

М. В. Матецкая

ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ И ВЕКТОР ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ РЕФОРМ

В последние годы в сфере культуры нашей страны происходят радикальные институциональные и ценностные изменения. Наряду с трансформацией государственного сектора культуры формируются рыночные институты (частные издательства, галереи, аукционы, новая система организации кинопроизводства и кинопроката, театральная антреприза и т. д.). Возникли новые сектора экономики, имеющие непосредственное отношение к сфере культуры, в числе которых художественный рынок, рынок антиквариата, дизайн и целый ряд коммерчески успешных проектов, называемых «культурными индустриями». Сформировалась новая система критериев успеха деятельности организаций сферы культуры. Изменилась и система ценностей, транслируемая с помощью культуры, средств массовой информации и системы образования. Для анализа всех этих преобразований в данной статье нами используется широкое понимание сферы культуры как системы организаций и лиц, осуществляющих деятельность по созданию, сохранению, распространению благ, удовлетворяющих потребности людей в эстетических переживаниях, приобщении к историческим, художественным и моральным ценностям, развлечении и информации¹.

Общее направление реформ в сфере культуры, обозначенное в документах Российского Правительства², сводится к следующему: модернизация организационно-хозяйственного механизма, совершенствование законодательной базы, широкое общественное участие в социально-культурной деятельности, создание условий для эффективного функционирования коммерческого и некоммерческого секторов, сохранение качества предоставляемых благ. В целях оптимизации сети государственных учреждений и разнообразия их организационно-хозяйственных форм предложены проекты законов о преобразовании бюджетных учреждений в автономные учреждения и государственные (муниципальные) автономные некоммерческие организации³. Новые организационно-правовые механизмы предусматривают более гибкие формы бюджетного финансирования по ре-

Марина Владимировна МАТЕЦКАЯ — аспирантка кафедры экономической теории СПбГУ. Окончила экономический факультет СПбГУ в 2003 г. Автор 7 научных публикаций. Сфера научных интересов — проблемы функционирования и регулирования социально-культурного сектора, менеджмент организаций сферы культуры.

зультату, измененные режимы управления имуществом, более свободный режим экономической деятельности⁴.

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

Отмечая значимость институциональных аспектов, обратим, однако, внимание на то, что в сфере культуры, как и в других областях экономики общественного сектора⁵, традиционно применялись подходы, развиваемые в экономической теории благосостояния. Результатом применения данных методов экономического анализа стали следующие основные положения и выводы, имеющие безусловное значение для оценки возможных сценариев реформирования сферы культуры в нашей стране.

1. Многие культурные блага обладают свойствами неисключаемости и неконкурентности в потреблении, следовательно, относятся к общественным благам или благам, обладающим некоторыми характеристиками общественных⁶. В силу наличия ситуации «безбилетника» среди потребителей культурных благ, рыночные механизмы эффективного распределения ресурсов в сфере культуры должны дополняться другими институциональными механизмами. Производство общественных благ требует участия в их финансировании либо государства, либо других лиц, имеющих интересы, не тождественные интересам потребителей этих благ, например, спонсоров и меценатов.

2. Культурная деятельность сопровождается значительными позитивными эффектами для лиц, не являющихся непосредственными их потребителями. Среди положительных внешних эффектов культурной деятельности в литературе выделяют так называемые социально значимые внешние эффекты⁷, связанные с сохранением исторической памяти общества, с распространением и освоением людьми ценностей, норм поведения, способствующих социальному согласию, стабильности сложившегося социального порядка и развитию общества. Поскольку средства, получаемые от продажи культурных благ непосредственным потребителям, недостаточны для покрытия совокупных затрат по созданию этих благ, то многие виды культурной деятельности, имеющие положительные внешние эффекты, требуют дополнительного участия со стороны государства и общества⁸.

3. Наряду с ценностями непосредственного использования (эстетическое наслаждение, получение знаний, развлечение, самовыражение) культурные блага обладают ценностями, не связанными с текущим потреблением. Люди, которые в настоящий момент не потребляют культурные блага, ценят возможность их потребления в будущем (ценность отложенной альтернативы) и доступность культурных благ для своих детей и будущих поколений (ценность наследования). Однако ценности культурных благ, не связанные с их потреблением, явно не выражаются в ценах и не оплачиваются на рынке, поэтому без государственной поддержки объем производства культурных благ будет меньше оптимального⁹.

Выходящими за рамки неоклассического экономического анализа (как и анализа с позиции экономики благосостояния) являются такие свойства культурных благ, как неполнота информации об их качестве и неинформативность цен о свойствах культурных благ. Большинство культурных благ относится к благам, оцениваемым опытным путем¹⁰, в отличие от благ, качество которых можно определить до момента потребления, ориентируясь на рыночные цены. Как правило, производитель более осведомлен о свойствах культурного блага по сравнению с потребителями, что ведет к проблеме асимметричности

ти распределения информации о свойствах и качестве культурных благ¹¹. Сложность ситуации заключается не только в существовании высоких издержек по измерению качества культурного продукта и издержек, связанных с оппортунистическим поведением производителей, как в других секторах с аналогичными проблемами. Особенность потребления культурных благ состоит в том, что этот процесс может быть охарактеризован как неповторяемый и несерийный¹². Функциональное назначение культуры и искусства заключается именно в том, чтобы давать потребителю каждый раз новые ощущения, знания, эмоции. Таким образом, в каждом новом акте потребления нельзя воспользоваться накопленным опытом и сформировавшимися критериями отбора.

Одним из следствий асимметрии информации является существование целого ряда посредников, выполняющих сигнальную функцию на рынке культурных благ¹³, представленных институтами критики, экспертизы, цензуры. Указанные участники рынка не могут гарантировать степень удовлетворения от потребления культурного блага, однако могут дать свою оценку качества продукта. В контексте данного анализа следует отметить, что одной из проблем российского сектора культуры является неразвитость рыночных институтов экспертизы и оценки, включающих не только художественную критику, но и различные премии, награды, звания и т. д. Чаще всего сегодня эти институты не выполняют роли независимых экспертов, а действуют на стороне производителей, дополняя традиционные методы рекламы¹⁴.

В содержательном аспекте культурные блага отражают информацию и знания, которые генерируются в таких сферах, как религия, наука, искусство, быт и поведение¹⁵. В любом культурном благе можно условно выделить материальную (вещественную, воплощенную) и идеальную формы (символ, смысл, художественную, эстетическую, нравственную ценность). С учетом наличия у культурных благ символической ценности¹⁶ всем им присущи такие свойства информации, как неисчерпаемость и неконкурентность в потреблении. Поэтому экономические отношения в сфере культуры — это не только отношения по поводу производства, потребления, обмена материальных объектов, но и отношения, объектом которых служат символы, знаки, смыслы¹⁷. Культурное благо, рассмотренное как символическое, а не как экономическое «богатство», существует как таковое только для человека, который может, используя «художественный код»¹⁸, расшифровать его эстетическую, историческую, символическую ценность. В свою очередь, цена культурного блага становится эквивалентом значений и абсолютных ценностей, к которым отсылает данное культурное благо.

Сам по себе творческий продукт предполагает неограниченный доступ к нему потребителей. Расходуется лишь мотив к потреблению, который приобретает самостоятельную ценность¹⁹. Тем самым ограниченными ресурсами в сфере культуры становятся время и внимание потребителя. В свою очередь, мотив к потреблению зависит от внушения, наличия потребности (воспитания культурного вкуса), доступности информации о качестве товара, существующей системы индивидуальных оценок, социальных факторов.

Поскольку для многих культурных благ характерна возрастающая предельная полезность от дополнительной единицы продукта, степень удовлетворенности от потребления культурных благ зависит от наличия у потребителей определенного уровня знаний, культурного опыта. Следствием такой зависимости может стать (что нередко и наблюдается в России) преобладание на рынке благ, не требующих высокого уровня подготовки, легких для восприятия, ориентированных на массового потребителя. Вопрос о том, насколько потребители недооценивают качество и полезность культурных благ, остается дискуссионным, например, в случае «высокой» культуры²⁰. Поэтому основными направлениями

государственной политики здесь должны стать также меры, направленные на формирование культурных потребностей, поддержание общественного интереса к культуре, с целью восполнения недостающего спроса на культурные блага высокого качества.

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

К числу современных проблем, исследуемых в рамках неинституционального анализа (который, однако, не противостоит неоклассическому подходу), относятся вопросы организации рынков в сфере культуры, влияния структуры издержек и специфики контрактных отношений на выбор формы экономической организации в сфере производства культурных благ, специфики некоммерческой организации²¹. Основные выводы, касающиеся факторов, влияющих на эффективность рыночных механизмов в сфере культуры, следующие.

1. Для рынков предложения многих культурных благ характерна несовершенная конкуренция, конкретно — доминирование монополий, что обусловлено рядом причин. Во-первых, издержки производства некоторых сложных (дифференцированных) культурных благ очень велики (например, театральная деятельность, создание фильмов, выпуск аудиопродукции, реставрация памятников). Поэтому необходимый объем их выпуска может быть эффективно обеспечен в условиях крупных монополизированных компаний, имеющих возможность экономить на масштабе производства²². Суть экономии от масштаба, как известно, состоит в том, что средние издержки производства единицы продукции уменьшаются по мере увеличения выпуска данного продукта. При этом для повышения прибыльности монополии сокращают ассортимент предоставляемых благ, повышая цены на них. Вследствие указанных причин стратегией многих фирм на рынке культурных благ становится сокращение выпуска дифференцированных товаров и увеличение выпуска однородных товаров и услуг²³.

Задачей государства в этом случае является уменьшение негативных последствий несовершенства рынка путем стимулирования дополнительного объема предложения, поддержки небольших фирм и некоммерческих организаций. Применение инструментов косвенного участия государства в сфере культуры довольно распространено в западных странах (перекрестное и доленое субсидирование, так называемые маркированные налоги, государственные гранты)²⁴. Что касается России, то здесь диверсификация инструментов косвенного регулирования социально-культурной сферы остается одной из острых и нерешенных проблем. Несмотря на цели сокращения прямого государственного участия в сфере культуры и модернизацию институциональной структуры, возможности частных некоммерческих и коммерческих организаций по доступу к общественным ресурсам остаются незначительными²⁵.

2. Поскольку для многих сфер культурной деятельности человеческий труд, причем творческий, является основным фактором производства, проблема повышения его производительности является ключевой. Повышение производительности труда в культурном секторе идет меньшими темпами, чем в среднем в экономике²⁶, так как возможности

использования новых технологий и других ресурсов в производстве весьма ограничены. В долгосрочной перспективе сферы производства с основной долей человеческого труда, стоимость которого повышается, могут быть безубыточными только при финансовой поддержке за счет государственных и общественных средств.

3. Институт некоммерческой организации (НКО), на наш взгляд, обладает рядом преимуществ в сфере культуры по сравнению с коммерческой организацией. В силу раскрытой выше специфики культурных благ, коммерческие организации здесь проигрывают по двум направлениям. Во-первых, ориентация менеджеров на получение прибыли провоцирует оппортунистическое поведение, вследствие чего потребитель получает товары худшего качества²⁷. В НКО, как правило, напротив, интересы менеджмента и потребителей совпадают, так как сами организации создаются ради целей, отличных от извлечения прибыли²⁸. Высокое качество производимых благ гарантирует соблюдение контрактов и увеличение числа потребителей. Нерегулярность процесса производства, а также сложность определения качества культурных услуг сокращают преимущества, вызванные повторяемостью процесса производства и репутации коммерчески ориентированных менеджеров из-за проблемы неполноты контракта.

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

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

Отметим, что все указанные механизмы наиболее реализованы в российском законодательстве относительно такой организационно-правовой формы, как автономная некоммерческая организация²⁹, и они практически отсутствуют в предлагаемых формах некоммерческих государственных организаций (АУ и ГАНО). Таким образом, реализация целей модернизации институциональных механизмов в социально-культурной сфере предполагает совершенствование существующих форм хозяйствования и разработку более обоснованных подходов к новым видам государственного участия.

¹ Существуют и иные трактовки понятия «культура» (см.: *Рубинштейн А. Г.* Экономика культуры. М., 2006; *Жидков В. С., Соколов К. Б.* Культурная политика России: теория и история. М., 2001).

² Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 гг.). Утверждена распоряжением Правительства РФ от 19 января 2006 г. №38-р; Принципы реструктуризации бюджетного сектора в Российской Федерации в 2003–2004 гг. и на период до 2006 г.

³ Проекты федеральных законов «Об автономных учреждениях» и «О государственных (муниципальных) автономных некоммерческих организациях».

⁴ *Абанкина Т. В.* Некоторые комментарии к грядущему реформированию бюджетного сектора в России // *Культура на границах*. Вып. 2. М., 2004.

⁵ *Пахомова Н. В.* Концепция иерархии имущественных прав на природные ресурсы // *Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 5. Экономика*. 2005. Вып. 2. С. 3–4.

⁶ *Якобсон Л. И.* Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. М., 2000. С. 22.

⁷ *Жидков В. С., Соколов К. Б.* Указ. соч.

⁸ *Frey B. S.* State support and Creativity in the Arts: some new considerations // *Journal of Cultural Economics*. 1999. N 23. P. 3–12.

⁹ *Пахомова Н. В., Рихтер К., Эндрес А.* Экологический менеджмент. СПб., 2003.

- ¹⁰ *Эггертсон Т.* Экономическое поведение и институты / Пер с англ. М., 2001. С. 214.
- ¹¹ *Akerlof G.* The Market of «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // *Quarterly Journal of Economics.* 1970. N 84. August. P. 488–500.
- ¹² *Долгин А. Б.* Прагматика культуры. М., 2002.
- ¹³ *Caves R. E.* Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce. Cambridge, 2000.
- ¹⁴ *Бикбов А.* Рынки культуры как рынки вкуса и признания // *Неприкосновенный запас.* 2004. № 1(33).
- ¹⁵ *Жидков В. С., Соколов К. Б.* Указ. соч.
- ¹⁶ *Throsby D.C.* Economics and Culture. Cambridge, 2001.
- ¹⁷ *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака / Пер. с фр. Д. Кралечкина. М., 2004.
- ¹⁸ *Шаптинская Е. Н., Кагарлицкая С. Я.* Пьер Бурдьё: художественный вкус и культурный капитал // *Массовая культура и массовое искусство: «За» и «против».* М., 2003. С. 431–453.
- ¹⁹ *Долгин А. Б.* Указ. соч.
- ²⁰ A handbook of cultural economics / Ed. by R. Towse Edward Elgar: Cheltenham, UK. Northampton, MA, USA. 2003. P. 389–398.
- ²¹ *Towse R.* The Monopolies and Mergers Commission's Investigation of the U.K. Music Market // *Journal of Cultural Economics.* 1997. N 21. P. 147–151.
- ²² *Франк Р. Х.* Микроэкономика и поведение. М., 2000.
- ²³ *Caves R. E.* Op. cit.
- ²⁴ *Van der Ploeg F.* The Making of Cultural Policy: A European Perspective. 2005. August.
- ²⁵ *Абанкина И. В., Абанкина Т. В., Осовецкая Н. Я.* Реструктуризация сетей и эффективность бюджетного сектора. М., 2006.
- ²⁶ *Baumol W.J., Bowen W. G.* Performing Arts: The Economic Dilemma. New York, 1966.
- ²⁷ *Caves R. E.* Op. cit.
- ²⁸ О некоммерческих организациях: Федеральный закон № 7-ФЗ от 12.01.1996.
- ²⁹ Там же.

Статья поступила в редакцию 28 июня 2006 г.