

---



# ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ



---

DOI 10.5281/zenodo.10776928  
УДК 130.2

**Мальшина Н.А.**

*Мальшина Наталья Анатольевна*, кандидат философских наук, доцент, Саратовский государственный консерватории имени Л. В. Собинова, Россия, 410012, г. Саратов, пр-кт им. Петра Столыпина, д. 1. E-mail: malsnataliya@yandex.ru.

## **Логика обоснования сервисных потоковых процессов индустрии культуры**

*Аннотация.* Становление новых типов социальности трансформирует само понятие культуры, отображая новую постнеклассическую парадигму, что вскрывает наличие новых смысловых полей. Сервисный поток представляется возможным рассматривать как вид процесса, характеризующего бизнес-процесс обслуживания потребителей, направленный на достижение высокого качества предоставления услуг культуры с наименьшими затратами и являющийся результатом целевой интеграции материальных, информационных, финансовых, трудовых потоков. Алгоритм управления сервисным потоком культуры реализуется в процессе интеграции и состоит из основных двух уровней. Интегральная оптимальная модель индустрии культуры функционирует как механизм, направленный именно на внеэкономические компоненты индустрии культуры.

*Ключевые слова:* индустрия культуры, сервисные потоки, интегральная модель, постнеклассическая парадигма, индустрия культуры.

**Malshina N.A.**

*Malshina Natalia Anatolyevna*, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Saratov State Conservatory named after L. V. Sobinov, Russia, 410012, Saratov, ave. Petra Stolypina, 1. E-mail: malsnataliya@yandex.ru.

## **The logic of substantiation of the service flow processes of the cultural industry**

*Abstract.* The formation of new types of sociality transforms the very concept of culture, reflecting a new post-non-classical paradigm, which reveals the presence of anti-spiritual semantic fields. It seems possible to consider the service flow as a kind of streaming process characterizing the business process of customer service aimed at achieving high quality of

---

cultural services at the lowest cost, which is the result of targeted integration of material, information, financial, and labor flows. The algorithm for managing the service flow of culture is implemented in the integration process and consists of two main levels. The integral optimal model of the cultural industry functions as a mechanism aimed specifically at the non-economic components of the cultural industry.

**Key words:** culture industry, service flows, the integral model, the post-non-classical paradigm, the cultural industry.

Детерминанты управления в экономической плоскости культуры (индустрии культуры), оказывают влияние на смысловое ценностное ядро культуры и могут быть рассмотрены как паттерны (акторы) индустриального общества, и уже с возможным трансформирующимся содержанием в плоскости традиционных (архитипичных) ценностей. Данное влияние носит как позитивный, так и негативный характер.

Но и культура оказывает активное влияние на экономическую сферу общества. Одни и те же действия могут иметь высокий социально-экономический результат в одной национальной культуре, могут быть бесполезными или даже губительными в другой. Индустрия культуры как интегральная сфера деятельности, включающая как экономические, так и духовные компоненты, находится на пересечении столь сложносоставных областей деятельности. Следовательно, индустрия культуры имеет возможность испытывать влияние и влиять на эти две глобальные области существования, формировать и транслировать смыслообразующие конструкты современного общества.

Существующая двойственность интерпретации индустрии культуры как чисто экономической категории и полярно противоположной ей вне экономической духовно-культурологической категории, отображает хаос теоретической, а также и практической стороны её функционирования.

Завершение традиционных типов социальности и становление новых, трансформирует само понятие *культуры*, отображая новую постнеклассическую пара-

дигму, что вскрывает наличие антидуховных смысловых полей/ форм, которые не могут объединяться с традиционным эволюционным толкованием культуры. Исходя из данного состояния хаоса в определении современной культуры и практика функционирования и внешние и внутренние ее общественного проявления демонстрируют негативные проявления/ тенденции/ динамику. Внешние экзогенные признаки негативного состояния и понятия псевдокультуры явно прослеживаются на практике потребления культуры обществом и возникновение новых форм данных практик, никак не соотносящихся с традиционным понятием культуры, порождающих и глубинные внутренние эндогенные трансформации всего общества. Общество и культура в процессе диалога, взаимовлияния устанавливают новую реальность общения в конкретном временном промежутке и пространстве каждый раз заново, обогащаясь новыми практиками. Современный тип культуры, отвечающей на вызовы времени, трансформирующий свои ценности, перестраивающий свою сложную структуру на основе новых общественных практик и разрушает традиционные ценности. Осмысление сложившихся *практик потребления культуры* раскрывает внешние и внутренние признаки разрушения ценностной направленности общества.

При определении индустрии культуры изначально концентрируется внимание на неотъемлемое её составляющее - изготовление и распространение смыслов, ценностей, символов и текстов, которые влияют на наше восприятие и понимание мира. Однако индустрия куль-

туры является сложной бизнес-структурой, заинтересованной в получении прибыли, путем изготовления и распространения символов и текстов. «В конце концов создатели символов являются главными изготовителями текстов. Тексты по определению не могли бы без них существовать, несмотря на индустриальные системы их (текстов) воспроизводства, дистрибьюции и маркетинга и получения за них вознаграждения» [7, с. 18]. Платные услуги индустрии культуры предоставляемые населению РФ представляют из себя полезные результаты производственной деятельности, удовлетворяющие за плату определенные потребности граждан, но не воплощающиеся в материально-вещественной форме. Они являются «объектом купли-продажи и реализуются по ценам, целиком или в значительной мере покрывающим издержки производителя (за счет выручки от реализации) и обеспечивающим ему прибыль» [5].

Сервисный поток представляется возможным рассматривать как вид потокового процесса, характеризующего бизнес-процесс обслуживания потребителей, направленный на достижение высокого качества предоставления услуг культуры с наименьшими затратами, являющийся результатом целевой интеграции материальных, информационных, финансовых, трудовых потоков. Также обобщенный алгоритм формирования сервисных потоков индустрии культуры возможно представить в виде взаимосвязанных потоковых процессов, присутствующих в любых подсистемах логистической системы.

Инновационная составляющая сервисной логистики в индустрии культуры представляет собой сервисный поток в качестве интегратора. Регулирование сервисного потока целесообразно рассматривать как единое целое – полностью интегрированная система, реализующая цели бизнеса от производителя услуг культуры до конечного потребителя.

Поток – это один или множество объектов, воспринимаемых как единое целое, существующее как процесс на

определённом интервале и измеряемое в абсолютных единицах. Логистика исследует возникновение, преобразование и поглощение (потребление) основных и сопутствующих потоков в определенной экономической системе с целью оптимизации ресурсов. Основные потоки – материальные и / или сервисные (потоки услуг) [6]. Сервисные потоки – «потоки услуг (нематериальной деятельности, особого вида продукции или товара), генерируемые логистической системой в целом или ее подсистемой (звеном, элементом) с целью удовлетворения внешних или внутренних потребителей организации бизнеса» [1].

Модель иерархической логистической системы услуг индустрии культуры [3, с. 150] наиболее эффективно реализуется в интегрированных сервисных комплексах демонстрируя связь между всеми сторонами процесса предоставления услуг культуры и возможность сквозного системного управления ранее разрозненными потоковыми процессами, обеспечивает взаимодействие потоков между собой, и оптимизацию управления каждым потоком при помощи воздействия на такие характеристики, как направление, объем, скорость потока и пр.

Алгоритм управления сервисным потоком индустрии культуры реализуется в процессе интеграции и состоит из основных уровней: стратегическом и технологическом (операционном) (рис. 1). Единое объектное управление платными и бесплатными услугами культуры в интегрированных сервисных комплексах на основе государственно-частного партнерства позволяет снизить расходы бюджета на услуги культуры, контролировать соотношение и качество бесплатных и платных услуг культуры, повысить доходность индустрии культуры. Сочетание двух подходов позволит достичь комплексной системы сервиса и услуг культуры, повысить синергетический эффект функционирования системы в целом и рентабельность каждого элемента системы в частности, а также увеличения каче

ства предоставляемого сервиса и услуг.

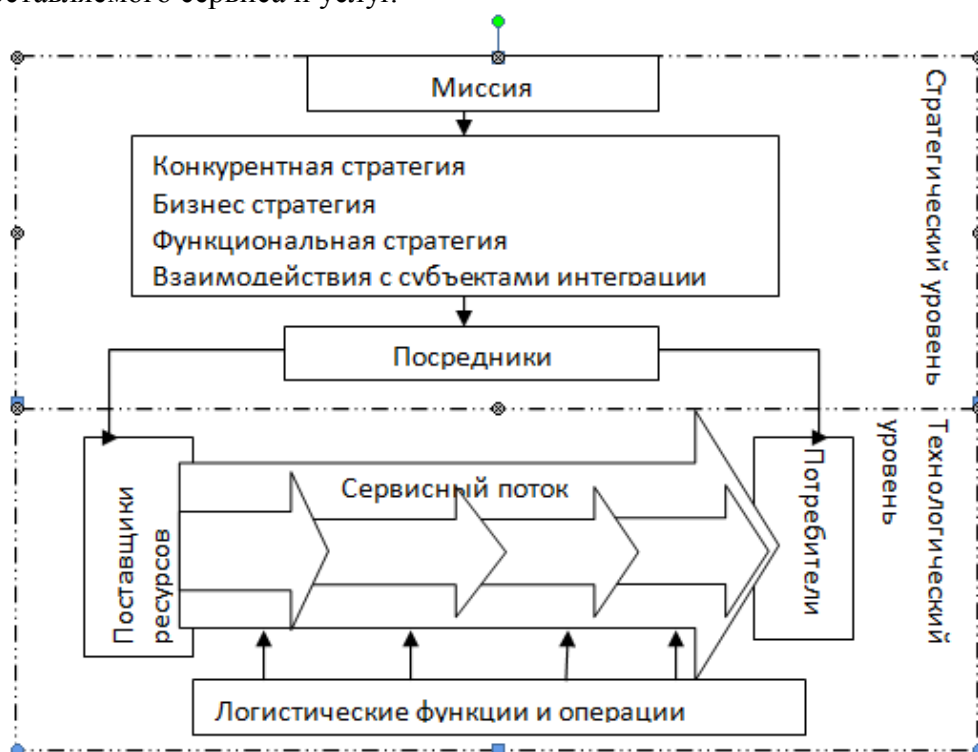


Рис. 1. Взаимодействие потоковых процессов индустрии культуры.

Воплощение данной модели представляется возможной при помощи разработки и применения организационно-экономического механизма (ОЭМ) поддержки индустрии культуры (ИК) [2, с. 103]. Исследования принципов формирования и практическая реализация ОЭМ поддержки системы услуг ИК способны обеспечить развитие отрасли услуг в целом, позволят повысить эффективность системы социально-культурного обслуживания отстающих субъектов РФ. Поиск локализованных партнеров и конечных потребителей в индустрии культуры является основополагающей задачей создания интегральных сервисных комплексов. Финансовые интересы заключаются в поиске организационных структур, обеспечивающих бесперебойное обеспечение, производство и предоставление услуг при условии сокращения издержек потоковых процессов. Реализация данных интересов сводится в обеспечении стыков различных видов потоковых процессов в рамках интегрированных сервисных комплексов.

Количество и качество предоставляемых услуг культуры должно соответствовать потребностям рынка. Основной функциональной задачей интегральных сервисных комплексов должна стать оптимизация бизнес-процессов путем заключения договоров, включающих все операции по созданию и предоставлению услуг конечному потребителю с осуществлением оперативного контроля на любом этапе. Достижение данной цели возможно на основе информационного взаимодействия между всеми участниками бизнес-процесса.

Если в сфере экономики критерием эффективности являются показатели экономической эффективности – соотношение затрат и прибыли, то в секторе культуры данная схема оценки применима лишь отчасти. Признавая ценность творческих индустрий, индустрий культуры и их необходимость для преобразования внешней среды, общественных пространств, нельзя забывать их пограничный статус на стыке экономики и культу-

ры. К материально-техническим ресурсам добавляются, а часто и доминируют социально-культурные ресурсы. Не материальные ресурсы спектра услуг культуры выражаются в *качественных показателях* – творчество, духовные и интеллектуальные возможности / затраты творца при создании произведения искусства, формирующего музейную, музыкальную коллекцию и др.

Оценке поддаются лишь «институциональный» и «материализованный» потенциалы. «Усвоенный» культурный потенциал не поддается количественной оценке и выражается в качественных показателях. Качество рассматривается как степень полезности потребительной стоимости услуг, т.е. степень ее соответствия потребности, пригодности удовлетворять потребность в конкретных экономических условиях. В данном случае рассматривается влияние поддержки индустрии культуры на качество жизни (уровень потребления материальных, культурных и социальных благ, оцениваемый, главным образом, объемом валового внутреннего продукта на душу населения и уровнем социальной стабильности общества и др.), на конкурентоспособность государства.

*Интегральная оптимальная модель индустрии культуры* наглядно представлена двойственностью содержания индустрии культуры, но неразрывного ее содержания. Каждый компонент – индустриальный /экономический /симулякр и ценностный/ творческий/ произведение искусства могут существовать отдельно, но это уже не будет индустрией культуры. Экономический компонент должен служить материальной основой для творческого компонента индустрии культуры, во многом ставя для него новые цели и поднимая его на новый виток спирали развития – через хаос и отрицание. Интеграция как путь восстановления индустрии культуры возможна при учете и использовании положительных моментов двух компонентов, но не доминировании экономического компонента, а именно

ценностного компонента индустрии культуры.

По аналогии с параметрической моделью Хофстеда, в которой различия между культурами можно объяснить на основе четырех основных параметров параметры оценки для каждого из шести паттернов осуществляется в процентном соотношении по степени выраженности от 100%.

Как видно из диаграммы (см. рис 2) при формировании антагонистичных комбинаций путем наложения полей одной на другую, образуется область, где пересекаются их компоненты. Эта область, учитывающая все характеристики всех пар смысловых конструкторов индустрии культуры, и будет *интегральной оптимальной областью восстановления единения индустрии культуры*. Однако необходимо строить модель так, чтобы показатели  $x$  паттернов были соответствующими: высокий уровень показателя ценности и средний уровень стоимости, высокий уровень творчества и средний уровень сервиса, высокий уровень знаний и средний уровень информации. То есть идет противоположная направленность групп паттернов – регресс и прогресс, деградация и развитие. При доминировании паттернов *стоимость, сервис и информация* – направленность на регресс/деградация, при доминировании паттернов *ценность, творчество и знания* – направленность на прогресс и развитие.

Задача авторской *интегральной оптимальной модели индустрии культуры* является выявить основные существенные элементы индустрии культуры и описать их взаимоотношения, а также составить общую характеристику ее функции.

*Интегральная оптимальная модель индустрии культуры* представляет собой структуру состоящую из пар основных смысловых конструкторов, субъекта/индивидуума/личности, объекта-оригинала – индустрии культуры, языка описания – частично формализованный в виде графических условных данных

наблюдений и экспериментальных исследований в виде графиков, диаграмм, схем, графических иконических данных в виде черт, свойств и характеристик ори-

гинала, реально или хотя бы теоретически доступных непосредственно зрительному восприятию.



Рис. 2. Основные смысловые конструкты индустрии культур.

В рамках авторской модели функции делятся в два антагонистичных, но взаимосвязанных блока: функциональный и ресурсный. В функциональный блок входит внеэкономические компоненты (*ценность – знание – творчество*) техника/природа (*талант/ уникальность/ одаренность*), приятное (*рекреация*)/ прекрасное, контроль/ свобода выполняющие: функция теоретико-методологические (концепция, теория, методология), функция мотивации и стимуляции, прогнозирования и планирования, функция организации, функция контроля, функция регулирования. Ресурсный блок состоит из блока экономических компонентов (*стоимость – информация – сервис*) материальные, финансовые, рекреационные ресурсы, материально-технический базис, блока нематериальных ресурсов (трудовые ресурсы, потоки дополнительных услуг, уровень обслуживания) и выполняет обеспечивающие функции.

*Интегральная оптимальная модель индустрии культуры* функционирует как механизм, направленный именно на вне

экономические компоненты индустрии культуры:

- сохранения *ценности* при среднем уровне *стоимости* (сокращения временного промежутка потребления и производства продукта культуры, получения прибыли от сопутствующих дополнительных коммерческих суботраслей в формате 20/80, внимание к потребностям рынка, с определенной степенью материальной эффективности), при среднем уровне *информации* (долгосрочное отношение к времени, информационное ресурсное обеспечение, активный потребитель/соавтор, максимизация объема информации), при среднем уровне *знания* (долгосрочные отношения, учет потребностей рынка, интеллектуально развитый потребитель, высокообразованный производитель знаний/смыслов), при среднем уровне *творчества* (время как критерий признания произведения культуры и искусства, творчество создает новые суботрасли, подготовленный активный потребитель, активный автор/ творец), при среднем уровне *сервиса* (оптимиза-

ция периода обслуживания, учет требований рынка к качеству обслуживания и запроса потребителя, эффективный процесс предоставления услуг культуры);

- разрушения *ценности* при высоком уровне давления *стоимости* (тиражирование / повторение продуктов культуры, максимизация прибыли, максимальное удовлетворение потребностей, производство максимума объема продукта культуры/симулякра), при высоком уровне давления *информации* (долгосрочное влияние, потоковый процесс предоставления информации, активно влияющий потребитель, массовый не глубокий информационный охват), при высоком уровне давления *сервиса* (регламентированный период обслуживания, полностью отвечает требованиям рынка услуг, полное удовлетворение потребностей заказчика, максимизация прибыли);

- сохранения *творчества* при среднем уровне *ценности* (стремление к истинным ценностным ориентирам, ориентация на потребности интеллектуально развитой личности/потребителя, активно создающий новые смыслы производитель/творец), при среднем уровне *стоимости* (сокращения временного промежутка творческого процесса, получения прибыли от креативных коммерческих суботраслей в формате 20/80, внимание к потребностям рынка, с определенной степенью материальной эффективности), при среднем уровне *информации* (вне времени, информационное ресурсное обеспечение, активный потребитель/соавтор, максимизация объема информации), при среднем уровне *знания* (долгосрочные отношения, учет потребностей рынка, интеллектуально развитый потребитель, высокообразованный производитель новых смыслов), при среднем уровне *сервиса* (оптимизация периода обслуживания творческого процесса, учет требований рынка к качеству обслуживания и запросов потребителя, эффективный процесс предоставления но-

вого продукта/услуги/результата творчества/произведения искусства);

- разрушения *творчества* при давлении *стоимости* (тиражирование / повторение результатов творчества, максимизация прибыли, максимальное удовлетворение потребностей рынка, производство максимума объема продукта культуры/симулякра), при высоком уровне давления *информации* (долгосрочное влияние, потоковый процесс предоставления информации, активно влияющий потребитель, массовый не глубокий информационный охват), при высоком уровне давления *сервиса* (регламентированный период творчества, полностью отвечает требованиям рынка, полное удовлетворение потребностей заказчика, максимизация прибыли);

- сохранения *знаний* при среднем уровне *ценности* (стремление к истинным ценностным ориентирам, ориентация на потребности интеллектуально развитой личности/потребителя, активно создающий новые смыслы производитель/творец), при среднем уровне *стоимости* (сокращения временного промежутка процесса предоставления знаний, получения прибыли от сопутствующих или дополнительных коммерческих суботраслей в формате 20/80, внимание к потребностям рынка, с определенной степенью материальной эффективности), при среднем уровне *информации* (вне времени, информационное ресурсное обеспечение, активный потребитель/соавтор, максимизация объема информации), при среднем уровне *сервиса* (оптимизация периода обслуживания, учет требований рынка к уровню знания и учет запросов потребителя, эффективный процесс предоставления нового продукта/услуги/результата), при среднем уровне *творчества* (время как критерий признания результата, создание новых смыслов, подготовленный активный потребитель, высокообразованный активный автор/творец);

- разрушения *знаний* при давлении *стоимости* (тиражирование / повторение

продуктов культуры, максимизация прибыли, максимальное удовлетворение потребностей рынка, производство максимума объема конечного результата), при высоком уровне давления *информации* (долгосрочное влияние, потоковый процесс предоставления информации, активно влияющий потребитель, массовый не глубокий информационный охват), при высоком уровне давления *сервиса* (регламентированный период предоставления, полностью отвечает требованиям рынка услуг, полное удовлетворение потребностей заказчика, максимизация прибыли);

- поддержки *стоимости ценностью* (новые адаптированные рынки, направленные на максимальное удовлетворение потребностей саморазвития /самоактуализации активного потребителя / соучастника/ сотворца при стратегии получения прибыли от сбалансированного портфеля услуг/продуктов/товаров), *знанием* (новые высококачественные умения, навыки/ опыт обеспечивающие эффективное производство и гибкое персонализированное стратегическое развитие/ обучение потребителя/ соучастника/ сотворца), *творчеством* (новые креативные суботрасли активно вовлекающие / включающие в творческий процесс создания новых смыслов подготовленного потребителя/ соучастника/ сотворца);

- поддержка *информации ценностью* (формирование новой смысловой информации при масштабном охвате и вовлечении активных потребителей / соучастников), *знанием* (формирование новых высококачественных умений, навы-

ков/ опыта при масштабном охвате потребителя/ соучастника), *творчеством* (новые креативные технологии/ возможности активно вовлекающие / включающие в творческий процесс создания новых смыслов подготовленного потребителя/ соучастника/ сотворца);

- поддержка *сервиса ценностью* (новые виды услуг/работ направленные на максимальное удовлетворение потребностей саморазвития /самоактуализации активного потребителя / соучастника/ сотворца при стратегии получения прибыли от сбалансированного портфеля услуг/продуктов/товаров), *знанием* (новые гибкие высококачественные персонализированные умения, навыки/ опыт обеспечивающие эффективное производство услуг/ товаров), *творчеством* (новые креативные суботрасли активно вовлекающие / включающие активного подготовленного потребителя/соучастника/сотворца).

В результате экономические показатели, объединенные сервисными потоковыми процессами, рассматриваются как обеспечение интеграции восстановления и дальнейшего развития вне экономических компонентов индустрии культуры. Одновременно, меняются и экономические компоненты индустрии культуры, естественно испытывая влияние и проникновение составляющих ценностных, творческих, компонентов знания. Экономика уже не может оставаться прежней, так как изменяются ее составные элементы – потребитель, производитель, а, следовательно, и рынок, суботрасль, отрасль.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мальшина Н. А. Теоретические основы повышения эффективности функционирования потоковых процессов логистических систем сферы услуг на базе традиционных концепций - финансовые потоки // Известия Саратовского университета. Сер. Экономика. Управление. Право. 2012. Т.12., Вып.1., С. 72-76.
2. Мальшина Н.А. Механизм развития сервисных потоков социально-культурной сферы // Российское предпринимательство. 2013. № 16(238). С. 97-104
3. Мальшина Н.А. Сервисные потоки индустрии культуры – интегральные показатели // Логистика сегодня. 2017. №2. С.146-153.



4. Новиков Д. Т. Формирование логистической поддержки продвижения научно-технических разработок // РИСК. №4. 2012.
5. Приказ Росстата от 23.07.2009 N 147 "Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя "Объем платных услуг населению. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_90837/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90837/)
6. Резер А. В. Финансовая логистика железнодорожных предприятий: монография. М.: ВИНТИ РАН, 2010. 252 с.
7. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарево; под науч. ред. А. Михайловой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 456 с.

#### REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Mal'shina N. A. Teoreticheskie osnovy povyshenija jeffektivnosti funkcionirovanija potokovyh processov logisticheskikh sistem sfery uslug na baze tradicionnyh koncepcij - finansovyje potoki // Izvestija Saratovskogo universiteta. Ser. Jekonomika. Upravlenie. Pravo. 2012. T.12., Vyp.1., S. 72-76.
2. Mal'shina N.A. Mehanizm razvitija servisnyh potokov social'no-kul'turnoj sfery // Rossijskoe predprinimatel'stvo. 2013. № 16(238). S. 97-104
3. Mal'shina N.A. Servisnye potoki industrii kul'tury – integral'nye pokazateli // Logistika segodnja. 2017. №2. S.146-153.
4. Novikov D. T. Formirovanie logisticheskoi podderzhki prodvizhenija nauchno-tehnicheskikh razrabotok // RISK. №4. 2012.
5. Prikaz Rosstata ot 23.07.2009 N 147 "Ob utverzhdenii Ukazanii po zapolneniju v formah federal'nogo statisticheskogo nabljudenija pokazatelja "Ob#em platnyh uslug naseleniju. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_90837/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90837/)
6. Rezer A. V. Finansovaja logistika zheleznodorozhnyh predpriyatij: monografija. M.: VINITI RAN, 2010. 252 s.
7. Hezmondalsh D. Kul'turnye industrii / per. s angl. I. Kushnarevoj; pod nauch. red. A. Mihalevoj; Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki». M.: Izd. dom Vysšej shkoly jekonomiki, 2014. 456 s.