

## КУЛЬТУРА ЯК СФЕРА ВИРОБНИЦТВА В ГРУПІ СУСПІЛЬНИХ БЛАГ

**Олійник**

**Олександра Сергіївна**

кандидатка культурології,  
завідувачка відділу теорії  
та історії культури,  
Інститут культурології  
Національної академії  
мистецтв України,  
м. Київ  
[aleksandra.oley@gmail.com](mailto:aleksandra.oley@gmail.com)

**Oleksandra Oliinyk**

Ph.D. (Culturology),  
Head of the Department of Theory  
and History of culture,  
Institute for Cultural Research,  
National Academy of Arts of Ukraine,  
Kyiv  
[aleksandra.oley@gmail.com](mailto:aleksandra.oley@gmail.com)

*Анотація.* Розвідка в основі цієї статті присвячена розгляду аргументації на підтвердження гіпотези про належність культурного блага у сфері виробництва, розповсюдження та споживання культурних цінностей до групи суспільних благ. Дослідження сфокусовано довкола суперечностей між суспільним і приватним споживанням, приватним і національним виробництвом, матеріальним і нематеріальним благом, розв'язання яких і лежить в площині обґрунтування культурного блага в структурі суспільного блага. З цією метою проаналізовано сутність суспільного блага, основну його класифікацію, а також наведено основні теоретичні підходи до його обґрунтування і тлумачення суспільного блага, що покликано підкреслити спорідненість його властивостей до тих специфічних рис культурного виробництва, які складають основу його розрізнення з-поміж інших сфер господарювання, втім залишаючи його важливим компонентом національної економіки та привабливим інвестиційно сектором. Стаття є спробою додатково обґрунтувати належність сфери культурного виробництва до структури суспільного блага, відповідно до його специфічної ринкової природи, особливості взаємозалежності приватного споживання культури з колективним споживанням.

*Ключові слова:* суспільне благо, культурний вимір, міждисциплінарне дослідження, міждисциплінарність, культурологія, теорія культури, економіка культури, культурне виробництво.

*Постановка проблеми.* Дослідження культури часто має ретроспективний характер, і методика дослідження феноменів культури минулого, на перший погляд, дає більше інструментальної варіативності. Утім дослідження процесів культури, як правильно застерігала Рут Бенедикт в 1930-х, першою чергою, вимагає дослідження живої культури — знання про ставлення, уявлення і функції інститутів. Це знання, за зауваженням Рут Бенедикт (Benedict, 1934, p. 35), «не може бути посмертним розтином або реконструкцією». Однак саме рис реконструкції набуває власне й експліцитна культурна політика, що номіналізує інфраструктуру культури і мистецтв, не спираючись на

процеси культури.

Імовірність виникнення елементів суспільного блага в структурі культурної цінності продукту культурного виробництва оновлює перед суспільством і державою два питання відповідальності: по-перше, концепт суспільного блага розмиває фінансову відповідальність «учасників», по-друге, межі відповідальності держави та суспільства закладаються з конфлікту економічних інтересів, що шляхом державної культурної політики, суспільного впливу й благодійності прагнуть контролювати підприємців, що опосередковано чи прямо отримують додаткову вигоду від формування і збереження культури і мистецтва. Ефективність такого розподілу відповідальності залишається *актуальним питанням* в українській гуманітарній науці.

*Метою* статті є аргументація приналежності культурного блага до групи суспільних благ у розрізі особливостей виробництва та споживання культурних цінностей, що зосереджує матеріал статті довкола трьох аргументів на захист гіпотези, в основі якої лежать суперечності між суспільним і приватним споживанням та приватною і державною відповідальністю.

*Ступінь розробки теми.* Теоретичні й практичні особливості культури в структурі національного суспільного блага в українській економічній теорії останньої декади досліджує Маріанна Кічурчак, дисертаційне дослідження якої окремо розглядає суспільне благо сфери культури; іншим дослідником суспільного блага й зокрема культури в його структурі є І.-С. Коропецький, який зосереджується на ролі уряду в забезпеченні національних інтересів через гарантування публічних товарів. Теоретичні підходи визначення суспільного блага в економічній теорії доволі докладно викладено в статті Журавльової «Еволюція наукових поглядів на категорію «суспільні блага»» (2016). Елементи суспільного блага у формуванні культурної та економічної цінностей культурного продукту розглянуто в дослідженнях Д. Тросбі, Дж. Гейлбрунна та Ч. Грея, а також у підсумковому звіті IFACCA 2024 року «Culture as a Public Good: Navigating Its Role In Policy Debates» під загальною редакцією М. Морено Мухіки.

*Виклад основної частини.* Дослідження структури суспільного блага потребує звернення до деяких важливих загальних положень про структуру суспільного блага й належність до нього благ куль-

турних. До суспільного блага відносять різноманітні послуги, характеризовані невинятковістю їхнього споживання. В економічній теорії найчастіше структура суспільного блага включає послуги з освіти та медицини, інфраструктурні елементи (мости, маяки), гарантування безпеки.

Культуру (послуги й продукти, що безпосередньо є результатом культурного виробництва) в структурі суспільного блага окремо не означають, проте дослідники економіки культури звертаються до тези про те, що культурна цінність — домігантна цінність культурного продукту, яка впливає на економічну цінність — містить у собі на додачу до інших неекономічних компонентів і риси, властиві суспільному благу. Утім культура повинна вважатися частиною суспільного блага, адже відповідає критеріям до національної безпеки та забезпечує простір національної ідентичності (Коропецький, 1995, с. 54).

Підкреслимо, що суспільні блага в цій статті визначаються переважно в межах категоризації споживання: від приватного до колективного (спільного, суспільного, публічного) споживання. Суспільні блага є тією категорією благ, якою користуються всі члени суспільства, оскільки їх неможливо надати окремій особі чи виключити її з ланцюжка споживання. Визначаються такі блага обернено до характеристик приватних благ, тобто таких, що приносять користь лише тому власнику або суб'єкту господарювання, який їх набув для власного споживання. Приватні блага характеризуються тим, що є виключними об'єктами суперництва в споживанні, належать окремій особі або організації, що не дає іншим суб'єктам нею користуватися, їхня купівля не викликає зовнішніх ефектів (Радіонов, 2017, с. 25). Культурні ж блага, по-перше, викликають зовнішні ефекти (ринкові екстерналії), по-друге, у випадку приватного споживання здійснюють як опосередкований, так і прямий вплив на колективне споживання через формування світогляду, мережу розповсюдження і захисту елементів нематеріальної культурної спадщини, доступ до об'єктів матеріальної культурної спадщини та їхнього збереження, по-третє, мають невиняткові й неконкурентні елементи у формуванні майбутнього культурного споживання.

Керуючись дещо іншим підходом — співвідношення невинятковості та неконкурентності в певному продукті, суспільні блага умовно поділя-

ють на чисті суспільні блага (характеризуються неконкурентним колективним споживанням кожним окремим суб'єктом), на виняткові суспільні блага (неконкурентні блага, що характеризуються визначеною на них ціною і обмеженням доступу до споживання) та на обмежені суспільні блага (блага, які лише частково відповідають характеристикам суспільних благ та характеристикам благ приватних) (Радіонов, 2017, с. 25). Культурні блага, у складі яких є характерні ознаки суспільного блага, на думку Дж. Гейлбрунна і Ч. Грея, відповідають критеріям обмежених суспільних благ, однак за характером створюваних ринкових екстерналій співставні з винятковими суспільними благами.

Для теорії культури оперування категоріями суспільного блага є принциповим під час коригування методів подолання ринкових екстерналій, визначення ресурсу культури та впливу створеного блага на суспільні та економічні сфери. Це є головним не тільки для коригування культурної політики, але визначає потенційну інвестиційну привабливість культурного виробництва.

Теоретичне підґрунтя, підходи, визначення суспільного блага та його структури в науковому обігу закріплюються завдяки працям А. Пігу та Е. Ліндаля. А. Пігу в основу теорії суспільних благ ставить поняття екстерналій, що визначають добробут інших суб'єктів ринку. Екстерналії приводять до ринкового фіаско, усунення якого вимагає державного втручання через податки або субсидії, що врівноважуються співвідношенням приватних і соціальних (суспільних) витрат (Журавльова, 2016, с. 13–14). Е. Ліндаль натомість вказує на низку суспільних благ, які не дають змоги оцінювати вигоди. За його концепцією, суспільним благам властиві невинятковість та неподільність, а єдиним вирішенням проблеми виробництва суспільного блага є втручання держави, коли за допомогою податків, перерозподілу витрат забезпечується фінансування цього блага (Журавльова, 2016, с. 13). Серед низки інших обґрунтувань належності до суспільного блага виокремлено запропоноване К. Макдонеллом та С. Брю визначення суспільного товару, що, по суті, є синонімом до суспільного блага. Згідно з їхнім визначенням, до невинятковості додається дещо інший акцент — громадська, а не приватна користь від їхнього використання (Журавльова, 2016, с. 13). Власне ж теорія суспільного блага вперше була запропонована П. Самуельсоном в

есеї «The Pure Theory of Public Expenditures», 1954 (наступного року на основі есе вийшла однойменна стаття). П. Самуельсон дав класичне визначення суспільного блага як такого, витрати на виробництво та розповсюдження якого бере на себе держава, воно набуває властивості неконкурентності та невинятковості (Журавльова, 2016, с. 14). В есеї «The Pure Theory of Public Expenditures» автор використовує термін «блага колективного споживання» для визначення благ, якими всі користуються спільно в тому розумінні, що споживання кожного не стає на заваді жодним чином споживанню цього самого блага будь-якою іншою особою. Утім докладніше обґрунтував якості суспільного блага Р. Масгрейв у книзі «Public in Theory and Practice» 1973 року.

В економічній теорії поширеною є також теорія мериторних благ, яку прямо не асоціюють з культурним виробництвом, але мають споріднені характеристики з культурними благами. Теорія мериторних благ називає мериторними ті блага, цінність яких споживачам невідома, а попит приватної форми споживання за показниками нижчий від очікувань суспільства. Ця теоретична концепція зосереджується радше на обґрунтуванні форми державної підтримки, ніж на визначенні культури в структурі благ. Структурне ускладнення культурного простору (іншими словами, різноманітність) приводить до збільшення потреби в державному втручанні через прямі й опосередковані методи. Характерна риса невідповідності показників споживання до очікувань суспільства є, на нашу думку, співвідносною до невинятковості й неконкурентності впливу на майбутнє споживання, властивого культурному благові. Однак концепція мериторних благ адресована, першою чергою, гарантіям держави, у той час як визначення суспільних благ охоплює, зокрема, і специфіку доступу до культурних цінностей.

Розглянемо докладніше критерії неконкурентності та невинятковості як основні критерії суспільного блага. Ознака неконкурентності розкривається як така, що проявляється, коли продукт споживається кожним без ризику зниження його доступності іншим споживачам. Ознака невинятковості натомість є характеристикою, згідно з якою жоден споживач не може бути відчужений, тобто не може втратити доступ до споживання суспільного блага (Moreno Mujica, 2024, p. 7–8). Беззапе-

речно, культурні блага потрапляють у структуру блага суспільного в складі освіти, мови й ідентичності, проте важливо цей перелік визначити більш докладно. Культурні блага, що забезпечують культурні права, зокрема вільний доступ до культурних надбань, теж можна вважати суспільними благами.

Залишаються ще дві контрверсії, пов'язані з визначенням культурного блага в структурі суспільного: відповідальність гаранта й доступ до блага бенефіціарів. Це описується в економіці як дилема, точніше конфлікт між приватним благом і суспільним, зокрема, трагедія спільного (де суперечність до приватного інтересу й суспільного блага призводять до зниження умов для обох). Дилема, описана Ллойдом 1877 р., згодом допрацьована й розширена в економічній теорії Гаріеттом Гардіном у статті від 1968 року. Автор наводить спрощений приклад використання пасовищ і наслідків зловживань учасниками ринку. Утім, якщо екстраполювати «трагедію спільного» на культурний процес, то контекст виходить за межі суто економічної рівноваги. Як приклад, оперування пам'ятками: протиріччя між політикою збереження пам'яток та економічно привабливим туризмом; в авторських, інтелектуальних та культурних правах також наявне протиріччя між приватним і суспільним.

Якщо суспільне благо характеризується в економічній теорії тим, що порушує звичні ринкові рівноваги (викликає і створює ринкові екстерналії), зокрема через те, що часто продукти суспільного блага споживаються в тому числі й на безоплатній основі, засновуючись на тому, що обмеження доступу є неможливим (Mogeno Mujica, 2024, p. 8). Це одна з найбільш важливих і контрверсійних тез в економіці культури, яка досліджує насамперед доступність культури та наявні бар'єри: як доступ до аудиторії для культурного продукту, так і доступ аудиторії до культурного продукту. Розмиті межі між колективним і приватним споживанням залишає популярним переконання щодо переважання політичного визначення суспільного блага, проте спираючись на основне тлумачення суспільного блага, приналежність до нього покликає розв'язувати питання відповідальності, особливо коли мовиться про суспільне благо в частині культурних цінностей продукції між приватною формою власності та державним захистом. До цього питання звертаються, зокрема, дослідники Дж. Гейлбрунн, Ч. Грей, Д. Тросбі, серед українсь-

ких науковців — М. Кічурчак.

До розрізнення груп на суспільні й приватні блага та їхнього коректного аналізування звертається відомий австралійський теоретик економіки культури Девід Тросбі (Throsby, 2001, p. 23–26). Відповідно до його тлумачення, оцінювання колективного споживання публічних товарів і суспільних благ, що, вочевидь, є ускладненим через потребу в опрацюванні значних масивів даних і технік і ускладнений доступ до них, але головне оцінювання залежить від низки позаекономічних чи позакультурологічних, а також загальних геополітичних, суспільних, історичних процесів. Тому суспільне благо й публічні товари залишаються актуальними як для теорії культури, так і для ширшого суспільного знання.

У межах теорії цінностей і її застосування в економіці культури варто наголосити на декількох тезах: для оцінювання колективного споживання застосовується методика контингентної оцінки й подібні підходи (метод Дельфі, методи експертних оцінок), зорієнтовані визначити економічну цінність екстерналії чи публічних товарів суспільних благ.

Оцінюючи, якою могла би бути функція попиту, якщо фактичний попит міг бути виражений у звичній для економіки ринковій індикативності, розрахунки можна порівнювати між різними групами споживачів, щоб досягти узагальненого вимірювання «ціни попиту», що вже потім може бути порівняне з вартістю забезпечення різних градацій благ, щоб визначити чи буде співставним попит з пропозицією чи ні, чи здатна пропозиція гарантувати задоволення попиту, які дефі-профіцити ймовірні тощо (Throsby, 2001, p. 23–26).

В українській економічній науці увагу на класифікацію і місце в ній сфери культури звертає Маріанна Кічурчак, дисертаційне дослідження якої розкриває методологію та процеси відтворення суспільних благ сфери культури у вітчизняній економіці через аналіз ефективності бюджетного фінансування відтворення суспільних благ сфери культури та оцінку просторової диференціації надання і споживання суспільних благ сфери культури в національній економічній системі (Кічурчак, 2017, с. 311).

Дослідниця називає штучність культури (належність до сфери людського виробництва, а не результат природного середовища) головним мо-

ТИВОМ

«досліджувати феномен відтворення суспільного блага сфери культури <...> як суспільну цінність для безпосередніх споживачів і тих, хто не виявляє прямої зацікавленості в цьому, що призводить до виникнення екстерналії, зумовленої підвищенням культурного рівня населення і поліпшенням якості соціального середовища, або навпаки» (Кічурчак, 2017, с. 311).

З цього ж авторка висновує те, що

«основи відтворення суспільного блага у сфері культури ґрунтуються на таких засадах: індивіди як члени громади можуть підтримувати (голосувати за) забезпечення певних благ, таких як національні пам'ятки, мистецтво чи освіта; послуги закладів мистецтва демонструють свою приналежність до змішаних благ, які мають одночасно індивідуальну й соціальну корисність; культурні блага належать до квазі-суспільних через несуперництво в споживанні й непривласненість; бібліотечні блага є особливим видом суспільного блага, радше квазі-суспільним» (Кічурчак, 2017, с. 311).

Очевидне зауваження, застосоване як у дисертаційному дослідженні Кічурчак (2017), так і в підсумковому звіті дискусії *Mondiacult 2023*, стосується визначення і тлумачення «культури». Залежно від того, чи культура розглядається як мистецтво, культурні практики або конгломерація вірувань, норм, естетики та традицій спільноти визначається і структура суспільного блага в економічних або соціальних вимірах (Moreno Mujica, 2024, p.12). У вимірі культурологічному є підстави розглядати культуру як різноманітні секторальні культурні виробництва, кожне з яких формує базові культурні досвіди певної спільноти, тому важливо в структурі культурного блага означити складову «неконкурентного невинятого приватного споживання» та колективного споживання. У цьому контексті, закріплюючи за культурою поєднання виміру існування та секторальної інфраструктури, фіксується і контекст дуальності: культура як символічний вимір (і нетипово емпіричний) та практичний вимір (включаючи й розуміння культури як робочої сили) (Moreno Mujica, 2024, p. 13). Досить оптимістичним є висновок про те, що в контексті суспільного блага символічний та пра-

ктичний виміри не містять протиріч, натомість збагачують і деталізують можливості артикулювання культурної цінності (Moreno Mujica, 2024, p. 13).

Вищезгаданий дослідник економіки культури Девід Тросбі пропонує спрощений алгоритм пояснення присутності ознак суспільного блага в культурному виробництві на прикладі художнього музею. Він вирізняє те, що має бути гарантоване художнім музеєм, тобто перелік критеріїв, що можна вважати основними пунктами оцінювання значення музею в структурі суспільного блага, а саме:

«внесок, що робить музей у публічні дебати щодо мистецтва, культури й суспільства; роль, яку відіграє музей у визначенні культурної ідентичності; стимул, що дає музей для підвищення рівня креативної роботи митцями, незалежно від рівня професійності; цінність для індивідів мати можливість відвідувати музей; відчуття потреби цього музею і робіт, збережених у ньому для майбутніх поколінь; а також додаткові блага для спільноти, наприклад, в освітніх послугах і формальній, і неформальній освіті, яку може забезпечувати музей; зв'язок з іншими культурами, що гарантується в музеї, або для мешканців, які бажають подивитися світ за межами своєї спільноти, або для ознайомлення з культурою цієї локальної спільноти, та, насамкінець, ті блага, які виникають для людей із самого факту існування такої інституції, як музей» (Throsby, 2001, p. 37).

Що ж до економічних цінностей — майже всі з них, перелічені вище, можливо виміряти або окремо, або в сукупності, і виражаються вони як готовність платити в межах оцінювання «з» і «без», тобто як цінність додаткового доходу від суспільного блага.

Власне розмитість культурної цінності між приватним і колективним споживанням, приватним та національним виробництвом підсумовується в структурі цінностей культурного продукту (тепер на прикладі виконавських мистецтв) Джеймсом Гейлбрунном і Чарльзом Греєм (Heilbrun, 2001): автори зібрали превалюючі тези, які економісти культури наводять у якості обґрунтування компонента «суспільного блага» в культурному продукті, що спонукає умовного споживача (спільноту чи індивіда), суспільство, державу чи мецената,

підприємця до підтримки та захисту цього культурного продукту (об'єкта, надбання, ремесла тощо). Це принципово важливе дискусійне питання, адже нерозв'язане розрізнення між приватним і колективним у культурному споживанні, тому криється ризик знецінення культурного блага як структурного елемента суспільного блага, що в наслідку впливає на спроможності платити за благо. Це доволі вірогідний сценарій гомогенізації культурних ідентичностей через адаптацію практик до ринкових умов чи зовнішніх впливів. Інший бік питання дотичний до міри відповідальності за культурне благо, у складі якого міститься і приватне, і суспільне культурне благо, і саме такої аргументації дотримуються Дж. Гейлбрунн та Ч. Грей, препаруючи основні тези. Автори критикують чи не кожен тезу, що використовують інші дослідники для обґрунтування економічного потенціалу культурного продукту як «суспільного блага», проте їхню аргументацію не варто беззастережно застосовувати до українського контексту. Як бачимо, поширену тезу про «спадок для майбутніх поколінь» (Heilbrun, 2001, p. 226) як характеристику суспільного блага автори, хоча й повністю поділяючи, називають суперечливою, оскільки значення збереження культури (смаків, об'єктів, технологій) є настільки самоочевидним, що участь держави чи залучення додаткових фінансових інструментів не були б важливими, мовляв, спільнота, отримуючи індивідуальну користь від культури і мистецтва й усвідомлюючи значення культури і мистецтва, може повністю фінансово забезпечити його фінансові потреби, тим самим гарантуючи сьогодні майбутнє споживання. Звісно, такий обіг споживання звучить чи не утопічно, тому захист культури і мистецтва для майбутніх поколінь часто залишається в підпорядкуванні держави.

Складність використання подібної характеристики суспільного блага в оцінці економічного потенціалу українського культурного виробництва посилюється розривом у процесі передачі суспільного блага культурного чи художнього змісту від попередніх поколінь: це стосується не лише втрати підприємницької та суспільно-благодійної традиції, які можна розглядати на прикладі друкарства, приватних бібліотек чи кіновиробництва, а й втратою з частковою заміною культурного, поведінкового коду, що Віра Агеєва назвала «культурною амнезією» (Агеєва, 2022, с. 280), а Олександр Грицен-

ко (Гриценко, 2019, с. 144) завважив як особливість культурного простору України — співіснування двох ціннісних просторів — українського та порадянського (по суті — проросійського).

Хиткою для обґрунтування економічної доцільності інвестування в суспільні блага вважають Гейлбрунн і Грей і тезу про культуру і мистецтво як головних носіїв національної ідентичності та суспільного престижу країни (Heilbrun, 2001, p. 227). Гордість за співвітчизників на міжнародних платформах громадяни можуть отримати й отримують за рахунок і більш фінансово рентабельних спортивних змагань. Для України ж, натомість, теза захисту національної ідентичності об'єднує поверхневий пріоритет з культурно-дипломатичним, промоційним, з глибинним внутрішнім процесом подолання культурної амнезії, відродженням знання і практики, художніх методів та поведінкових кодів.

Питання національної ідентичності, приналежності культури, мистецтва до геополітично «нової» спільноти й підвищена зацікавленість спільнот у збереженні, відновленні або поверненні культурної цінності в свій культурний простір нерідко позиціонувалося, як прояв радикальної націоналістської політики, що в українських реаліях, зокрема через стриманість культурної політики, призвела до катастрофічного експансивного впливу на український культурний простір і суспільство з боку агресивного культурного простору росії.

Наступна теза про користь культури і мистецтва для локальної економіки (Heilbrun, 2001, p. 227), здається, не вимагає додаткового обґрунтування чи критики. Коли ж пояснити більш лінійний зв'язок культури та локальної економіки, культурні події збільшують споживання і обіг в інших локальних видах підприємницької діяльності (від транспорту до кафе, готелів). Складнішим впливом нового культурного виробництва є зміна інфраструктури міста, регіону для мешканців — ринок праці, дозвілєві практики тощо, зміна повсякденних ритуалів. Економічні вигоди для регіону від інвестування в створення або збереження суспільного блага перетинається зі створенням або збереженням спадку для майбутніх поколінь. В Україні відтворення суспільного блага у сфері культури засвідчує неоднорідність регіонального розвитку та посилення асиметричності та регіональної диспропорції, що є наслідком периферійності сфери культури в структурі суспільного блага, окресленого «націо-

нальними інтересами й державною політикою як на національному, так і на субнаціональному рівні» (Кічурчак, 2017, с. 363).

Отже, складність у застосуванні теорії суспільного блага криється у визначенні власне суспільного блага: якщо суспільне благо як таке майже не зустрічається в продуктах будь-якої галузі господарювання (Moreno Mujica, 2024, p. 8), то чи ускладнене його вирішення у сфері виробництва культури і мистецтва, яким, окрім типових екстерналій, властиві ще додатково злиття ринків (ринку робочої сили й ринку товарів) та/або залежність від неринкових факторів впливу та/або розрізнення економічних моделей між комерційним культурним продуктом, некомерційним зокрема. У цій статті наведено три аргументи на захист гіпотези зара-

хування культурного блага до структури суспільного блага. Перший аргумент — зовнішні ефекти (екстерналії ринку). Другий аргумент — вплив приватного споживання на поточне колективне споживання та невинятковість і неконкурентність впливу на майбутнє культурне споживання. Третій аргумент — збереження дилеми (або конфлікту) спільного в культурному благові на співставних проявах із дилемою спільного в характеристиці суспільного блага. Як результат, культурне благо до певної міри можна справедливо віднести до структури суспільних благ, підкреслюючи, що і відповідальність гаранта, і доступ бенефіціара можуть не збігатися з властивими суспільним благам рівнями відповідальності держави й невинятковості й неконкурентності доступу.

#### Література:

- Агеева, В. (2022). За лаштунками імперії. Есеї про україно-російські культурні відносини. Київ: Віхола. 360 с. ISBN 978-617-7960-32-3
- Гриценко, О. (2019). Культурний простір і національна культура: теоретичне осмислення та практичне формування: монографія. Київ: Інститут культурології НАМ України. 256 с. ISBN 978-966-2241-46-4
- Журавльова, Ю. (2016). Еволюція наукових поглядів на категорію «суспільні блага». Причорноморські економічні студії: Економічна теорія та історія економічної думки. Випуск 9–1. С. 12–16.
- Кічурчак, М. В. (2017). Відтворення суспільних благ в економічній системі України. *Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук (доктора) за спеціальністю 08.00.01 – економічна теорія та історія економічної думки (051 – Економіка)*. Львівський національний університет імені Івана Франка Міністерства освіти і науки України. Львів. 701 с.
- Коропецький, Іван-Святослав. (1995). Дещо про минуле, недавнє минуле та сучасне української економіки. Київ: Либідь. 240 с. ISBN 5-325-00707-6
- Радіонов, Ю. Д. (2017). Теоретичні основи суспільних благ в економічній системі держави. *Економіка та держава*. № 2. С. 22–27.
- Benedict, Ruth. (1934). *Patterns of Culture*. Boston: Houghton Mifflin. P. 212.
- Heilbrun, J., & Gray, Ch. (2006). *The economics of art and culture*. 2nd edition. Cambridge University press. 412 p. ISBN 0-521-63712-0
- Moreno Mujica, Magdalena (Ed.). (2024). *Culture as a public good navigating its role in policy debates & Report prepared by IFACCA*. 102 с. ISBN: 978-0-9871098-1-1
- Throsby, David. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press. P. 210. ISBN 0-521-58639-9

## References:

- Ageyeva, Vira. (2022). *Za lashtunkamy imperiyi. Eseyi pro ukrainsko-rosiyski vidnosyny* [Behind the scenes of the empire. Essays on Ukrainian-Russian cultural relations]. Kyiv: Vihola. 360 p. (in Ukrainian)
- Benedict, Ruth. (1934). *Patterns of Culture*. Boston: Houghton Mifflin. P. 212.
- Grytsenko, Oleksandr. (2019). *Kulturnyi prostir i natsionalna kultura: teoretychne osmyslennia ta praktychne formuvannia: monohrafiia* [Cultural space and national culture: Theorizing to reshaping: monograph]. Kyiv: Institute for Cultural Research National Academy of Arts of Ukraine. 256 p. (in Ukrainian)
- Heilbrun, J., & Gray, Ch. (2006). *The economics of art and culture*. 2nd edition. Cambridge University press, 412 p. ISBN 0-521-63712-0
- Kichurchak, M. V. (2017). *The Public Goods Reproduction in the Economic System of Ukraine. Qualified scientific work under the right of a manuscript. Thesis for a Doctor Degree of Economic Sciences (Doctor) on Speciality 08.00.01 "Economic Theory and History of Economic Thought" (051 – Economics)*. Ivan Franko National University of Lviv under Ministry of Education and Science of Ukraine. Lviv. 701 p. (in Ukrainian)
- Koropetskyi, I.-S. (1995). *Deshcho pro mynule, nedavnie mynule ta suchasne ukrainskoi ekonomiky* [A bit of the past, recent and actual of Ukrainian economics]. Kyiv: Lybid. 240 p. ISBN 5-325-00707-6 (in Ukrainian)
- Moreno Mujica, Magdalena (Ed.). (2024). *Culture as a public good navigating its role in policy debates & Report prepared by IFACCA*. 102 p. ISBN: 978-0-9871098-1-1
- Radionov, Y. (2017). *Teoretychni osnovy suspilnykh blah v ekonomichnii systemi derzhavy* [Theoretical foundations of public goods in the economic system of the state]. *Ekonomika ta derzhava*, № 2, 22–27. (in Ukrainian)
- Throsby, David (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press. P. 210. ISBN 0-521-58639-9
- Zhuravlova, Y. (2016). *Evolutsiia naukovykh pohliadiv na katehoriu "suspilni blaha"* [The evolution of scientific views on the category of "public goods"]. *Prychornomorski ekonomichni studii: Ekonomichna teoriia ta istoriia ekonomichnoi dumky*. Issue 9–1, 12–16. (in Ukrainian)

**Oleksandra Oliinyk****Culture as production in the group of public goods**

*Abstract.* This article covers the scope of research issues dealing with the arguments supporting the hypothesis that cultural goods—within the processes of production, distribution, and consumption of cultural values—belong to the category of public goods. The study focuses on the contradictions between public and private consumption, private and national production, and material and immaterial goods. Resolving these contradictions forms the basis for substantiating the place of cultural goods within the structure of public goods.

To achieve this aim, the article analyzes the essence of public goods, their main classifications, and the principal theoretical approaches to their justification and interpretation. This analysis is intended to highlight the affinity between the properties of public goods and those specific features of cultural production that distinguish it from other sectors of economic activity, while still leaving it an important component of the national economy and an attractive sector for investment.

The article represents an attempt to further substantiate the inclusion of the sphere of cultural production within the structure of public goods, in accordance with its specific market nature and the particular interdependence between private consumption of culture and collective consumption.

*Keywords:* public goods, cultural dimension, interdisciplinarity, interdisciplinary research, cultural studies, theory of culture, economics of culture, cultural production.

Стаття надійшла до редакції 15.12.2025.

Стаття прийнята до друку після рецензування 20.12.2025

Стаття оприлюднена 31.12.2025