (взаємодовіра). Ми аналізуємо залежність моральності вибору від довіри на основі даних Огляду цінностей світу із застосуванням культурних відмінностей Р. Льюїса (рис. 3.5).

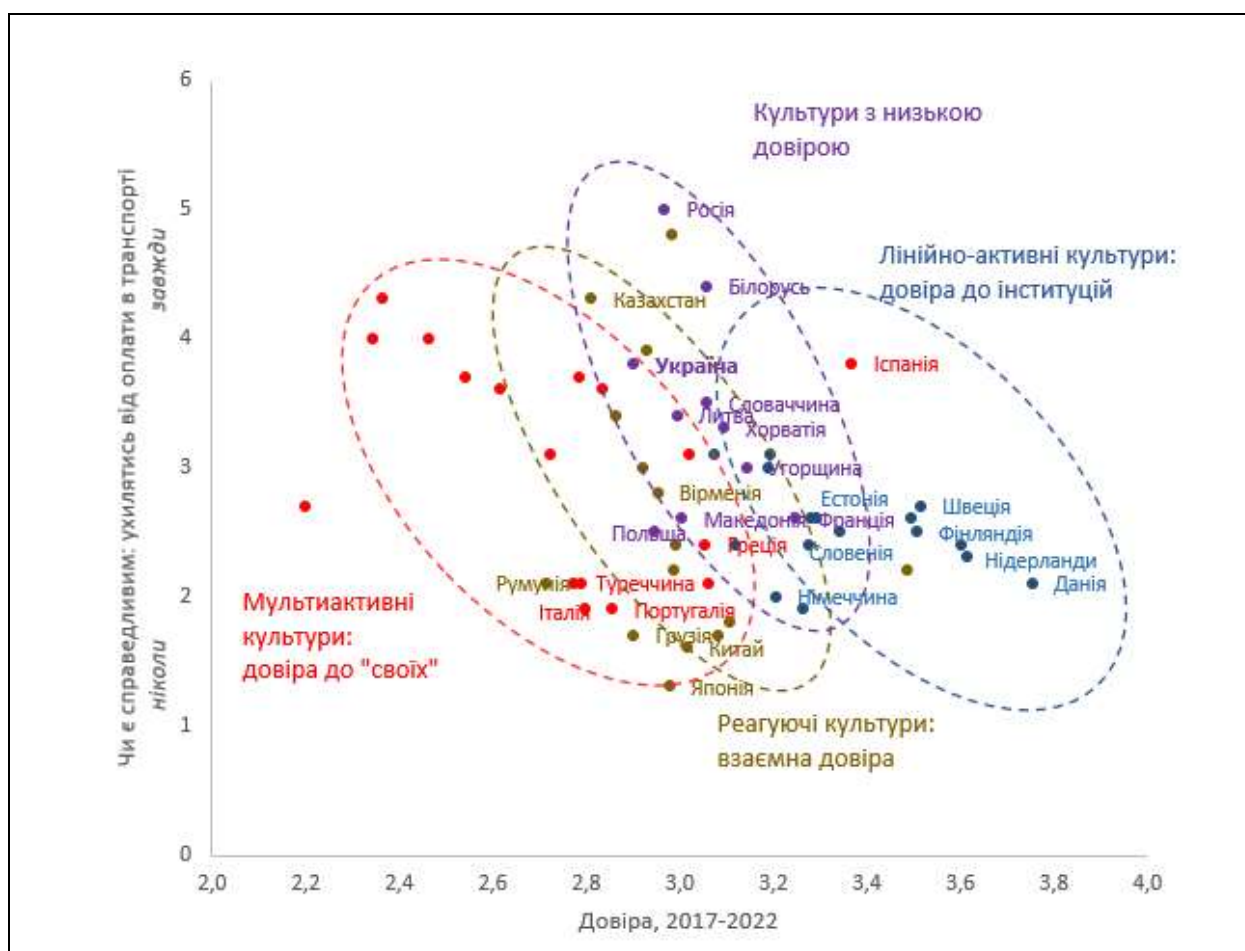


Рис 3.5. Залежність показника моральних цінностей (уникати оплати проїзду в транспорті) від довіри

Джерело: розраховано автором на основі даних WVS та культурної карти Льюїса.

Показники довіри Огляду цінностей світу збігаються з культурним розподілом Льюїса із декількома винятками. Громадяни країн, котрі мають високий рівень довіри до інших, є більш сумлінними, такими виглядають лінійно-активні суспільства (сині). Мультиактивні країни (червоні) мають вузьке коло довіри, яке

стосується тільки своїх. Ми бачимо поведінкові патерни більше та частіше ухилятися від оплати проїзду. Країни взаємної довіри (коричневі) та країни, котрі для довіри потребують доказів (фіолетові) розташовані посередині між полярними синіми та червоними. На малюнку яскраво видно культурні відмінності у колі довіри між різними країнами.

Регресійний аналіз демонструє відсутність зв'язку між економічними та моральними факторами, зокрема можливість заплатити за благо (користування громадським транспортом) не зменшує кількість бажаючих безоплатно його отримати (безкоштовно проїхатись). Вартість послуги (ціна квитка) також не впливає на готовність платити чи не платити за користування суспільними благами. Таким чином, можемо стверджувати, що економічний фактор не є визначальним у процесі використання суспільних благ.

Водночас важливим є соціальний фактор дотримання правил та довіри. Усвідомлення того, що інші учасники також платять за користування суспільними благами дає моральне задоволення індивіду та позитивно підкріплює його сумління. Свідоме самообмеження індивідів формує згуртовану спільноту, здатну на розвиток. Отже, соціальний фактор має вплив на мотивацію індивіда, його ставлення до колективних інтересів спільноти. Тому, можна припустити, що економічне зростання країн крім інших факторів залежить від культурних та соціальних норм щодо дотримання правил та довіри.

Проблема оплати за користування суспільними благами є дуже важливою та формує базис ефективності всієї соціальної системи. Очевидно, що за відсутності регулювання, проблема безоплатного використання суспільних благ може призвести до колапсу системи спільного користування благами. Тому важливо реагувати на скоєння дрібних злочинів, зменшувати кількість безбілетників та формувати моральні норми (розуміння цінності блага, відповідальність та сумління). Саме моральні та етичні цінності на додачу до економічних (податки та ринкова конкуренція для певного набору благ) можуть сприяти кращому розумінню та регулюванню схем оплати суспільних благ.

Економічний, соціальний та моральний аспект поведінки індивідів можна доповнити аналізом інших етичних цінностей. Наприклад етичності отримання державних пільг, отримання хабаря за виконання службових обов'язків.

Етичність отримання державних пільг, на які індивід не має права.

На основі даних Огляду цінностей світу розраховано коефіцієнт етичності. Менші значення коефіцієнта демонструють етичну поведінку (відповідь «ніколи не виправдано»), вищі значення показують, що індивіди спокушаються порушити етичні принципи на власну користь (відповідь «завжди виправдано»).

Регресійний аналіз демонструє, що етичність не залежить від доходу, проте є відмінності у поведінці індивідів суспільствах з високим та низьким рівнем доходів (рис. 3.6).

Диференціацію за доходом проведено за класифікацією Світового банку [191], де низький рівень доходів відповідає показникам ВВП на душу населення менше 4 096 дол. США, середній рівень доходів – у межах 4 096 – 12 695 дол. США, високий рівень доходів – вище 12 700 дол. США.

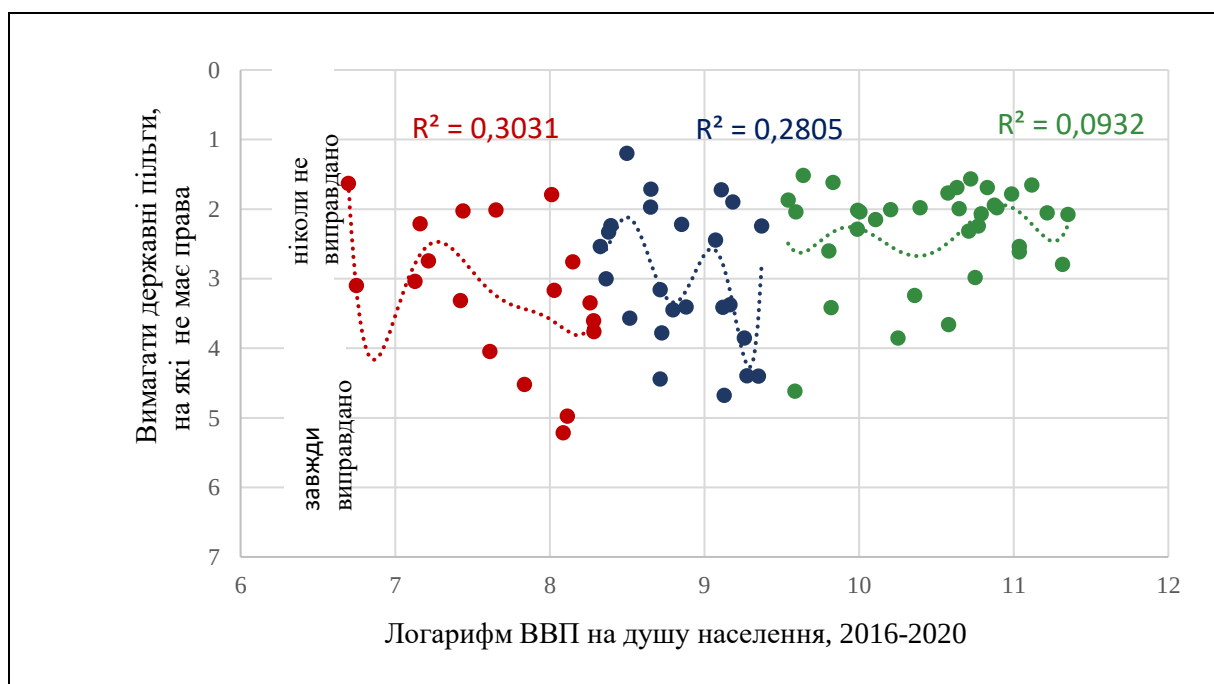


Рис. 3.6. Співвідношення етичних цінностей та доходу

Джерело: побудовано автором на основі даних Огляду цінностей світу.

У суспільствах з низьким рівнем доходу більшість населення вважає невинуватим отримання державних пільг, на які індивід не має права. Можемо припустити, що рівень доходів та державних послуг доволі низький і субсидії не

мають великого значення, або спільноти настільки малі, що немає можливості приховати фінансовий стан господарства від інших.

Цікавою є зміна поведінки із зростанням доходів, індивіди спокушаються зменшити свої витрати. У суспільствах з низьким рівнем розвитку (верхня межа) та середнім рівнем розвитку збільшується відсоток осіб, які вважають виправданим отримати пільги від держави, на які не мають права. Можемо припустити, що тут окрім економічного посилюється вплив соціального, морального та інших факторів, зокрема довіри до влади, особистих моральних переконань, рівня корупції та злочинності.

Високий рівень доходів має позитивну кореляцію з етичними цінностями, зі збільшенням доходів зростає частка тих, хто вважає невиправданим отримувати субсидії від держави, на які не має права. Тут ми бачимо підтвердження ієрархії потреб А. Маслоу, коли задоволення первинного рівня фізіологічних та безпекових потреб, створює підґрунтя для появи потреб більш високого порядку – етики та моралі.

Слід зауважити, що отримання державних пільг, на які індивід не має права, відрізняється від традиційних суспільних благ, оскільки пільги, які отримує один індивід зменшують розмір бюджету для інших індивідів. Коли домогосподарство отримує субсидію, маючи при цьому достатній дохід, то тим самим позбавляє можливості інших отримати цю субсидію. Це порушує ефективність розподілу благ, знижує мотивацію у інших індивідів та негативно впливає на розвиток суспільства в цілому.

Фактор довіри. Низький рівень суспільної довіри є основою багатьох економічних проблем. Втрата довіри до ключових інституцій держави (політичних, освітніх, релігійних) призводить до зниження довіри до інших людей. Виникає велика інституційна проблема, яку неможливо вирішити виключно за допомогою реформ. Відновлення довіри є складнішим механізмом, який потребує участі всієї спільноти. Довіра має позитивну кореляцію з доходом на душу населення, причому особливо це помітно у суспільствах з високим рівнем доходів (рис. 3.7).

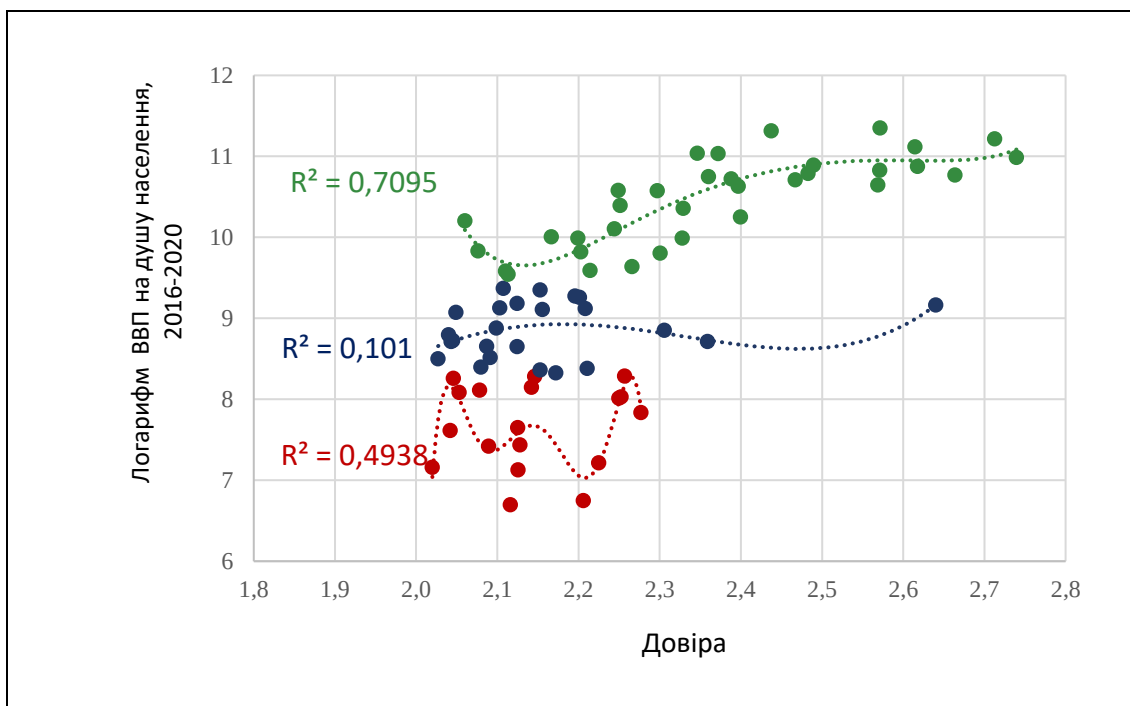


Рис. 3.7. Співвідношення довіри та доходу

Джерело: побудовано автором на основі даних Огляду цінностей світу.

Зауважимо, що показники довіри у суспільств з середнім рівнем доходів зіставні з показниками країн з низьким рівнем доходів. Це тільки підкреслює факт, що для добробуту суспільства важливою є не тільки довіра (як частина соціального капіталу), а й інші інституційні та економічні фактори.

Етичні цінності, які стримують індивідів брати хабарі за виконання своїх службових обов'язків, мають кореляцію з індексом сприйняття корупції. Вищі показники індексу відображають прозорість державного управління. Країни, які демонструють кращі показники індексу, мають майже нульову толерантність до хабарів. Населення в країнах з непрозорим державним управлінням частіше вважає виправданим отримання хабарів при виконанні службових обов'язків (рис.3.8).

Вагомим чинником формування моральних цінностей є релігія. Аналіз поглиблено диференціацією за релігійною ознакою: протестантські, католицькі, православні та мусульманські суспільства. Результати свідчать про доволі високий рівень відмінностей у країнах «протестантської етики», водночас наявні великі розбіжності у ціннісних орієнтаціях католицьких країн. Очевидно, що питання етичності хабарів потребує аналізу політичних та соціальних факторів.

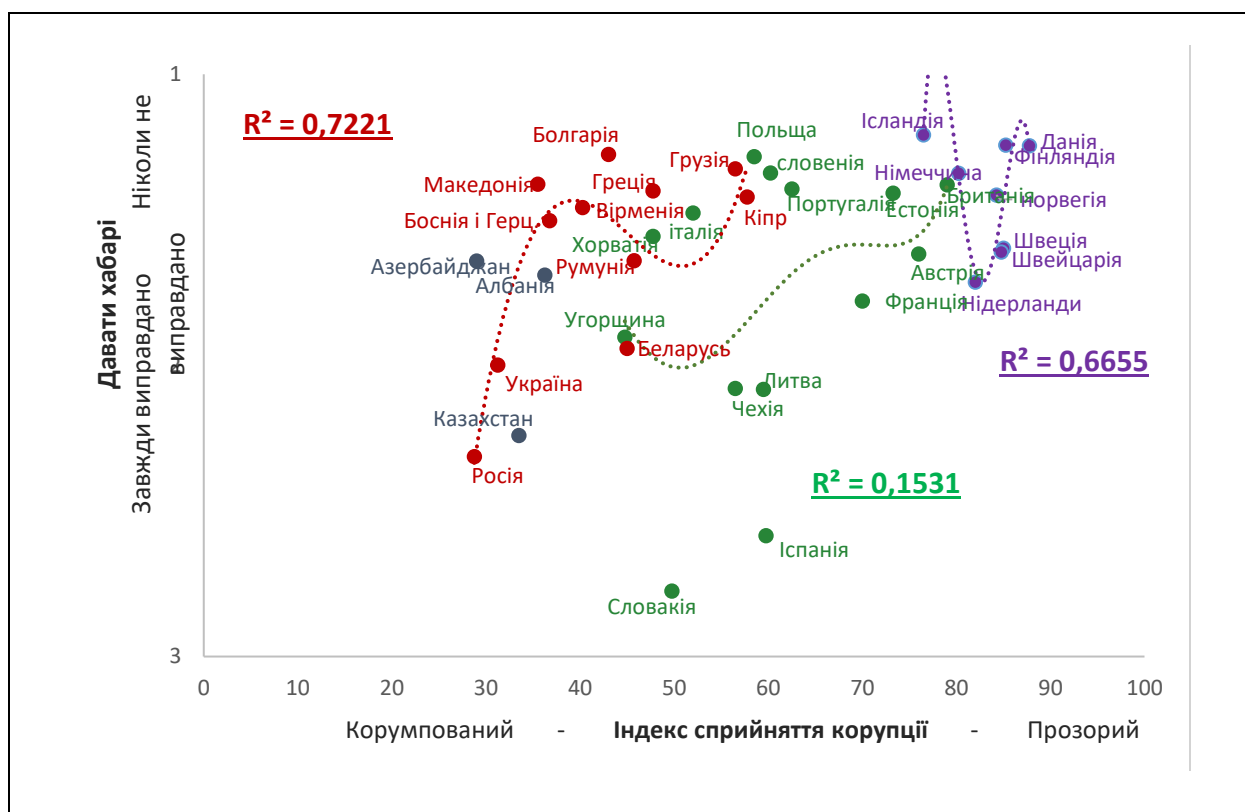


Рис. 3.8. Співвідношення етичності щодо хабарів та індексу сприйняття корупції

Джерело: побудовано автором на основі даних Огляду цінностей світу.

Поведінковий аспект. Аналіз поведінкових факторів демонструє, що якщо індивід має схильність порушувати етичні принципи поведінки в одній сфері, то він з легкістю робитиме це в іншій (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Кореляція етичних цінностей

Кореляція	Вимагати державні пільги	Обманювати на податках	Не платити за проїзд	Отримувати хабар
Вимагати державні пільги, на які немає права	1			
Обманювати на податках, якщо є можливість	0,645	1		
Уникати плати за проїзд у громадському транспорті	0,715	0,792	1	
Отримувати хабаря під час виконання своїх службових обов'язків	0,740	0,770	0,702	1

Джерело: побудовано автором на основі даних Огляду цінностей світу.

Регресійний аналіз залежності добробуту країни від етичних цінностей проведено на прикладі 76 країн світу. Багатофакторна регресійна модель залежності доходу та етичних цінностей розроблена на прикладі 35 європейських країн. Вихідними даними є дані Огляду цінностей світу (2017-2021) та показники ВВП на душу населення (дані Світового банку, 2016-2020). Дані досліджуються на прикладі регресійної моделі, яка враховує незалежну (ВВП на душу населення) та залежну (цінності) змінні.

Відсутність мультиколінеарності в моделі перевірено за допомогою аналізу частинних коефіцієнтів кореляції. Коефіцієнти частинної кореляції не є значимими, мультиколінеарність між факторами моделі відсутня. Фактори $x_1, x_2, \dots, x_n$ – не випадкові змінні, незалежні між собою.

В побудованій моделі коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,808$, що показує відносно високий рівень впливу показників етичних цінностей на ВВП на душу населення (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Регресійний аналіз моделі залежності етичних цінностей та доходу

Коефіцієнт множинної кореляції	0,918
R^2	0,842
Скоригований R^2	0,808
Стандартна похибка	0,407
К-ть спостережень	35

Джерело: розраховано автором.

Наступний кроком є перевірка моделі на адекватність за F -критерієм Фішера. Розрахункове значення F критерію Фішера для представленої моделі F критерій дорівнює 24,9. Табличне значення F критерію з урахування числа ступенів свободи за таблицею F -розподілу дорівнює 2,03. На основі порівняння розрахункового значення з табличним робимо висновок, що вищенаведена економетрична модель адекватна даним спостережень (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Дисперсійний аналіз моделі залежності етичних цінностей та доходу

	df	SS	MS	F	Значущість F
Регресія	6	24,696	4,116	24,883	0,000523
Залишки	28	4,631	0,165		
Усього	34	29,327			

Джерело: розраховано автором.

Перевірку статистичної значимості коефіцієнтів моделі регресії розраховано за допомогою аналізу відношення коефіцієнта регресії a_j до свого стандартного відхилення S_{aj} . За результатами порівняння Т критеріїв отримуємо два значимих показники (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Перевірка статистичної значимості коефіцієнтів моделі

	Коефіцієнт	Середнє квадратичне відхилення	t статистика	P-значення
Константа	6,654	1,160	5,736	0,000
Індекс сприйняття корупції	-0,018	0,206	-0,088	0,930
Довіра	-0,504	0,243	-2,078	0,047
Отримання хабаря	0,181	0,174	1,042	0,306
Уникнення оплати в транспорті	0,543	0,315	1,720	0,096
Обман на податках	0,236	0,717	0,329	0,745
Вимога держаних пільг	0,041	0,009	4,632	0,000

Джерело: розраховано автором на основі даних Огляду цінностей світу.

Регресійний аналіз демонструє високий рівень залежності ($R^2=0,808$) доходу від етичних цінностей. Найбільший вплив на дохід має довіра та етичний фактор відмови від державних пільг, на які індивід не має права.

Отже, культурна економіка доповнює поведінкову у визначенні траєкторії поведінки, мотивів вибору та споживання, які впливають на спосіб прийняття рішень. Вона уточнює яких саме результатів прагне індивід і як він їх досягатиме. Економіко-етичні цінності мають надзвичайну важливість для розвитку спільноти, оскільки визначають цілі, які стають орієнтиром для колективного вибору членів суспільства.

Підсумовуючи, зазначимо, що система цінностей є основою культури суспільства, вона включає в себе все, що було створено суспільством в процесі цивілізаційного розвитку. При цьому, культурні цінності (розуміння логіки колективних дій) можуть сприяти розвитку суспільства. Водночас є низька чинників, що стримують економічне зростання (безоплатне використання суспільних благ, патерналізм, низький рівень громадської активності, комуністичне минуле). Наприклад, якщо у суспільства наявна проблема безоплатного використання суспільних благ та панує суцільна недовіра до системи, це може становити небезпеку для рівноваги системи.

Чи можливо в Україні сформувати розуміння важливості суспільних благ та цінності зростання? Наскільки успішним буде досвід привнесення ефективних культурних практик з одних країн в інші? Відповіді на ці питання не є однозначними. Проте, якщо процес еволюції та соціального розвитку супроводжується зміною світогляду та цінностей, то ефективні соціальні норми можна сформувати з урахуванням культурних практик.

Маємо розуміти, що ухвалення законів, без урахування соціальних норм українського суспільства можуть виявитись неефективними. Економічні рішення мають враховувати наявні соціальні норми та культурний код суспільства (низький рівень довіри до інституцій, довіра до «своїх», тривале комуністичне минуле, тощо). Український культурний код (культура високого контексту, переважно колективістська) та минуле нації створюватимуть певні рамки, обмеження для розвитку нових соціальних норм, цінностей та практик.

Ми припускаємо, що проблему безоплатного використання суспільних благ можна вирішити за допомогою зміни культурних норм та інститутів. Інститути у суспільстві змінюються тоді, коли це має економічну доцільність, зокрема отримання прибутку або зниження трансакційних витрат. Правила гри залишаються незмінними, коли сума витрат на їх зміну може бути високою. Спробуємо розширити ідеї сталості та зміни інститутів на категорію соціальних норм. Нова ідея чи норма можуть бути прийняті спільною, якщо вона економічно

вигідна або існує попит на неї, а також якщо більшість членів спільноти починає дотримуватись цих правил.

Важливо зауважити, що існує система формального (правоохоронні органи) та неформального (моральні самообмеження та активне відповідальне суспільство) контролю. Неформальний соціальний контроль може бути навіть ефективнішим порівняно із законами. Він є дуже важливим для зменшення неконтрольованої поведінки.

Переконання, етичні норми та культура є результатом колективного досвіду суспільства. Соціальні норми формуються на основі пошуку оптимального варіанту взаємодії індивідів у відповідності до умов, поступово коригуються та закріплюються як загальноприйняті. Отже, можемо стверджувати, що норми сьогодення є результатом подій у минулому. Відповідно, теперішні події формуватимуть майбутні соціальні норми.

Вплив етичних цінностей на економічне зростання доводить важливість формування етичних норм у суспільстві. Україна має низький рівень інституційної довіри (до органів влади та держави в цілому), це впливає на відчуття соціальної несправедливості. Тому важливо укріплювати наявний рівень довіри та прагнути розширення кола довіри українців. Це тривалий процес, котрий залежить як від індивідів, так і від дій представників влади.

3.3. Напрями імплементації культурних цінностей в національну економічну поведінку нестабільної держави

Розвиток держави сьогодні базується на чотирьох стовпах: економічний, політичний, соціокультурний, екологічний. Органічна взаємодія цих компонентів сприяє ефективному функціонуванню державних інституцій та неформальних інститутів, тобто всієї соціальної системи.

Культура виступає неформальним інститутом, який встановлює правила гри у суспільстві та визначає взаємодію суб'єктів економіки. Взаємодія між суб'єктами відбувається у різних сферах: на рівні виробничих процесів відбувається конкурентна взаємодія, на споживчому ринку – задоволення споживчих потреб, на

рівні громад – правила взаємодії у суспільстві. Культура становить алгоритм, котрий не тільки обумовлює взаємодію, співпрацю, а й формує довіру.

Культура є своєрідним набором знань, котрий формуватиме ціннісно-смыслову орієнтацію спільноти та визначатиме поведінку індивіда. Цінності істотно залежать від етапу соціального-економічного розвитку та змінюються з часом. При цьому змінювати мотивацію та шаблони поведінки можна за допомогою культурних продуктів.

Воєнний стан, в якому перебуває Україна з 2022 року до сьогодні, на фоні гібридної війни попередніх років зумовлює стан нестабільної держави. В умовах зовнішніх загроз держава не може виконувати свої базові функції, як наслідок не вповні функціонують інституції, обмежені можливості для проведення економічної та соціальної політики, суспільство знаходиться на межі виживання. За таких умов саме ціннісний, смысловий фактор, зокрема культура здатен стримати хаос та організувати середовище, інститути для відновлення та розвитку.

Випробування, які переживають українці, безпосередньо впливають на психологічний стан та цінності суспільства. Формуються нові правила поведінки, з'являються нові визначення прийняттого або неприпустимого. Умови, в яких живе суспільство, формують колективний досвід пережитого, це відображується в мові. Наприклад, слова набувають нового значення (їжаки, тривога, паляниця, бавовна, працює ППО), з'являються нові сенси, народжуються нові жарти (графіки відключень світла – найкращий тренажер продуктивності).

Водночас, досвід українців різний, він багато в чому залежить від місця перебування, умов його залученості у воєнні дії індивіда та його родини. Прифронтові міста, села, які перебували під окупацією, та міста біля західних кордонів України матимуть різний досвід переживання цієї війни. Внутрішньо переміщені особи, українці, які виїхали за кордон, ті, які повернулись, ті, хто не виїжджав – усі вони матимуть різні спогади, переживання та різний досвід.

Станом на липень 2023 р. наявні різні дані щодо кількості українців, які перебувають за кордоном. Е. Лібанова, директорка Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. Птухи НАН України оцінює кількість тих, хто виїхав

(за даними Держприкордонслужби), приблизно 1,8 млн осіб. Натомість ООН та омбудсман з прав людини озвучують цифру 7,9 млн осіб (20% населення України). Внутрішньо переміщеними особами стали 4,9 млн громадян України [192]. 13 мільйонів громадян України все ще перебувають у районах інтенсивних бойових дій та на тимчасово окупованих територіях.

За даними соціологічного опитування Градус щодо міграції українців через війну – 22% українців покинули своє постійне місце проживання, 60% залишились там, же жили, 18% – переїжджали, проте повернулись додому. При цьому більше 70% опитаних планують повернутись додому за умов покращення безпекової ситуації [193].

Високим залишається показник впевненості у перемозі у військовому протистоянні з Росією, зокрема станом на квітень 2023 року 87% українців впевнені у здатності України відбити наступ Росії. Запорукою перемоги у війні з Росією вважають: міць Збройних сил України (70%), військова допомога країн Заходу (69%), згуртованість та спротив українського суспільства (55%) [194].

Ключовим фактором згуртованості суспільства є ключовий чинний соціального капіталу – довіра. Саме довіра впливатиме на відчуття справедливості. Соціологічні опитування Градус демонструють позитивну динаміку довіри, зокрема у червні 2022 року 63% респондентів відповіли, що довіряють людям загалом, це на 18% більше порівняно з жовтнем 2021 року. Довіра до мешканців свого населеного пункту зросла з 35% до 62%. Високими є також показники довіри до сусідів (67%) та знайомих (80%).

Довіра має синергію, вона становить саме той компонент, який не регулюється законодавчо, не встановлюється авторитарно, натомість будується за засадах етики та культурних цінностей. За даними соціологічного опитування Градус, українське суспільство має високий потенціал довіри до Збройних сил України (69%), президента України (49%) та волонтерів (27%). Одночасно, демонструють дуже низький рівень довіри до уряду (9%) та Верховної ради України (5%).

Аналіз цінностей, проведений у двох попередніх підрозділах, виявив важливість таких цінностей як: запит суспільства щодо доцільності збільшення

підприємств приватної власності, важливість екологічних цінностей, а також відчуття справедливості щодо розподілу суспільних благ, довіра. Зараз найбільше загострюється відчуття справедливості розподілу суспільних благ, у тому числі проблема безбілетника. Національна безпека – це суспільне благо. Плата за користування цим благом – працювати на перемогу, фінансово допомагати Збройним силам України, волонтерським та благодійним організаціями. Переважна більшість українців поділяють та дотримуються цих цінностей.

У таких умовах дуже гостро постає питання імплементації культурних цінностей, які сприяють економічному зростанню, в національну поведінку. Усі соціальні зміни, у тому числі прийняття законів, впровадження нових соціальних норм, зміна національної поведінки мають базуватись на розумінні особливостей менталітету. Розуміння того, як будуть сприйняті формальні або неформальні зміни необхідне для імплементації культурних цінностей та соціальних норм. Українці мають високий рівень владності, наше суспільство ієрархічне, високо цінує родинні зв'язки (попри те, що це позитивна риса, такі суспільства більше тяжіють до непотизму та корупції).

Постає питання як в умовах тотальної недовіри до інституцій розвивати культурні цінності та формувати соціальні норми. Один з можливих варіантів – «сила в слабкості», врахувати особливості національної культури, які формують наш світогляд. Цінність родини, бажання, щоб моя родина тут жила краще – може стати раціональною, національної візією майбутнього.

Імплементація цієї ідеї потребує вирішення стратегічних задач –прозорість державного управління, міжгрупова взаємодія та лідерство, усвідомлена ідентичність та розвиток культурних індустрій. Ці чотири ключові напрями здатні підтримувати високий рівень довіри та стимулюватимуть економічне зростання України.

1. Прозорість державного управління є обов'язковою умовою економічного зростання, особливо в умовах нестабільної держави. Найбільш пріоритетними напрямками для покращення державного управління є:

– *Ефективне державне управління*, яке складається з фахових чиновників, котрі формують кваліфікований та відповідальний державний апарат. Важливим елементом такого управління є ціннісна орієнтація особового складу та принцип меритократії (за здібностями).

– *Формування довіри до уряду* є обов’язковим компонентом економічного зростання та соціально-економічного розвитку. Цей фактор безпосередньо пов’язаний із ефективністю державного управління, водночас він передбачає якісну комунікацію уряду із суспільством, у тому числі із застосуванням культурних продуктів, наративів. Ця вимова стосується усіх державних інституцій, оскільки якісне управління, пріоритет на побудову відносин зобов’язань, відповідальність за прийняті рішення мають бути базовою детермінантою будь якої інституції.

– *Інститут права власності* є невід’ємним атрибутом економічного зростання. Верховенство права, зобов’язання щодо дотримання умов контрактів, вільна конкуренція, рівні правила гри для усіх економічних суб’єктів, право правосуддя створюють підґрунтя для безособового обміну, котрий збільшує економічні можливості та формує ефект масштабу у сучасних економіках.

Економічне зростання мирного часу може базуватись на різних складових, серед яких обов’язково має бути інститути, котрі здатні сформувати основу для органічного розвитку у тривалій перспективі. У воєнний час або в умовах нестабільної держави ще більше посилюється значення інституційного фактору. Окреслені найважливіші напрями, котрі треба розвивати в Україні сприятимуть сталому економічному зростанню.

2. Міжгрупова взаємодія та лідерство – ключовий аспект будь якого суспільства. Україна тяжіє до колективіських цінностей та має високий рівень ієрархічності, це умови, які треба враховувати при побудові соціальних норм. Побудова суспільної довіри – це вкрай складний та тривалий процес. Він потребує прозорості, відповідальності, ефективної співпраці між різними групами суспільства. Групи базуються на довірі членів групи до «свого лідера». І саме чесні та прозорі дії лідера та його довіра до лідера іншої групи, як правило, позитивно

сприймаються членами спільноти. Як наслідок коло довіри спільноти розширюється та «чужі» поступово переходять у категорію «своїх». Така міжгрупова взаємодія сприяє розвитку спільноти та може використовуватись у процесі імплементації культурних цінностей в умовах нестабільної держави.

– *Інститут репутації* передбачає особисту відповідальність за прийняті рішення. Він починає працювати на певному етапі соціально-економічного розвитку, коли задоволені базові екзистенційні потреби, та потребує запиту спільноти. Громадянське суспільство здатне формувати передумови для інституту репутації за умови демократії та моральності еліт.

– *Відповідальність за публічні висловлювання*. Сьогодні кожен охочий має змогу стати транслятором будь-якої інформації через соціальні мережі. Популярні блогери, представники шоу-бізнесу мають мільйонні аудиторії підписників на своїх сторінках. Інформація, яку вони транслюють міцно закріплюється у їх прихильників, навіть якщо вона неправдива, маніпулятивна або політично некоректна. Ми маємо свідомо виховувати відповідальність за публічні висловлювання, формувати інститут репутації. Позиція принципової російськомовності, необов'язковості української мови, котру транслювали відомі співаки, актори, спортсмени, була прийнята більшістю населення прихильно. Адже тези, котрі транслює зірка, якій симпатизує індивід, апріорі сприймаються як правильні. Шкідливими виявились не тільки мовні тези, а й ідеї «братніх народів», «війни політиків».

– *Необхідність розуміння культурного контексту* обумовлена високим рівнем неоднорідності суспільних норм та цінностей. Регіональна неоднорідність соціальних норм може породжувати нерозуміння, небажання приймати іншу точку зору, вперте наполягання на «правильності» своєї ідеї. Формування ціннісних пріоритетів економічної поведінки потребує розуміння контексту, історичного досвіду, настроїв суспільства, розуміння політичних міжпартійних відносин.

– *Розвиток індивідуалістичних цінностей*. Повага до індивіда, приватної власності, диференційованого підходу до оплати індивідуальних зусиль, моральність та відповідальність – саме ці цінності сприяють економічному

зростанню. Україна має прихильність до патерналістського підходу (прагнення державного захисту, велика кількість державних субсидій, соціальні пільги). Ідея держави загального добробуту має значну підтримку населення, проте є проблемною, оскільки це гальмує економічне зростання та не сприяє формуванню соціальної відповідальності та зрілості суспільства. Проблему ускладнює те, що Україна належить до країн високого контексту, котрі мають колективні цінності та віддають перевагу «своїм». Водночас розвиток індивідуалістичних цінностей можливий, проте слід враховувати, що на формування цінностей потрібно більше 10 років.

3. Усвідомлена ідентичність – розуміння власної історії, шанування культурних традицій та свят, шанування національних символів, віра в Україну (любов до Батьківщини, патріотизм).

– *Свідоме споживання українськомовного продукту.* Величезною проблемою є те, що частина громадян продовжують споживати російськомовний культурний продукт в Україні, навіть під час великої війни. Завданням держави, недержавних фондів та зусиллям небайдужих патріотичних громадян має бути організована підтримка українського культурного бізнесу з метою знизити проблему російського культурного впливу на українців.

Проблемою є те, що більшість українців добре розуміють російську мову, а тому споживання чужомовного продукту є для них цілком зрозумілим. На превеликий жаль, Російська Федерація вкладає величезні кошти в популяризацію російського культурного продукту не тільки в самій країні, а й на теренах пострадянського простору. Співставний рівень життя українців та росіян уможливорює наявність подібних проблем, болючих точок та, на жаль, цінностей. Ідеологи російської культури вміло маніпулюють цим та просувають тезу «спільності». Невисоке знання англійської, німецької та інших мов не дозволяє українцям в повній мірі оцінити якість іноземних культурних благ. Тому мусимо розвивати свідоме прагнення розмовляти державною мовою, цікавитись українською культурою, споживати українськомовні культурні продукти.

– *Просування базових знань з історії української держави* в рамках державної культурної політики. Вона є важливим аспектом стратегічної комунікації до членів суспільства, також має протидіяти дезінформаційним впливам (твердженням, повідомленням, які формують хибну думку або уявлення). Найпоширенішим дезінформаційним наративом в інформаційно-культурному просторі є теза слабкості держави Україна, відсутності історичного минулого у нашої країни. Небезпекою таких посилів є те, що вони створені з неправдивих та частково неправдивих повідомлень, перемішаних із правдивими, містять спекулятивні оцінки, маніпуляції думками. Адекватна культурна політика формуватиме ідентичність суспільства, відчуття національної гідності, цікавість до пізнання власної культури та поваги до української державності.

– *Розуміння потужності культурної зброї.* Велику небезпеку становить активне просування іншої культури: наративів, цінностей, мови, традицій. Це різновид культурної зброї, він становить справжню загрозу національним цінностям. Ця теза прикривається гаслом культурного розмаїття, космополітизму, поваги і толерантності до інших культур. Проблема полягає в тому, що оціночні судження застосовуються переважно однобічно, лише у випадку української культури. Натомість активне й навіть агресивне просування чужих наративів, які применшують значення української культури ігнорується. Тому на міжнародному рівні треба відстоювати право захисту власної культури.

– *Культурні продукти слід розглядати як елементи комунікації* з аудиторією, як засоби впливу на свідомість, сприйняття, розуміння і поведінку цільової аудиторії. Комунікація формує настрій (сприйняття, розуміння, відносини, очікування і реакції) з метою впливу на поведінку цільової аудиторії, створення шаблонів поведінки, трансляції та поширення цінностей. Процес культурної комунікації має складатися з декількох етапів:

- інформування – цей процес ускладнюється наявністю стереотипів або негативної, неправдивої або маніпулятивної інформації;
- зацікавлення – емоційна нейтральність інформації просто втопить її у терабайтах іншої інформації, без емоційного забарвлення не буде інтересу.

– дія – якщо культурний продукт сподобався, то має виникнути бажання поділитись ним з родичами, друзями, колегами, можливо навіть спроби дізнатись більше про супутні культурні продукти.

– нове сприйняття.

Зауважимо, що культурна комунікація будується на спільних цінностях та довірі. Вона матиме успіх у разі, якщо ідеї та цінності, які просуваються в культурному продукті будуть занадто співставні та відповідати життєвому рівню та цінностям цільової аудиторії.

– *Формування попиту населення на якісні культурні продукти.* Сприйняття культурних продуктів безпосередньо залежить від рівня освіченості індивіда, суспільства та попереднього культурного досвіду. Культурна спільнота є доволі широкою та включає в себе безліч агентів, зокрема автори (митці), споживачі, інститути (театр, кінотеатр, музей, опера), ЗМІ, культурні агенти, редактори, перекладачі. Формування культури відбувається через перенесення змісту з того, як вона твориться на те, як вона функціонує і сприймається. Формування попиту на якісні культурні продукти залежить від усіх учасників спільноти.

– *Формування позитивного ставлення до культури.* Українське суспільство є різнобарвним, має вікові та регіональні стереотипи. Одним з таких є визнання працею лише фізичної роботи, наприклад шахтарської, натомість значення розумової, управлінської та креативної роботи знецінюється. Важливо змінювати таку думку та підвищувати авторитет співробітників культурних закладів, вчителів, викладачів та інших представників інтелектуальної праці.

4. Акцент на розвиток культурних індустрій. Культура виховує, споживання культурних благ формує моральні, етичні, патріотичні цінності у громадян, молоді. Державна культурна політика має бути спрямована на підтримку вразливих секторів культурних індустрій, котрі не мають змоги продовжувати свою діяльність в часи війни.

– *Потреба в лібералізації умов функціонування підприємств культурних та креативних індустрій.* Доцільним є реформування положення Податкового кодексу України для стимулювання підприємців культурних індустрій. Нові

правила мають передбачати можливість продажу предметів власного виробництва та адекватний розмір податкового навантаження, такі правила формуватимуть прозорий ринок підприємців та сприятимуть розвитку сектору.

– *Збереження фінансування культурного сектору в умовах воєнного стану.* Культурна політика має стати одним з основних інструментів розвитку суспільства. Гуманітарна політика в українському державному управлінні часто знаходилась не в пріоритетних сферах. Натомість, вона є важливим безпековим компонентом наряду з політичною, економічною, фінансовою, зовнішньоторговельною безпекою.

– *Зміна концепції культурних закладів.* В Україні за реєстром багато закладів культури, проте не всі вони є сучасними. Старі музеї, бібліотеки, дома культури та клуби не викликають бажання їх відвідати, більше того справляють враження, що культура це щось архаїчне, а тому не цікаве. Сучасна тенденція перетворення старих, занедбаних непрацюючих заводів у креативні хаби (місця формування спільноти, де митці можуть орендувати приміщення, працювати разом, допомагати один одному, організовувати дискусії, фестивалі, продавати культурні товари тощо) набуває популярності. Особливо актуальною така тенденція стає для територіальних громад та невеликих міст. Концепція культурних закладів із часом змінюється. Більше того, концепція креативних хабів перетворює пасивне споживання культури в активну залученість.

– *Притягнення РФ до відповідальності за злочини проти культурної спадщини України.* Влада України та громадянське суспільство фіксують, документують знищення та пошкодження пам'яток історії, архітектури, закладів культури та релігійних споруд. Попри наявність міжнародних документів (Гаазька конвенція, Римський статут Міжнародного кримінального суду), реальна ймовірність притягнення до відповідальності оцінюється як невисока. Водночас Україна має продовжувати документувати злочини проти культурних цінностей, інформувати світову спільноту та міжнародні організації щодо злочинів. Додатково треба докладати зусиль, щоб сформувати міжнародну коаліцію для тиску на РФ з метою уможливити компенсацію за зруйновані та пошкоджені культурні пам'ятки.

Реалізація вищезазначених заходів сприятиме економічному зростанню, підвищенню рівня культурних та етичних цінностей українців, сприятиме формуванню нових соціальних норм українського суспільства (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Потенційний вплив напрямів державної політики на економічне зростання та соціально-економічний розвиток України

	Заходи	Потенційний вплив на			
		економічне зростання	культурні цінності	економічні цінності	етичні цінності
1.	Ефективне державне управління	+		+	+
2.	Формування довіри до уряду	+			+
3.	Інститут репутації	+			+
4.	Розвиток індивідуалістичних цінностей	+		+	
5.	Свідоме споживання українськомовного культурного продукту	+	+		+
6.	Розуміння потужності культурної зброї		+		+
7.	Збереження фінансування культурного сектору	+	+		+
8.	Зміна концепції культурних закладів	+	+		+

Джерело: складено автором.

Підсумовуючи зазначимо, що культура та культурні індустрії сьогодні стають детермінантою сталого економічного зростання. М'яка сила культури здатна створювати сенси, змінювати шаблони поведінки, неявно підштовхувати до прийняття рішень та переконувати у правильності дій.

Культурна комунікація є інструментом у міжнародній політиці, вона формує імідж країни, інформує світову спільноту щодо національних культурних цінностей, за допомогою культурної дипломатії формуються економічні вигоди для країни. Використання ресурсів культури (розуміння культурного контексту іншої країни, наявність спільних цінностей, довіра, позитивний імідж) сприяють міжнародній торгівлі, залученню інвестицій та співробітництву.

Вплив культури не завжди можна оцінити кількісно. Традиційно його вимірюють через економічні показники валової доданої вартості культурних та креативних товарів, їх експорту та кількості створених робочих місць. Проте силу впливу культури на людську свідомість неможливо однозначно виміряти конкретним показником, вона потребує глибшого аналізу.

Культурні блага є відображенням колективної пам'яті, історичного минулого спільноти та формують його спадщину. Вони створюють шаблони поведінки у суспільстві та формують настрої до близьких, інших членів суспільства, влади. Культурні блага можуть формувати й нові цінності, що виникають у спільноти як відповідь на технологічний та соціальний розвиток. Водночас культура та її продукти можуть використовуватись для спотворення цінностей окремої спільноти.

Культура безпосередньо пов'язана з економікою, соціологією, психологією. Формуються нові поняття та компетенції, зокрема культурний інтелект: здатність розуміти культурні особливості іншої країни, їх поведінкові, мотиваційні та когнітивні аспекти. Ця компетенція набуває актуальності і для України, котра поступово позбувається колоніальних наративів, визнає своїх національних героїв та позбувається комуністичних пам'яток та традицій.

Висновки до розділу 3

1. Економічні цінності, такі як приватна власність, сприйняття конкуренції та розуміння необхідності захисту навколишнього середовища мають позитивну кореляцію з доходом: високий добробут зазвичай тоді, коли є позитивне сприйняття приватної власності та екологічного пріоритету. Країни, які мають розвинені цінності економічної поведінки, мають вищі темпи економічного зростання. Водночас, ставлення до конкуренції не має прямої кореляції з рівнем доходу, отже, вона має непрямий вплив на економічне зростання та залежить від інституційних факторів. Культурні фактори самі по собі не пояснюють економічне зростання, вони доповнюють традиційні економічні фактори зростання.

2. Сформованість етичних цінностей (сплата податків, отримання тільки тих соціальних пільг, на які реально претендує індивід) має безпосередній вплив на ефективність функціонування суспільства та економічне зростання. Неетичні споживачі не роблять свого внеску у колективний ресурс, натомість продовжують користуватися його перевагами. При цьому неетичне споживання суспільних благ, одержання користі від них без належної оплати за користування знижують стимул щодо дотримання етичних цінностей у сумлінних громадян. Це призводить до зниження ефективності функціонування суспільства та держави.

Економічне зростання держави не може бути повноцінно забезпечене виключно за рахунок економічних факторів та стимулів (цін, податків, субсидій), які є лише частиною економічної політики. Важливим супутнім чинником зростання є довіра та етичні принципи, здатність індивідів до чесності, відповідального споживання та самоконтролю.

Культура необхідна для створення суспільства високої довіри – один одному та державі. Культура є саме тим конструктом, який може об'єднати моральні та етичні цінності спільності, забезпечити їх передачу іншим членам суспільства та наступним поколінням.

Українці історично мають невисокий рівень довіри до державних інституцій, чиновників та політиків. Брак довіри істотно гальмує економічне зростання та посилює поляризацію суспільства. Необхідно будувати довіру до базових державних інституцій у сфері освіти, науки, медицини, судочинства, правоохоронних органів тощо. Це тривалий процес, який може бути пришвидшений за допомогою реалізації вірно орієнтованої культурної політики, яка обов'язково відповідатиме вимогам політики послідовності та репутаційної розбудови.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях автора: [195, 196, 197].

ВИСНОВКИ

Культурні цінності становлять соціальну базу сучасного суспільства. Ми розуміємо, що культура не є першочерговою потребою індивіда та суспільства, культурні потреби виникають після задоволення базових потреб. При цьому, мотивацію до культури та споживання якісних культурних продуктів можна та необхідно виховувати у суспільстві. Ідеї популяризації культури, за якими ховається її спрощення, не сприяють розвитку спільноти. Сучасні держави мають безліч викликів та потребують прагматичних (непопулістичних) підходів до розв'язання наявних проблем та вирішення складних викликів.

1. Методологічний концепт культури є найбільш стійким і змістовно продуктивним за умов поєднання філософського (фактор впливу на соціальні процеси), соціологічного (культура особистості та настрої суспільства), економічного (матеріальні продукти культури, об'єкти культурної спадщини) та аксіологічного (ціннісного) дискурсу в суспільстві. Культура є неформальним інститутом, який формує правила соціальної та економічної поведінки індивідів та групи. Багатогранність поняття охоплює множину визначень від традицій, звичаїв, характеристик людської діяльності, символів, артефактів, пам'яток історії та архітектури до правил поведінки, ідеалів, соціальних норм та цінностей національної культури. Культура є динамічним явищем та відображує результат соціального, економічного та духовного розвитку суспільства, його досягнень та певних суперечностей. Цінності, які панують у суспільстві, визначають рівень розвитку людини, спосіб мислення та економічну поведінку суб'єктів, характер ведення бізнесу, прийняття державних управлінських рішень та тенденції соціально-економічного розвитку країни в цілому.

2. Порівняльний аналіз міжкультурних досліджень демонструє відмінності національних культур у таких сферах як управління, ухвалення рішень, довіра, планування та міжособистісне спілкування. Розуміння специфіки національних культур пояснює особливості взаємодії індивідів та менталітет суспільства. Саме відмінності у культурах є ключовим аргументом різних економічних результатів країн за умов застосування однотипних рішень, наприклад, чому модель

економічного зростання, котра принесла успіх одним країнам, не матиме такі ж результати в інших країнах.

Українське суспільство за категоріями міжкультурних досліджень відноситься до висококонтекстної культури з високим рівнем владності, досить слабкими соціальними нормами, колоніальним минулим, низьким рівнем поваги до приватної власності та домінуванням патерналістських цінностей. Водночас українське суспільство демонструє високий рівень креативності. Концентрація талановитих людей, які здатні створювати новий простір, втілювати нові ідеї може забезпечити приплив фінансових ресурсів та технологій для подальшого економічного зростання. Усі ці особливості впливають на економічну та етичну поведінку індивідів та економічне зростання держави.

3. Існують цінності, які сприяють соціально-економічному розвитку країни, зокрема це (доброзичливість, універсалізм та самовизначення) та суспільні погляди, що орієнтовані на економічне зростання (погляди на конкуренцію, багатство, ставлення до прибутків, мотивацію до праці, а також ступінь довіри). Відсутність таких цінностей гальмуватиме економічне зростання. Проте, шаблони поведінки та форми мислення індивідів не є статичними – вони формуються, еволюціонують та піддаються впливу. Українське суспільство потребує розвитку цінностей, спрямованих на зростання. Державна політика з подальшого розвитку цінностей суспільства має сприяти формуванню цінностей саморозвитку, культури розумного споживання, прагматизму та відповідальності у суспільстві.

4. Культура та економіка мають двосторонній взаємозв'язок, де економіка визначає матеріальні аспекти функціонування соціальної системи, а культура – нематеріальні. Культура визначає сутність, якість та напрями розвитку економіки, вона становить її внутрішню характеристику. Культурний продукт має особливу економічну природу, зокрема культурні продукти не зношуються при використанні, гранична вартість виготовлення додаткової одиниці близька до нуля, економічне відтворення залежить від постійного виробництва новизни. Це суттєво вирізняє культурний сектор від традиційної моделі промислового розвитку та більше відповідає теорії інновацій.

Категорія «культурна цінність» також має свою специфіку – неринковий характер. Продукти мистецької діяльності створюють ринкові і неринкові цінності, останні важко виміряти у грошовому вираженні, але вони також дуже важливі. Культурні та творчі індустрії в економіці відображують, генерують та формують національну та індивідуальну ідентичність. Така культурна продукція часто є складною, і, хоча вона має великий вплив на колективне мислення, може не мати фінансового або ринкового успіху.

5. Культурні, креативні галузі та креативна економіка мають свою специфіку. Культурні галузі створюють культурні продукти матеріального та нематеріального характеру. Креативні індустрії пов'язують із використанням підходу до потенційної комерційної діяльності. Креативна економіка або економіка культури аналізує економічні аспекти культурної політики, принципи організації культурного сектору та поведінки виробників, споживачів та регуляторів.

Творча праця є нестабільною та вразливою, а ступінь вразливості істотно залежить від підвиду культурної індустрії (виробництво культурного продукту, розповсюдження) та супутньої економічної діяльності. Різні підгалузі мають різні бізнес-моделі та показники ефективності. Тому політика державної підтримки має враховувати структуру та особливості окремих секторів. Найбільшу додану вартість формують наступні сектори: рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку, діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення, виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів. Найменшу додану вартість формують сектор функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури. Ці сектори виробляють продукти високої культурної цінності, але з невисокою ринковою вартістю та потребують державних преференцій та підтримки.

6. Культурні цінності формують майбутні соціальні орієнтири суспільства, правила взаємодії у спільноті, норми прийнятної поведінки, а також питання, які будуть вважатись важливими та обговорюватись на порядку денному, форму соціального диспуту та моделі вирішення конфліктних ситуацій. Культура в усіх її проявах створює ідентичність, зокрема те, ким себе буде бачити індивід, кого він

поважатиме та на кого рівнятиметься. Саме тому вплив культурних продуктів на свідомість індивіда та суспільства розглядаємо з позицій формування культури, а не просто сфери суспільних комунікацій.

Культурні блага у вигляді фільмів, серіалів, ток-шоу, так званий аудіовізуальний контент для дозвілля, називають зброєю масового ураження за рахунок їхнього впливу на свідомість та здатності утримувати увагу індивіда. Люди формують та змінюють своє мислення протягом життя під впливом різних факторів: нових знань, усвідомлення хибності попередніх уявлень, сили соціальних мереж, моди. При цьому часто залишається важливим підсвідомий мотив – бажання бути членом у спільноті, бути своїм та знайти своє місце у групі. Цей фактор слід враховувати при формуванні економічних або соціальних наративів, які звертаються до емоцій та інстинктивних потреб. Саме безпосередній зв'язок з інстинктами робить їх міцними, навіть незламними для індивідуальної свідомості.

7. Ключовими питаннями існування та розвитку спільноти з позиції економічних інтересів є категорії прав власності, розподілу доходів, конкуренції, дбайливого ставлення до навколишнього середовища тощо. Ці категорії відносяться до економічних цінностей країни, вони значною мірою обумовлюють напрями та темпи економічного зростання та, водночас, залежать від ідеології, релігії та політичного режиму. Розраховано показник залежності економічних цінностей в контексті запиту на збільшення приватної власності підприємств в економіці в залежності від ідеології та релігії. Коефіцієнт детермінації становить 0,86 – це відображує високу залежність та підтверджує ідею взаємодії між цінностями, культурою та економічними досягненнями, те, що кожен з цих елементів доповнює інші, створює взаємозалежну систему суспільної організації.

8. Аналіз культурних цінностей дає можливість виділити декілька аспектів поведінки індивіда, які впливають на економічне зростання країни через процес користування суспільними благами: економічний (можливість заплатити), соціальний (рівень довіри до уряду, держави), моральний (відчуття соціальної справедливості), поведінковий (усвідомлення потреби та відповідальності щодо оплати, свідома поведінка індивіда).

Важливим фактором, який обумовлює індивідуальну поведінку, є культура та рівень суспільної довіри. Культура формує межі прийнятної поведінки з урахуванням рівня довіри, яка має позитивну кореляцію з доходом на душу населення. Втрата довіри до ключових інституцій держави (політичних, судових, освітніх, релігійних) призводить до зниження довіри до інших людей. Економічні наслідки низького рівня довіри проявляються у вигляді безоплатного використання суспільних благ індивідами та неправомірного отримання державних пільг, соціальні – у втраті мотивації індивіда працювати на інтереси суспільства та зниженні дієздатності соціальної системи. Низький рівень культури та довіри становить велику інституційну проблему, яку неможливо вирішити виключно за допомогою реформ. Тому, завданням суспільства є формування культури та цінностей задля досягнення сталого економічного ефекту.

9. Українці історично мають невисокий рівень довіри до державних інституцій, чиновників та політиків. Брак довіри істотно гальмує економічне зростання та посилює поляризацію суспільства. Необхідно будувати довіру до базових державних інституцій у сфері освіти, науки, медицини, судів, правоохоронних органів тощо. Це тривалий процес, який може бути забезпечено за умов дотримання політики послідовності, формування інституту репутації та ефективної культурної комунікації.

Критично важливою культура стає в умовах нестабільної держави та слабкості державних інституцій. Сьогодні до цих факторів в Україні додається факт широкомасштабної збройної агресії з боку Російської Федерації, за якого посилюється загроза існуванню держави та функціонуванню інституцій, а також наявною є значна перешкода для виконання державою життєво важливих функцій для значної частини населення. Культура в таких умовах має сильний нормативний сенс, і стає очевидним, що українське суспільство відстоює не тільки власну територіальну цілісність, суспільний порядок та безпеку громадян, але й в значній мірі цінності, культуру, мову, історичну пам'ять.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Edel, A., Kroeber, A. L., Kluckhohn, C., Untereiner, W., & Meyer, A. G. (1954, September 16). Culture; A Critical Review of Concepts and Definitions. *The Journal of Philosophy*, 51(19), 559. <https://doi.org/10.2307/2021459>.
2. Throsby, D. (1994). The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, 32(1), 1-29. Retrieved 7 Sep. 2019, from <http://www.jstor.org/stable/2728421>.
3. Економічна культура населення України: монографія / під ред. В.М. Вороні, Є.І. Суїменко. Київ: Інститут Соціології НАН України, 2008. 316 с.
4. Lustig, & Koester. (2009, February 15). *Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures* (6th edition). Pearson.
5. Arnold, M. (1869). *Culture and anarchy: An essay in political and social criticism*. Culture and Anarchy: An Essay in Political and Social Criticism. Retrieved May 16, 2019, from <https://ttu-ir.tdl.org/handle/2346/47293>.
6. Logan, P. (2012, July). *On Culture: Matthew Arnold's Culture and Anarchy*. BRANCH. Retrieved May 5, 2019, from https://branchcollective.org/?ps_articles=peter-logan-on-culture-matthew-arnolds-culture-and-anarchy-1869.
7. Tylor, E. (2010). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Logan, P. (2012). *On Culture: Edward B. Tylor's Primitive Culture, 1871*. BRANCH. Retrieved April 21, 2019, from https://branchcollective.org/?ps_articles=peter-logan-on-culture-edward-b-tylors-primitive-culture-1871.
9. Lincoln, J., & Guillot, D. (2004, June). *Durkheim and Organizational Culture*. IRLE Working Paper No. 108-04. Retrieved April 23, 2019, from <https://irle.berkeley.edu/files/2004/Durkheim-and-Organizational-Culture.pdf>.

10. Осадча Л. Ментальність як спосіб накопичення й трансляція колективного досвіду. *Prometheus. Культурологія для всіх*. 2018. URL: <https://prometheus.org.ua/courses-catalog/> (дата звернення: 17.04.2019).
11. *Cultural diversity*. (2015, October 21). UNESCO. Retrieved July 1, 2019, from <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/cultural-diversity>.
12. Holliday, A. (2020). Chapter 2: Culture, communication, context, and power. In *Routledge handbook of language and intercultural communication* (2nd ed., pp. 39–52). Routledge. <https://adrianholliday.com/wp-content/uploads/2020/05/holliday-handbook20-published.pdf>.
13. Hannerz. (1996, July 4). *Transnational connections: culture, people, places* (p. 216). Routledge, Taylor & Francis Group.
14. Spencer-Oatey, H. & Davidson, A. (2015). *The StretchTool : Developing Behavioural Flexibility in Intercultural Encounters (with DISCo step prompts)*. Available at GlobalPAD Open House <http://www.warwick.ac.uk/globalpadintercultural>.
15. Культура має значення. *Культурологічний часопис «І»*. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n53texts/N53-cult.htm> (дата звернення: 27.02.2019).
16. Androsova O. Features of national culture and its effect on forming corporate culture at machine-building enterprises of Ukraine. *Visnik Zaporiz'kogo nacional'nogo universitetu. Ekonomicni nauki*. 2018. Vol. 4, no. 40. P. 13–19. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-02>.
17. Гевко В.Л. Організаційна культура підприємства та особливості і умови її зміни. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 16. С. 9-12.
18. Дзьобань О., Прудникова О. Інформаційна та національна культури українського соціуму: проблеми кореляції. *Інформація і право*. 2019. № 3(30). С. 16–27. URL: https://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Infpr_2019_3_4.pdf (дата звернення: 10.01.2022).
19. Приходько В. Взаємовплив економічної культури та розвитку суспільства в умовах глобалізації. URL: <http://projects.dune->

hd.com/bitstream/handle/2010/36037/mddfs_21_60.pdf?sequence=1&isAllowed=у (дата звернення: 10.01.2022).

20. Дембицька Н. Особиста власність як корелят сучасної економічної культури. *Актуальні проблеми психології*. 2017. Т. 1, № 47. С. 55–58. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v1/i47/12.pdf> (дата звернення: 10.01.2022).

21. Галушка З.І., Нафус І.І. Соціальний капітал як економічний ресурс: сутність та умови нагромадження: монографія. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. 248 с.

22. Кудінова А. Культурний капітал: соціально-економічний аналіз. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 8. С. 8-12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2010_8_4 (дата звернення 11.01.2022).

23. Кондрашова-Діденко В., Діденко Л. Культурне укорінення сучасної кризи країнової економіки. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2009_19/zb19_08.pdf (дата звернення: 11.01.2022).

24. Ожеван М. Українська національна ідея та культурополітика наздоганяючої модернізації. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2000. № 18. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n18texts/ozevan.htm> (дата звернення: 12.01.2022).

25. Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України: зб. наук.-експерт. матеріалів / за заг. ред. О. Розумної, Т. Черненко. Київ: НІСД, 2016. 92 с. (Сер. «Гуманітарний розвиток», вип. 5). URL: http://old.niss.gov.ua/content/articles/files/kult_dyp-cd7f1.pdf (дата звернення: 12.01.2022).

26. Кириленко В.І. «Економічна теорія в координатах нової економіки та глобальної соціально-економічної реальності» *Соціально-трудова сфера в координатах нової економіки та глобальної соціоекономічної реальності: виклики, шляхи розвитку*: зб. тез доповідей учасників міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11-12 лист. 2020 р.). Київ, 2021. С. 16-19. ISBN 978–966–926–351–3.

27. Колот А.М., Герасименко О.О. До філософії моральної економіки: концептологія людиноцентричності. Демографія та соціальна економіка. Частина I. 2022. №3 (49). С. 65-88. DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2022.03.065>.
28. Holliday, A. (2016). Studying Culture. In *Research Methods in Intercultural Communication: A Practical Guide*, (First Edition). John Wiley & Sons, Inc. <https://adrianholliday.com/wp-content/uploads/2017/12/holliday-studying-culture-16.pdf>.
29. Hofstede, G., Hofstede, & Minkov. (2010). *Cultures and organizations : software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival* (p. 561). McGraw-Hill, New York.
30. Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (2015). Cultures and organizations: pyramids, machines, markets, and families: organizing across nations. *Classics of Organization Theory*. (p. 543). Wadsworth Cengage Learning.
31. Cook, S. R. (1999). [Review of *Culture and Conflict Resolution; Culture Variation and Conflict Resolution: Alternatives to Violence*, by K. Avruch, D. P. Fry, & K. Bjorkqvist]. *American Anthropologist*, 101(4), 870–872. <http://www.jstor.org/stable/684089>.
32. Matsumoto, D. (2001). *The handbook of culture and psychology*. Oxford University Press.
33. Яціно М. Культура індивідуалізму. Харків: Гуманітарний Центр, 2012. 280 с.
34. В'ятрович В.М. Нотатки з кухні «переписування історії». Київ: Наш Формат, 2021. 528 с.
35. Fukuyama, F. (2022, July 13). *A Country of Their Own: Liberalism Needs the Nation*. Foreign Affairs. Retrieved April 16, 2019, from <https://www.foreignaffairs.com/articles/ukraine/2022-04-01/francis-fukuyama-liberalism-country>.
36. Parsons, T. (1964, November 1). *The Social System*. Free Press. <https://doi.org/10.1604/9780029241905>.

37. Ralph Patrick, *Culture and Behavior: Collected essays of Clyde Kluckhohn*. Edited by Richard Kluckhohn. New York: The Free Press of Glencoe, 1962. 402 pp. *Social Forces*, Volume 42, Issue 1, October 1963, Pages 121-123, <https://doi.org/10.2307/2574958>.

38. *National Culture and Organisational Culture - how are they different and how do they interconnect?* (n.d.). <https://news.hofstede-insights.com/news/national-culture-and-organisational-culture-how-are-they-different>.

39. Шарма Р. Передові країни. В очікуванні нового «економічного дива» / пер. з англ. Андрій Іщенко. Київ: Наш формат, 2018. 296 с.

40. Cardon, Peter W. A Critique of Hall's Contexting Model: A Meta-Analysis of Literature on Intercultural Business and Technical Communication. *Journal of Business and Technical Communication*, vol. 22, no. 4, Oct. 2008, pp. 399–428, doi:10.1177/1050651908320361.

41. *Cultural Classification: Linear-active*. (2017, May 25). Cross Culture – Know Culture for Better Business. Retrieved June 10, 2022, from <https://www.crossculture.com/about-us/the-model/linear-active>.

42. The Lewis Model – Cross Culture. (2017, May 25). Cross Culture – Know Culture for Better Business. Retrieved June 10, 2022, from www.crossculture.com/about-us/the-model.

43. Стародубська М. Хитросплетіння індивідуалізму та колективізму: Чому Росія розуміє лише силу і не є «братським» народом Україні. *Українська Правда*, 27 березня 2022, www.pravda.com.ua/columns/2022/03/27/7334943. (дата звернення: 11.06.2022).

44. *The Lewis Model Explains Every Culture In The World*. (2013, September 6). Business Insider. Retrieved June 10, 2022, from <https://www.businessinsider.com/the-lewis-model-2013-9>.

45. Clausen, B., Kraay, A., & Nyiri, Z. (2011). Corruption and Confidence in Public Institutions: Evidence from a Global Survey. *The World Bank Economic Review*, 25(2), 212–249. <http://www.jstor.org/stable/23029751>.

46. Li, S., Triandis, H. C., & Yu, Y. (2006, July 1). *Cultural Orientation and Corruption*. https://doi.org/10.1207/s15327019eb1603_2.
47. Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>.
48. *2018 Corruption Perceptions Index*. (2019, January 29). Transparency.org. Retrieved February 12, 2020, from <https://www.transparency.org/en/cpi/2018>.
49. Minkov, M., & Hofstede, G. (2014). A replication of Hofstede's uncertainty avoidance dimension across nationally representative samples from Europe. *International Journal of Cross Cultural Management*, 14(2), 161-171. <https://doi.org/10.1177/1470595814521600>.
50. Gorodnichenko Y., Roland G. (2017). Culture, Institutions, and the Wealth of Nations. *The Review of Economics and Statistics*; 99 (3): 402-416. https://doi.org/10.1162/REST_a_00599.
51. Beugelsdijk, S., Maseland, R., & van Hoorn, A. (2015, July 16). Are Scores on Hofstede's Dimensions of National Culture Stable over Time? A Cohort Analysis. *Global Strategy Journal*, 5(3), 223-240. <https://doi.org/10.1002/gsj.1098>.
52. Beugelsdijk, S., Kostova, T., & Roth, K. (2016, December 5). An overview of Hofstede-inspired country-level culture research in international business since 2006. *Journal of International Business Studies*, 48(1), 30-47. <https://doi.org/10.1057/s41267-016-0038-8>.
53. *2004, 2007 Studies – GLOBE Project*. (2010). 2004, 2007 Studies - GLOBE Project. Retrieved October 5, 2020, from <http://www.globeproject.com>.
54. Gupta, V. (2000). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Academia.edu. Retrieved October 5, 2020, from https://www.academia.edu/21085408/Culture_Leadership_and_Organizations_The_GLOBE_Study_of_62_Societies.
55. *Results GLOBE Project*. (2010). Results GLOBE Project. Retrieved October 5, 2020, from <http://www.globeproject.com>.

56. Gelfand, Michele J. et al. Differences Between Tight and Loose Cultures: A 33-Nation Study. *Science*, vol. 332, no. 6033, 2011, pp. 1100-04. Crossref, <https://doi.org/10.1126/science.1197754>.

57. Hayward, W. (2019, November 7). *What the Tight/Loose Cultural Spectrum Tells Us About Working with Creatives*. Medium. Retrieved June 14, 2022, from <https://medium.com/swlh/what-the-tight-loose-cultural-spectrum-tells-us-about-working-with-creatives-ff8b2a5261e1>.

58. Florida, R. (2015). *The Global Creativity Index 2015*. Martin Prosperity Institute. Retrieved June 15, 2022, from https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/31_-most_creative_countries_-_global_creativity_index_2015_-_canadian_mgt_school.pdf.

59. Hall, E. (1959). *The Silent language* (First Edition, p. 240). Garden City, N.Y., Doubleday. Retrieved June 11, 2022, from https://monoskop.org/images/5/57/Hall_Edward_T_The_Silent_Language.pdf.

60. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 244 с.

61. Аджемоглу Д., Робінсон Дж. Чому нації занепадають? Походження влади, багатства і бідності. Київ: Наш Формат, 2016. 472 с.

62. Аджемоглу Д., Робінсон Дж. Вузкий коридор: Держави, суспільство і доля свободи. Київ: Наш Формат, 2020. 520 с.

63. FUKUYAMA, F. (2004). *State-Building: Governance and World Order in the 21st Century*. Cornell University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctvrf8c1g>.

64. Колот, А. (2023). Вирішення соціально-трудоових конфліктів на засадах партнерства та соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*. (49). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-14>.

65. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй.

URL:https://shron1.chtyvo.org.ua/Smit_Adam/Bahatstvo_narodiv_Doslidzhennia_pro_pryrodu_ta_prychyny_dobrobutu_natsii.pdf (дата звернення 21.06.2022).

66. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. Київ: Основи, 1994. 261 с.

67. Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. Columbia University. Retrieved June 5, 2022, from <https://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf>.

68. Fukuyama, F. (1999, October 1). *Social Capital and Civil Society*. International Monetary Fund. Retrieved June 26, 2022, from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>.

69. North, D. (n.d.). *Institutional Change: A Framework of Analysis*. The Digital Library, Indiana University. Retrieved June 27, 2022, from <https://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/4102/9412001.pdf>.

70. Литвиненко Н.І. Інституціональні складові соціально-економічного розвитку країни. Д.: НГУ, 2015. 310 с. URL: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/147896/CD679.pdf?sequence=1/> (дата звернення 21.06.2022).

71. Ткаченко О.В., Галабурда М.К., Кулага І.В. Економічне зростання за кризових умов при впливах культурних і соціальних факторів. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Том 8. No 1. С. 90–98. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-1-13>.

72. Осецький В., Кириченко Є., Людський капітал в структурі національного багатства країни. *Економічна теорія*. 2019. №3. С. 29-44. URL: http://etet.org.ua/?page_id=530&aid=556. <https://doi.org/10.15407/etet2019.03.029>.

73. Schwartz, S. H. (2012, December 1). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>.

74. Schwartz, Shalom. (2011). Values: Individual and cultural. In F. J. R. van de Vijver (Eds.), A. Chasiotis, & S. M. Breugelmans, *Fundamental questions in cross-cultural psychology* (pp. 463-493). Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved June 25, 2022, from URL: https://www.researchgate.net/publication/272175956_Schwartz_S_H_2011_Values_Ind

individual_and_cultural_In_F_J_R_van_de_Vijver_Eds_A_Chasiotis_S_M_Breugelmans_Fundamental_questions_in_cross-cultural_psychology_pp_463-493_Cambridge_Cambridge_University_Pre.

75. Культура має значення. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2008. № 53. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n53texts/N53-cult.htm> (дата звернення 21.06.2022).

76. Doss, H. (2013, September 3). *Trust, Innovation and Ronald Coase*. Forbes. Retrieved August 3, 2022, from <https://www.forbes.com/sites/henrydoss/2013/09/03/trust-innovation-and-ronald-coase>.

77. *Social Capital and Civil Society*. (1999). IMF Conference, Washington. Retrieved August 2, 2022, from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm#I>.

78. *Inglehart–Welzel Cultural Map*. (2022, May 15). WVS Database. Retrieved May 25, 2022, from <http://www.worldvaluessurvey.org>.

79. Inglehart, R., & Welzel, C. (2010). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: the Human Development Sequence*. New York: Cambridge University Press.

80. Welzel, C. (2013, December). *Freedom Rising Human Empowerment and the Quest for Emancipation* (Edition: 1). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139540919>.

81. Welzel, C. (2021). Why The Future Is Democratic. *Journal of Democracy*, 32(2), 132–144. <https://doi.org/10.1353/jod.2021.0024>.

82. Ruck, D.J., Matthews, L.J., Kyritsis, T., Atkinson, Q.D., & Bentley, R.A. (2019, December 2). The cultural foundations of modern democracies. *Nature Human Behaviour*, 4(3), 265–269. <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0769-1>.

83. Welzel, C., Inglehart, R., & Kligemann, H. D. (2003, May). The theory of human development: A cross-cultural analysis. *European Journal of Political Research*, 42(3), 341–379. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.00086>.

84. van Deth, J. W. (2014, November 21). Welzel, Christian. 2013. Freedom Rising. Human Empowerment and the Quest for Emancipation. *Zeitschrift Für Vergleichende Politikwissenschaft*, 8 (3–4), 369–371. <https://doi.org/10.1007/s12286-014-0219-4>.

85. Inglehart, R., & Welzel, C. (2010, January). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: the Human Development Sequence*. New York: Cambridge University Press.

86. Haerpfer, Inglehart, Moreno, Welzel, Kizilova, Diez-Medrano, Lagos, Norris, Ponarin, & Puranen. (2022). *World Values Survey Wave 7 (2017-2022) Cross-National Data-Set*. World Values Survey Association. Retrieved June 29, 2022, from <https://doi.org/10.14281/18241.18>.

87. Inglehart, Haerpfer, Moreno, Welzel, Kizilova, Diez-Medrano, Lagos, Norris, Ponarin, & Puranen. (2022). *World Values Survey: All Rounds – Country-Pooled Datafile*. WVS Database. Retrieved June 29, 2022, from <https://doi.org/10.14281/18241.17>.

88. Світове дослідження цінностей 2020 в Україні. *Український центр європейської політики*. Київ, 2020. URL: <https://ucerp.org.ua/doslidzhennya/world-values-survey-2020-in-ukraine.html> (дата звернення: 29.06.2022).

89. Кириленко В.І., Федоренко Т.О. Підходи до розуміння культури як детермінанти економічної діяльності. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 43. С. 5–16. DOI 10.33111/EE.2019.43.

90. Федоренко Т.О. Культурний та креативний імперативи економічного зростання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2022. № 50. С. 19-31. DOI 10.33111/sedu.2022.50.019.031.

91. Fedorenko T. Values and technology innovations challenges. *International Security In The Frame of Modern Global Challenges*. 2019. Collection of research papers. – Lithuania. Vilnius: MRU, 2019. P.35-39. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/Polecodept/INTERNATIONAL_SECURITY.pdf.

92. Федоренко Т.О. Цінності в моделі постіндустріального суспільства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19 квіт. 2019 р.). Київ, 2019.

С. 296-299. URL: http://irbis.kneu.edu.ua/cgi-bin/ecgi64/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=2&I21DBN=ELIB&P21DBN=ELIB&Z

21ID=11451290NM3P3335617&Image_file_name=CONF_EL%5CEk_analityka_such
asn_realiyi_prohnostych_mozhlyvosti_19.pdf&fbclid=IwAR20pFLNyFK9FfaUqoKa9y
FeJt0SJzZCoY6YLtEQAZ5zYfD09ifbM8zNnTc.

93. Федоренко Т.О. Інструменти для кількісного аналізу національних культур. *Корпоративне управління: стратегії, процеси, технології*: зб. матеріалів міжнар. наук. конф. (Ляйпциг, Німеччина, 22-23 жовт. 2021 р.). Ляйпциг, Німеччина, 2021. Р.32-34. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-145-9-8>.

94. Кириленко В. І. Суперечності, тенденції і виклики сучасної економіки. *Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI ст.*: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 2-3 лист. 2017 р.). Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2017. С. 474-477.

95. Культура має значення. Як цінності впливають на людський прогрес. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2008. №53. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n53texts/N53-cult.htm> (дата звернення 20.01.2021).

96. Horkheimer, & Adorno. (2017). *The culture industry: Enlightenment as mass deception* (pp. 405–424). Karl Marx. Routledge.

97. *What are cultural industries?* (2021, February). FutureLearn. Retrieved July 2, 2022, from <https://www.futurelearn.com/info/courses/culture-identity-europe/0/steps/32242>.

98. Hall, S. (1992). Race, Culture, and Communications: Looking Backward and Forward at Cultural Studies. *Rethinking Marxism*, 5(1), 10–18. <https://doi.org/10.1080/08935699208657998>.

99. van der Pol, H. (2007). *Key role of cultural and creative industries in the economy*. OECD. Retrieved November 4, 2020, from <https://www.semanticscholar.org/paper/Key-role-of-cultural-and-creative-industries-in-the-Pol/d6fa7e149d28a31bf084cb72700139944640901f>.

100. Howkins, J. (2002). *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. Penguin UK.

101. *What Do We Mean by the Cultural and Creative Industries*. (n.d.). Unesco. Retrieved July 5, 2022, from <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>.
102. *Making a Living in the Creative Industries*. (n.d.). Making a Living in the Creative Industries. Retrieved July 10, 2022, from https://www.wipo.int/copyright/en/creative_industries/index.html.
103. Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 Establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and Repealing Decisions No 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009/EC. (2013, December). *Official Journal of the European Union, the European Parliament and the Council of the European Union*. <https://doi.org/eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32013R1295&from=EN#d1e527-221-1>.
104. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії»: Закон України від 19.06.2018 р. № 2458-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2018. № 34. Ст. 257. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text> (дата звернення 20.01.2021).
105. *Statistics on cultural industries: framework for the elaboration of national data capacity building projects*. (2007). UNESDOC Digital Library. Retrieved January 20, 2021, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000154956>.
106. *What is the creative economy?* (2014). British Council. Creative Economy. Retrieved January 20, 2021, from <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy>.
107. Florida, R. (2002, January). Bohemia and economic geography. *Journal of Economic Geography*, 2(1), 55–71. <https://doi.org/10.1093/jeg/2.1.55>.
108. Florida, R. (2009). *Ottawa's performance on the 3Ts of Economic Development*. Martin Prosperity Institute. Retrieved July 23, 2020, from <https://newsinsider.ca/wp-content/uploads/2009/04/ottawa-paper.pdf>.
109. *Human Development composite indices*. (n.d.). Human Development Reports. Retrieved July 6, 2022, from <https://hdr.undp.org/data-center/documentation-and-downloads>.

110. Throsby, D. (2015, June). The cultural industries as a sector of the economy. In K. Oakley, & J. O'Connor (Eds.) *The Routledge Companion to the Cultural Industries* (pp. 56-69). Routledge, Taylor and Francis Group.

111. Garnham, N. (2011). The Political Economy of Communication Revisited. *The Handbook of Political Economy of Communications*, 41–61. <https://doi.org/doi: 10.1002 / 9781444395402.ch2>.

112. Garnham, N. (2011). The Political Economy of Communication Revisited. *The Handbook of Political Economy of Communications*, 41–61. <https://doi.org/doi: 10.1002 / 9781444395402.ch2>.

113. Якість. Словник української мови. *Академічний тлумачний словник української мови*. URL: <http://sum.in.ua/s/jakistj> (дата звернення: 05.08.2022).

114. Throsby, D. (2008). The Concentric Circles Model of the Cultural Industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147–164. <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>.

115. *Creative industries are more resilient to economic crisis*. (2011, March 30). UNDP. Retrieved January 20, 2021, from <https://www.undp.org/content/undp/en/home/presscenter/pressreleases/2011/03/30/les-industries-en-rapport-avec-la-crativit-et-la-culture-rsistent-mieux--la-crise-conomique.html>.

116. *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries 2002-2015*. (2018). UNCTAD. Retrieved January 20, 2021, from https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf.

117. *World Bank Open Data*. (n.d.). World Bank Open Data. Retrieved July 11, 2022, from <https://data.worldbank.org>.

118. *UNESCO's Culture Conventions more important than ever*. (2016, September 27). UNESCO World Heritage Centre. Retrieved January 20, 2021, from <https://whc.unesco.org/en/news/1562>.

119. *Cultural and Creative Industries in the Face of COVID-19. An Economic Impact Outlook*. (2021, June). UNESCO Digital Library.

Retrieved August 2, 2022, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863/PDF/377863eng.pdf.multi>.

120. *Culture in Crisis: Policy Guide for a Resilient Creative Sector*. (2020). UNESCO Digital Library. Retrieved August 2, 2022, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374631>.

121. *Review of Maritime Transport*. (2014). UNCTAD. Retrieved January 20, 2021, from https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2014_en.pdf.

122. Як війна вплинула на креативні індустрії України. *Дослідження CASES*. URL: <https://cases.media/article/doslidzhennya-cases-yak-viina-vplinula-na-kreativni-industriyi-ukrayini> (дата звернення: 04.08.2022).

123. Через російську агресію в Україні постраждали 763 об'єкти культурної спадщини. *Міністерство культури та інформаційної політики України*. URL: <https://mkip.gov.ua/news/9597.html> (дата звернення: 09.08.2023).

124. На Чернігівщині з'явився перший віртуальний музей пам'яті війни. *Суспільне. Новини*. URL: <https://suspilne.media/252567-na-chernigivsini-zavivsa-persij-virtualnij-muzej-pamati-vijni> (дата звернення: 05.08.2022).

125. Проект спільного наказу Міністерства економіки України та Фонду державного майна України «Про затвердження методики визначення шкоди та обсягу збитків, завданих підприємствам, установам та організаціям усіх форм власності внаслідок знищення та пошкодження їх майна у зв'язку із збройною агресією Російської Федерації, а також упущеної вигоди від неможливості чи перешкод у провадженні господарської діяльності: Проект док. від 04.08.2022 р. URL: [https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=feb8ff4a-45ed-4b18-a273-](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=feb8ff4a-45ed-4b18-a273-2b79f3bd0dac&title=ProektSpilnogoNakazuMinisterstvaEkonomikiUkrainiTaFonduDerzhavnogoMainaUkrainiproZatverdzhenniaMetodikiViznachenniaShkodiTaObsiaguZbitki v-ZavdanikhPidprimstvam-UstanovamTaOrganizatsiiamUsikhFormVlasnostiVnaslidokZnischenniaTaPoshkodzhenniaYikhMainaUZviazkuIzZbroinoiuAgresiiuRosiiskoiFederatsii-ATakozhUpuschenoiVigodiVidNemozhливostiChiPereshkodUProvadzhenniGospodarskoiDiialnosti)

[2b79f3bd0dac&title=ProektSpilnogoNakazuMinisterstvaEkonomikiUkrainiTaFonduDerzhavnogoMainaUkrainiproZatverdzhenniaMetodikiViznachenniaShkodiTaObsiaguZbitki v-ZavdanikhPidprimstvam-](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=feb8ff4a-45ed-4b18-a273-2b79f3bd0dac&title=ProektSpilnogoNakazuMinisterstvaEkonomikiUkrainiTaFonduDerzhavnogoMainaUkrainiproZatverdzhenniaMetodikiViznachenniaShkodiTaObsiaguZbitki v-ZavdanikhPidprimstvam-UstanovamTaOrganizatsiiamUsikhFormVlasnostiVnaslidokZnischenniaTaPoshkodzhenniaYikhMainaUZviazkuIzZbroinoiuAgresiiuRosiiskoiFederatsii-ATakozhUpuschenoiVigodiVidNemozhливostiChiPereshkodUProvadzhenniGospodarskoiDiialnosti)

[UstanovamTaOrganizatsiiamUsikhFormVlasnostiVnaslidokZnischenniaTaPoshkodzhenniaYikhMainaUZviazkuIzZbroinoiuAgresiiuRosiiskoiFederatsii-](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=feb8ff4a-45ed-4b18-a273-2b79f3bd0dac&title=ProektSpilnogoNakazuMinisterstvaEkonomikiUkrainiTaFonduDerzhavnogoMainaUkrainiproZatverdzhenniaMetodikiViznachenniaShkodiTaObsiaguZbitki v-ZavdanikhPidprimstvam-UstanovamTaOrganizatsiiamUsikhFormVlasnostiVnaslidokZnischenniaTaPoshkodzhenniaYikhMainaUZviazkuIzZbroinoiuAgresiiuRosiiskoiFederatsii-ATakozhUpuschenoiVigodiVidNemozhливostiChiPereshkodUProvadzhenniGospodarskoiDiialnosti)

[ATakozhUpuschenoiVigodiVidNemozhливostiChiPereshkodUProvadzhenniGospodarskoiDiialnosti](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=feb8ff4a-45ed-4b18-a273-2b79f3bd0dac&title=ProektSpilnogoNakazuMinisterstvaEkonomikiUkrainiTaFonduDerzhavnogoMainaUkrainiproZatverdzhenniaMetodikiViznachenniaShkodiTaObsiaguZbitki v-ZavdanikhPidprimstvam-UstanovamTaOrganizatsiiamUsikhFormVlasnostiVnaslidokZnischenniaTaPoshkodzhenniaYikhMainaUZviazkuIzZbroinoiuAgresiiuRosiiskoiFederatsii-ATakozhUpuschenoiVigodiVidNemozhливostiChiPereshkodUProvadzhenniGospodarskoiDiialnosti) (дата звернення: 05.08.2022).

126. Kyrylenko, V.I., Tkachenko, O.V., Kotenok, A.G., Sarkisian, H.O., & Sitkovska, A.O. (2022). THE ROLE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE. *Scientific Bulletin of National Mining University*, 37(5). P. 185-190. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2022-5/185>.

127. Дацюк С.А. Онтологізація взаємодії культур. URL: <http://www.uis.kiev.ua/xyz/o.htm> (дата звернення: 15.09.2021).

128. *Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries. A review and assessment of current methodological approaches*. (2012). UNESCO Institute for Statistics. Retrieved September 20, 2021, from http://www.lacult.unesco.org/docc/2012_Measuring_economic_contribution_cult_industries_UNESCO.pdf.

129. Fleischer, R. (2017). If the Song has No Price, is it Still a Commodity? : Rethinking the Commodification of Digital Music. *Culture Unbound*, 9(2), 146–162. <https://doi.org/10.3384/cu.2000.1525.1792146>.

130. Potts, Jason & Cunningham, Stuart. (2008). Four Models of the Creative Industries. *International Journal of Cultural Policy*. Volume 120 (1). 163-180. 10.1080/10286630802281780.

131. Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1993, September 23). Performing Arts. In *The Economic Dilemma: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music, and Dance*. Gregg Revivals. <https://doi.org/10.1604/9780751201062>.

132. Економічна привабливість української культури. *Інститут економічних досліджень та політичних консультацій*. 2019. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_extended.pdf (дата звернення 27.08.2021).

133. De Vany, A. (2003). *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203489970>.

134. Potts, Jason & Cunningham, Stuart. (2008). Four Models of the Creative Industries. *International Journal of Cultural Policy*. Volume 120 (1). 163-180. 10.1080/10286630802281780.

135. Проскуріна М.О. Категорія «додана вартість» у дискурсі креативної економіки. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 6, С. 7-12. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.6.1> (дата звернення 17.09.2021).

136. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 р. № 265-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-p#Text> (дата звернення: 13.08.2022).

137. Каравай А. Культурний бізнес в Україні під час війни: він оживає чи виживає? *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/16/688223> (дата звернення: 12.08.2022).

138. Умови праці у сфері культури та креативних індустрій. *Аналітичний центр Cedos*. URL: https://cedos.org.ua/wp-content/uploads/doslidzhennia-umovy-pratsi-u-sferi-kultury-ta-kreatyvnykh-industrii_.pdf (дата звернення: 11.07.2022).

139. Пріоритетні напрями діяльності. *Український культурний фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/p/about> (дата звернення 13.09.2021).

140. Місія та завдання. *Український інститут*. URL: <https://ui.org.ua/mission> (дата звернення 13.09.2021).

141. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 13.09.2021).

142. Стан здійснення ДПП в Україні. *Міністерство економіки України*. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (дата звернення: 14.08.2022).

143. Актуальність розвитку державно-приватного партнерства у сфері культурної політики. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/socialna-politika/stvorenniya-derzhavnogo-muzeyu-suchasnogo-mistectva-v-ukraini> (дата звернення: 14.08.2022).

144. Культурна спадщина України. Міністерство культури України. URL: https://www.auc.org.ua/sites/default/files/kulturna_spadshchyna._orenda._pptx.pdf (дата звернення: 14.08.2022).

145. Організація Харчишина домовилась про тарифи щодо авторської винагороди з НАМом, Atlas Weekend та Zaxidfest. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/rinok/article/195839/2022-01-24-organizatsiya-kharchyshyna-domovylas-pro-taryfy-shchodo-avtorskoi-vynagorody-z-namom-atlas-weekend-ta-zaxidfest> (дата звернення: 12.08.2022).

146. Фінансування креативних індустрій. Аналітичний звіт. *Український культурний фонд*. 2020. URL: https://uaculture.org/wp-content/uploads/2020/12/7.finansuvannya-kreatyvnyh-industrij_r.pdf (Дата звернення 13.09.2021).

147. В умовах децентралізації одним із наших найважливіших завдань є перезавантаження сприйняття економічної привабливості культури на місцевому рівні. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/249822776> (дата звернення: 15.09.2021).

148. *Culture and Local Development: Background document*. (2018, December 6). OECD. Retrieved September 13, 2021, from <https://www.oecd.org/cfe/leed/venice-2018-conference-culture/documents/Culture-and-Local-Development-Venice.pdf>.

149. Фінансування креативних індустрій. Аналітичний звіт. *Український культурний фонд*. 2020. URL: https://uaculture.org/wp-content/uploads/2020/12/7.finansuvannya-kreatyvnyh-industrij_r.pdf. (Дата звернення 13.09.2021).

150. Кокотюха А. Як рятувати культуру в умовах війни? *Главком*. URL: <https://glavcom.ua/columns/kokotuxa/yak-ryatuvati-kulturu-v-umovah-viyni-847578.html> (дата звернення: 10.08.2022).

151. Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України: Закон України від 19.06.2022 р. № 2309-IX.

URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/1375427> (дата звернення: 11.08.2022).

152. Красовицький О. Непідписання закону про заборону російських книжок збільшує кількість контрафактних та піратських видань. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/201698/2022-08-08-nepidpysannya-zakonu-pro-zaboronu-rosiyskykh-knyzhok-zbilshuie-kilkist-kontrafaktnykh-ta-piratskykh-vydan-krasovytskyu> (дата звернення: 11.08.2022).

153. Індекс споживчих цін. Макроекономічні показники. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators> (дата звернення: 10.08.2022).

154. Чому в Україні не вистачає паперу для книжок. *Цензор.нет. Бізнес цензор*. URL: <https://biz.censor.net/r3316342> (дата звернення: 12.08.2022).

155. Лист Прем'єр-міністрів стосовно зняття ввізного ПДВ на друкарський папір від 27.07.22. *Українська Асоціація Видавців та Книготорговців*. URL: <http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/item/446-lyst-premierministrovi-270722> (дата звернення: 12.08.2022).

156. Аналітичне дослідження підходів до фінансування культури на місцевому рівні в Україні та закордоном. *PPV Knowledge Networks на замовлення Інституту стратегії культури*. 2018. URL: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Studies_of_Financing_of_Culture_at_the_Local_Level_in_Ukraine_and_Abroad_PPV_2019_UA.pdf (дата звернення: 13.09.2021).

157. Громадський бюджет міста Києва. 2020. URL: <https://gb.kyivcity.gov.ua/projects/archive/11> (дата звернення: 22.09.2021).

158. Деякі аспекти культурних практик і культурної інфраструктури України. *Київський міжнародний інститут соціології*. 2019. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=834&page=1&t=13> (Дата звернення 10.09.2021).

159. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. *Інститут економічних досліджень та політичних консультацій*. 2019. 112 с.

URL:http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf (дата звернення 12.09.2021).

160. Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегія реформ: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1.02. 016 р. № 119-р: станом на 17 травня. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80#Text> (дата звернення: 17.05.2023).

161. Культурне відродження та соціальна трансформація України. Роль культури та мистецтва у зміцненні стійкості постмайданної України. *Chatham House*. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/2020-11/2020-11-16-cultural-policy-and-social-transformation-in-Ukraine-pesenti-ukr.pdf> (дата звернення: 17.05.2023).

162. Стратегія інформаційної безпеки: Указ Президента України від 28.12.2021 р. № 685/2021: станом на 17 травня. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#n14> (дата звернення: 17.05.2023).

163. Культурна політика України: національна модель у європейському контекст. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2012. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2013-02/Kultura_Zdioruk-beb1d.pdf (дата звернення 17.08.2022).

164. Poeysel, M. (2018). *Media, Society, Culture and You*. Rebus Community. Retrieved December 13, 2021, from <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/630>.

165. Adorno, T.W., & Rabinbach, A.G. (1975). Culture Industry Reconsidered. *New German Critique*, 6, 12–19. <https://doi.org/10.2307/487650>.

166. Активісти започаткували ініціативу «Бойкот російського кіно». *Детектор медіа*. URL: <https://ms.detector.media/telebachennya/post/11228/2014-09-22-aktyvisty-zapochatkuvaly-initsiatyvu-boykot-rosiyskogo-kino/> (дата звернення: 19.08.2022).

167. Український телефір: цифри і тенденції. *Український кризовий медіа-центр Uchoose.info*. URL: <https://uchoose.info/ukrayinskyj-teleefir-tsyfry-i-tendentsiyi/> (дата звернення: 19.08.2022).

168. Культурний код чи застарілі стереотипи? Як позбутися шароварщини в українській музиці. *НВ – незалежний медіахолдинг*. 2020. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/shcho-take-sharovarshchina-i-yak-jiji-pozbutisya-suchasna-ukrajinska-muzika-50127852.html> (дата звернення: 20.08.2022).

169. *31 Maps Mocking National Stereotypes Around the World*. (2012). Bored Panda. Retrieved May 27, 2022, from <https://www.boredpanda.com/mapping-stereotypes>.

170. Уокер В. Нації більше не визначаються тільки своїми географічними та політичними кордонами. Вони радше детермінуються власними цінностями, інтересами й переконаннями. *Український тиждень*. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/253785> (дата звернення: 18.08.2022).

171. Кокотюха А. Радянська класика незрозуміла нашим дітям. І це добре. *НВ. Новини України та світу*. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/shkoli-v-ukrajini-chi-vartodityam-chitati-bulgakova-ta-pushkina-novini-ukrajini-50264235.html> (дата звернення: 20.08.2022).

172. Starodubska, M. (2022, March 16). *National culture – a roadmap forward or an eternal trap: what the world is dealing with in this war with Russia*. TLFRD.com's Newsletter. Retrieved April 19, 2022, from <https://tlfrd.substack.com/p/national-culture-a-roadmap-forward>.

173. Dawkins, R. (1989). Memes: the new replicators. In *Chapter 11 of Dawkins, The Selfish Gene*. Oxford University Press. Retrieved December 11, 2021. <https://staff.washington.edu/lynnhank/Memes.pdf> <https://www.litcharts.com/lit/the-selfish-gene/chapter-11-memes-the-new-replicators>.

174. Shiller, R. (2020, April 28). *Narrative Economics: How Stories Go Viral*. Yale Insights, Yale School of Management. Retrieved December 15, 2021, from <https://insights.som.yale.edu/insights/narrative-economics-how-stories-go-viral>.

175. *Narrative Economics. Stories can drive the economy by influencing our decisions about how and where to invest*. (2019, October). PIMCO. Retrieved August 18, 2022, from <https://europe.pimco.com/en-eu/resources/education/narrative-economics>.

176. Золотухін Д. Український стратегічний наратив: «матчастина». *Укрінформ. Актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2620105-ukrainskij-strategicnij-narativ-matcastina.html> (дата звернення: 16.12.2021).

177. Валевський О. Функції культури у формуванні суспільної консолідації України. Національний інститут стратегічних досліджень. Аналітична записка. Серія «Гуманітарний розвиток». 2019. № 1. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-07/ANALIT%20VALEVSKY%20HUMANE%20DEVELOPMENT%201%202019%201.pdf> (дата звернення: 16.12.2021).

178. Кириленко В.І., Федоренко Т.О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів. *Стратегія економічного розвитку України*. 2021. № 48. С 56-67. <https://doi.org/10.33111/sedu.2021.48.056.067>.

179. Федоренко Т.О. Основні показники економічної діяльності культурних та креативних індустрій в Україні. *Вчені записки*. 2021. № 25(4). С. 30–41. DOI 10.33111/vz_kneu.25.21.04.03.019.025.

180. Fedorenko T. Post-Materialism as a Cultural Evolution of Economic Needs. *International Scientific Conference. Information potential of socioeconomic development of the state and regions: Conference Proceedings, April 20, 2020*. Gromadka, Poland: GOKiB. P.25-27. ISBN: 978-837-5568-16-6. DOI: 10.5281/zenodo.3776379.

181. Федоренко Т.О., Федоренко Р.М. Нові технології у креативній економіці: комерціалізація vs суспільне благо. *Реформування економіки в контексті міжнародного співробітництва: механізми та стратегії*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 24 лист. 2018 р.). / ГО «Львівська економічна фундація». Львів: ЛЕФ, 2018. С. 134-136.

182. Kolot, Anatoliy & Herasymenko, Oksana. (2019). Trust as an institute in the mirror of new challenges, imperatives and possibilities of socio-economic development. *Social and labour relations: theory and practice*. 8. 8-26. 10.21511/slrrp.8(2).2018.02.

183. Geels, F. W. (2004, September). From sectoral systems of innovation to socio-technical systems. *Research Policy*, 33(6–7), 897–920. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2004.01.015>.

184. Greif, A., & Mokyr, J. (2016, November 22). Cognitive rules, institutions, and economic growth: Douglass North and beyond. *Journal of Institutional Economics*, 13(1), 25–52. <https://doi.org/10.1017/s1744137416000370>.

185. Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. (eds.). 2020. *World Values Survey: Round Seven – Country-Pooled Datafile*. JD Systems Institute & WVSA Secretariat. Retrieved December 15, 2021, from doi:10.14281/18241.13.

186. Wessa P., (2016), Bivariate Granger Causality (v1.0.4) in Free Statistics Software (v1.2.1), Office for Research Development and Education. Retrieved October 13, 2022, from http://www.wessa.net/rwasp_grangercausality.wasp.

187. “Structure and Change in Economic History: The Ideas of Douglass North.” *CEPR*, 27 Nov. 2015, cepr.org/voxeu/columns/structure-and-change-economic-history-ideas-douglass-north.

188 *The Free Rider Problem (Stanford Encyclopedia of Philosophy)*. 13 Oct. 2020, plato.stanford.edu/entries/free-rider.

189 Greif, A. (1994). Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies. *Journal of Political Economy*, 102, 912-950. <https://doi.org/10.1086/261959>

190. “The Worldwide Governance Indicators.” *World Bank*, info.worldbank.org/governance/wgi.

191. *Country Classification. World Bank Country and Lending Groups Data*. (n.d.). World Bank. Retrieved February 11, 2022, from <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>.

192. Підтвердження оцінки про 8 мільйонів біженців з України немає – директорка Інституту демографії. *Суспільне новини*. 24.02.2023. URL:

<https://suspilne.media/396044-pidtverdzena-ocinki-pro-8-miljoniv-bizenciv-z-ukraini-nemae-direktorka-institutu-demografii/> (дата звернення: 20.04.2023).

193. Соціальні тренди 2023: як війна перетворила українців на більш свідому націю. *Дослідницька компанія Gradus Research*. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/gradus-report-social-trends-2023-ua/> (дата звернення: 04.07.2023).

194. Градус українського суспільства під час війни / восьма хвиля. *Дослідницька компанія Gradus Research*. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/wartime-survey-ukrainian-society-eighth-wave/> (дата звернення: 04.07.2023).

195. Kyrylenko, V.; Halaburda, M.; Fedorenko, T.; Lisniak, I. Economics and Morality Conflicts in the Public Goods Using. *Economics. Ecology. Socium* 2023, 7, 26-34.

196. Fedorenko, Tetiana. THE INFLUENCE OF ETHICAL VALUES ON SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: REGRESSION ANALYSIS. *Věda a Perspektivy*, no. 2 (9), 2022, pp. 41–49.

197. Fedorenko, Tetiana, and Volodymyr Kyrylenko. THE INFLUENCE OF VALUES ON SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT. *Three Seas Economic Journal*. 2.4 (2021): 71-75.

ДОДАТОК А

Економічні цінності, Світове дослідження цінностей

Таблиця А.1

Анкета економічних цінностей

Номер	Питання	Ранжування відповідей
Q106	Доходи мають бути рівнішими. Мають бути більші стимули для винагороди індивідуальних зусиль.	1-10
Q107	Слід збільшити приватну власність на бізнес і промисловість. Слід збільшити державну власність на бізнес і промисловість.	1-10
Q108	Уряд має взяти на себе більше відповідальності, щоб гарантувати, що всі будуть забезпечені. Люди повинні взяти на себе більше відповідальності, щоб забезпечити себе.	1-10
Q109	Конкуренція – це добре. Конкуренція – це шкідливо.	1-10
Q110	У довгостроковій перспективі наполеглива праця зазвичай приносить краще життя. Наполеглива праця зазвичай не приносить успіху, багато чого залежить від удачі і зв'язків.	1-10
Q111	Захист навколишнього середовища має бути пріоритетним, навіть якщо це спричиняє уповільнення економічного зростання та часткову втрату робочих місць. Економічне зростання та створення робочих місць мають бути головним пріоритетом, навіть якщо певною мірою страждає навколишнє середовище.	1-2

Джерело: Анкета – опитування, 7-ма хвиля, Світове дослідження цінностей, 2017-2021 роки.

Таблиця А.2

Середнє значення економічних цінностей

Країна	Слід збільшити приватну / державну власність на бізнес і промисловість	Конкуренція – це добре / шкідливо	Захист навколишнього середовища / Економічне зростання
Австрія	4,87	3,56	1,66
Азербайджан	5,84	4,33	1,54
Албанія	5,50	2,45	1,54
Андорра	5,06	3,14	1,81
Білорусь	4,71	3,44	1,48
Болгарія	6,04	3,25	1,58
Боснія і Герцеговина	6,88	3,71	1,38
Вірменія	5,88	3,37	1,44
Греція	4,70	4,18	1,59
Грузія	5,58	3,41	1,72
Данія	4,45	3,45	1,73
Естонія	4,91	3,08	1,71
Ісландія	5,28	2,95	1,76
Іспанія	6,13	4,29	1,65
Італія	5,21	4,22	1,67
Казахстан	5,78	4,63	1,51
Кіпр	4,74	3,61	1,58
Литва	5,14	4,01	1,35
Нідерланди	5,38	4,94	1,63
Німеччина	5,28	3,44	1,71
Норвегія	5,09	3,50	1,69
Північна Македонія	6,05	3,60	1,55
Польща	5,97	3,67	1,45
Португалія	4,95	4,11	1,73
Російська Федерація	6,30	4,28	1,52
Румунія	5,70	2,97	1,45
Словаччина	5,42	3,70	1,67
Словенія	4,74	4,15	1,68
Угорщина	4,96	3,62	1,68
Україна	6,38	4,41	1,56
Фінляндія	5,10	4,02	1,72
Франція	5,01	4,56	1,60
Хорватія	5,66	3,29	1,59
Чеська Республіка	4,98	3,10	1,61
Швейцарія	4,80	3,95	1,76
Швеція	4,83	3,27	1,89

Джерело: Q107, Q109, Q111, 7-ма хвиля, Дослідження світових цінностей, 2017 -2021 роки.

ДОДАТОК Б

Таблиця Б

Соціально-економічні показники країн

Країна	Релігія	ВВП на душу населення (2016-2020)
Австрія	католицизм	48 453
Азербайджан	іслам	4 358
Албанія	іслам	4 902
Андорра	католицизм	39 782
Білорусь	православ'я	6 073
Болгарія	православ'я	9 023
Боснія і Герцеговина	православ'я	5 723
Вірменія	православ'я	4 123
Греція	православ'я	18 608
Грузія	православ'я	4 424
Данія	протестантизм	58 999
Естонія	католицизм	21 807
Ісландія	протестантизм	67 298
Іспанія	католицизм	28 320
Італія	католицизм	32 624
Казахстан	іслам	9 129
Кіпр	православ'я	27 010
Литва	католицизм	18 112
Нідерланди	протестантизм	50 436
Німеччина	протестантизм	45 306
Норвегія	протестантизм	74 269
Північна Македонія	православ'я	5 713
Польща	католицизм	14 626
Португалія	католицизм	22 138
Російська Федерація	православ'я	10 467
Румунія	православ'я	11 708
Словаччина	католицизм	18 362
Словенія	католицизм	24 468
Угорщина	католицизм	15 348
Україна	православ'я	3 063
Фінляндія	протестантизм	47 570
Франція	католицизм	39 251
Хорватія	католицизм	13 920
Чеська Республіка	католицизм	21 777
Швейцарія	протестантизм	84 951
Швеція	протестантизм	52 792

Джерело: дані Світового банку та Світового дослідження цінностей.

ДОДАТОК В

Етичні цінності, Світове дослідження цінностей

Анкета етичних цінностей

Таблиця В.1

Номер	Питання	Ранжування відповідей
Q177	Очікування державних пільг <i>Чи вважаєте ви справедливим вимагання державних пільг, на які ви не маєте права?</i>	1-10
Q178	Готовність платити за користування суспільними благами <i>Чи вважаєте ви справедливим ухилення від оплати за проїзд у громадському транспорті?</i>	1-10
Q180	Розуміння необхідності сплати податків <i>Чи вважаєте ви справедливим обманювати на податках, якщо у вас є можливість?</i>	1-10
Q181	Прагнення чесно виконувати службові обов'язки без хабарництва <i>Чи вважаєте ви справедливим, коли хтось бере хабар під час виконання своїх обов'язків?</i>	1-10

Джерело: Анкета – опитування, 7-ма хвиля, Світове дослідження цінностей, 2017-2021 роки.

ДОДАТОК Г

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

У наукових фахових виданнях України:

1. Федоренко Т.О. Культурний та креативний імперативи економічного зростання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2022. № 50. С 19-31. (0,5 д.а.).
2. Федоренко Т.О. Основні показники економічної діяльності культурних та креативних індустрій в Україні. *Вчені записки*. 2021. № 25(4). С. 30–41. (0,5 д.а.).
3. Кириленко В.І., Федоренко Т.О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів. *Стратегія економічного розвитку України*. 2021. № 48. С 56-67. (0,5 д.а., особисто автору – 0,4 д.а.: проаналізовано економічний та неекономічний вплив сектору культурних індустрій на соціально-економічну систему).
4. Кириленко В.І., Федоренко Т.О. Підходи до розуміння культури як детермінанти економічної діяльності. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 43. С. 5–16. (0,5 д.а., особисто автору – 0,4 д.а.: проведено порівняльний аналіз підходів до розуміння поняття «культура»).

У наукових виданнях, які входять до міжнародних наукометричних баз (Web of Science):

5. Kyrylenko, V.; Halaburda, M.; Fedorenko, T.; Lisniak, I. Economics and Morality Conflicts in the Public Goods Using. *Economics. Ecology. Socium* **2023**, 7, 26-34. (0,5 д.а., особисто автору – 0,3 д.а.: проведено регресійний аналіз щільності зв'язку між економічними та моральними факторами у процесі використання суспільних благ).

У періодичних наукових виданнях іноземних держав

(які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу):

6. Fedorenko, Tetiana. «THE INFLUENCE OF ETHICAL VALUES ON SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: REGRESSION ANALYSIS.» *Věda a Perspektivy*, no. 2 (9), 2022, pp. 41–49. (0,5 д.а.).

7. Fedorenko, Tetiana, and Volodymyr Kyrylenko. "THE INFLUENCE OF VALUES ON SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT." *Three Seas Economic Journal*. 2.4 (2021): 71-75. (0,4 д.а., особисто автору – 0,3 д.а.: визначено взаємозалежність цінностей суспільства та його економічного розвитку).

В інших виданнях:

8. Федоренко Т.О. Інструменти для кількісного аналізу національних культур. *Корпоративне управління: стратегії, процеси, технології*: зб. матеріалів міжнар. наук. конф. (Ляйпциг, Німеччина, 22-23 жовт. 2021 р.). Ляйпциг, Німеччина, 2021. Р.32-34. (0,1 д.а.), (форма участі: заочна).

9. Fedorenko T. Post-Materialism as a Cultural Evolution of Economic Needs. *International Scientific Conference. Information potential of socioeconomic development of the state and regions*: Conference Proceedings, April 20, 2020. Gromadka, Poland: GOKiB. P.25-27. ISBN: 978-837-5568-16-6. DOI: 10.5281/zenodo.3776379. (0,1 д.а.), (форма участі: заочна).

10. Fedorenko T. Values and technology innovations challenges. *International Security In The Frame of Modern Global Challenges*. 2019. Collection of research papers. – Lithuania. Vilnius: MRU, 2019. P.35-39. (0,1 д.а.), (форма участі: заочна).

11. Федоренко Т.О. Цінності в моделі постіндустріального суспільства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19 квіт. 2019 р.). Київ, 2019. С. 296-299. (0,1 д.а.), (форма участі: очна).

12. Федоренко Т.О., Федоренко Р.М. Нові технології у креативній економіці: комерціалізація vs суспільне благо. *Реформування економіки в*

контексті міжнародного співробітництва: механізми та стратегії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 24 лист. 2018 р.). Львів, 2018. С. 134-136. (0,1 д.а., особисто автору – 0,05 д.а.: застосування ідеї розумного міста та віртуальної реальності у розвитку креативних індустрій), (форма участі: заочна).

«ЗАТВЕРДЖУЮ»:

Проректор з науково-педагогічної
роботи Київського національного
економічного університету імені
Вадима Гетьмана



Анатолій КОЛОТ

30.

2023 року

«ЗАТВЕРДЖУЮ»:

Проректор з наукової роботи
Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана



Лариса АНТОНЮК

30.

08

2023 року

ДОВІДКА

про використання у навчальному процесі результатів дисертації
Федоренко Тетяни Олександрівни
на тему: «Культура як фактор економічного зростання в умовах
нестабільної держави»

Результати дисертаційного дослідження «Культура як фактор економічного зростання в умовах нестабільної держави» здобувача наукового ступеня доктора філософії Федоренко Тетяни Олександрівни мають методологічну цінність для аналізу факторів економічного зростання на різних етапах соціально-економічного розвитку країн. Окремі положення та результати дисертації використовуються при підготовці монографій, методичних матеріалів кафедри та викладанні навчальних дисциплін «Історія економіки та економічної думки», «Міждисциплінарні методи економічних досліджень», зокрема в частині культурних цінностей, які впливають на економічну поведінку суб'єктів, характер ведення бізнесу та прийняття державних управлінських рішень.

Завідувач кафедри економічної теорії
Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана,
д.е.н., професор

Володимир КИРИЛЕНКО



**НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

вул. Пирогова, 7-а, м. Київ, 01054, Україна
тел. (044) 234-50-07, факс (044) 234-41-03

**NATIONAL INSTITUTE
FOR STRATEGIC STUDIES**

7 A Pyrohova St., Kyiv 01054, Ukraine
tel. (044) 234-50-07, fax (044) 234-41-03

21.06.2013 № 293/493

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Федоренко Тетяни Олександрівни

Наукові результати дисертаційного дослідження Федоренко Тетяни Олександрівни на тему: «Культура як фактор економічного зростання в умовах нестабільної держави» мають методологічну цінність для формування економічної та соціокультурної політики в Україні. Окремі положення використовуються Інститутом при підготовці аналітичних та рекомендаційних матеріалів, зокрема в частині формування економічних наративів як підґрунтя для цінностей, які сприяють економічному зростанню.

Директор Інституту



О.БОГОМОЛОВ