

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.101

JEL A12

<https://doi.org/10.21122/2309-6667-2023-17-23-30>

ЭКОНОМИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И ЭСТЕТИКА

С. В. Курегян

kuregyan@bntu.by

доктор экономических наук, доцент,

профессор кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

В статье рассматриваются экономические аспекты художественного производства как части духовного производства. Дается определение художественного производства и раскрывается его отраслевая структура. Рассматривается экономика красоты в контексте художественного развития общества.

Ключевые слова: *духовное производство, художественное производство, искусство, культура, экономическая наука, красота, эстетика.*

Цитирование: Курегян, С. В. Экономика художественного производства и эстетика / С. В. Курегян // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2023. – Вып. 17. – С. 23–30. <https://doi.org/10.21122/2309-6667-2023-17-23-30>

Введение. Художественное производство является частью духовного производства. Поэтому для того, чтобы понять его как экономическую категорию, необходимо, прежде всего, рассмотреть духовное производство с экономической точки зрения. Существенный вклад в экономическое исследование духовного производства внес Л. С. Глязер. Он писал: «Распространение экономических отношений в сфере духовной деятельности нисколько не умаляет роли материальной сферы, которая по-прежнему остается основой общественного производства, сохраняет свой примат – ведущее, первенствующее значение в производственных отношениях. Однако, чтобы не упустить при научном анализе ряд существенных характеристик современного общественного развития, необходимо исследовать экономические отношения, которые возникают не только по поводу производства материальных ценностей, но и в связи с созданием и реализацией духовных благ. Даже закономерности, определяющие прогресс самого материального производства, не могут быть выявлены в наше время с достаточной полнотой, если не учитывать при этом взаимный обмен продуктами труда между материальной и духовной сферами общественного производства.

Такая постановка вопроса в настоящее время еще непривычна для нашей экономической литературы. В ней господствует убеждение, что экономическая наука исследует только те отношения, которые имеют место в границах материального производства. Выход за эти границы, как полагают, для экономической науки невозможен. Единственное, что соглашаются допустить сторонники господствующей концепции под сильным напором фактов реальной действительности, – это некоторую подвижность границ материального производства, охват ими новых областей общественного производства. Так, сравнительно недавно в эти границы была включена наука (правда, не вся), поскольку ее после многих споров, начало которых относится еще к 20-м гг., признали непосредственной производительной силой. Однако подобное решение является половинчатым...

Следовательно, экономическое исследование науки, необходимость которого стала в настоящее время очевидной, – не результат расширения границ материального производства, а выход экономистов за эти границы, начало исследований в сфере духовного производства.

Таким образом, очевидно, что производство духовных благ должно стать предметом экономической науки. По-видимому, для этого необходимо разработать категории, которые охватывали бы производственные отношения, существующие в духовной сфере, выяснить их основные взаимосвязи, найти способы измерения продукции и др. В общем, возникает множество сложных задач, подходы к решению которых еще только предстоит разработать» [1, с. 7].

С тех пор немало было сделано как самим Л. С. Глязером, так и его последователями в области экономического изучения духовного производства. В частности, исследованы экономические категории, экономические закономерности и законы развития духовного производства, влияние духовного производства на классические схемы воспроизводства, раскрыта специфика духовного труда и установлена экономическая форма духовного продукта, рассмотрены вопросы редукции материального и духовного труда, решены принципиальные вопросы соизмерения обычных и интеллектуальных товаров, стоимости и ценности, дана социально-экономическая оценка духовных продуктов, а также проанализированы экономические проблемы интеллектуальной собственности и прикладные вопросы, связанные с ее развитием. В частности, раскрыты особенности интеллектуального рынка и маркетинга в духовной сфере общественного производства. Но еще больше предстоит сделать в этой области. Возможно, нужно будет применить (использовать) принципиально новый подход к экономическим проблемам духовного производства в контексте постиндустриального общества. Все это будет способствовать тому, чтобы духовное производство стало полноценным объектом экономической науки.

Экономические проблемы научного производства изучены довольно глубоко, чего нельзя сказать об изучении художественного производства, хотя в последнее время экономическая роль последнего возрастает.

Поэтому среди проблем, ждущих своего исследования, можно назвать социально-экономические закономерности развития художественного производства как самой специфической части нематериального производства.

Результаты и их обсуждение. Прежде всего, следует дать определение художественного производства. Художественное производство – это комплекс хозяйственных и творческих процессов, направленных на создание художественных произведений, их реализацию и потребление. Художественное производство включает в себя художественное искусство и исполнительское творчество. Первое создает художественные продукты в виде картин, скульптур, музыкальных, литературных произведений, а второе доводит их до потребителей, создавая при этом свой продукт – творческие исполнения. Это часть художественного производства представлена деятельностью театров оперы и балета, драматических театров, концертных залов, театров эстрады, домов культуры, клубов, художественных музеев, галерей и т. п.

Художественное производство больше связано с такими понятиями как самозанятость и индивидуальная трудовая деятельность. До последнего времени коллективные формы труда в художественном производстве носили ограниченный характер, но в последние годы роль совместного труда возрастает. Художественный труд все чаще протекает в рамках художественных мастерских, объединений, бюро и т. п.

Если коснуться отраслевой структуры художественного производства, то в современных условиях к художественному производству следует относить, прежде всего, дизайн, который направлен на художественное оформление одежды, обуви, изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней и т. д.

Спорным является отнесение литературы к искусству, и тем самым к художественному производству. Это во многом результат того, что литература трактуется очень широко, включая в нее всевозможные документы, опубликованную информацию, техническую литературу, музыкальную литературу, научно-популярную литературу, справочную литературу, а также научную литературу, историческую литературу, биографическую литературу и т. д. Литература в узком смысле сводится к художественной литературе. Мы согласны с Н. И. Крюковским в том, что «художественная литература – это вид эстетической деятельности» [2, с. 449]. Художественная литература оперирует идеями, метафорами, образами, жизненными ситуациями, историческими фактами, получающих эстетическое выражение с помощью слов. Художественная литература – это стихи, романы, поэмы, рассказы, новеллы, пьесы, сценарии кинофильмов, частные письма (если они являются результатом творчества) и т. д. Литература может быть в обычном (бумажном) и цифровом (электронном) виде. В последние годы развивается частная форма книгоиздания, что требует децентрализации процесса их реализации. В этой сфере особенно недопустима государственная монополия, которая может стать инструментом давления на творческий процесс, подчинения научной и художественной мысли государственной власти. Если мы допускаем частные формы издания книг, то следует допустить и частные формы их реализации. Но в этих условиях возникает новая проблема – проблема конкуренции, требующая развития маркетинга в этой области.

С художественной литературой тесно связано музыкальное искусство. Литературный материал (романы, стихи, сказки и т. д.) служат основой для написания различных музыкальных произведений (опер, симфоний, сонат, ораторий, баллад, драматических музыкальных произведений, песен, оперетт, мюзиклов, музыки для кинофильмов и т. д.). В свою очередь, музыкальные произведения или мелодии используются для создания литературных произведений. Таким образом, музыка и художественная литература обогащают друг друга и являются источником вдохновения для музыкальных и литературных откровений. Но качество музыкальных и литературных произведений во многом зависит от качества того материала, который они используют. И в том, и в другом должна проявляться личность творца. Об этом очень красноречиво повествует К. Леонгард [3, с. 373–383]. Но по сюжету и драматизму на любителей искусства сильно влияют те произведения, авторам которых удастся соединить воедино различные глубинные человеческие чувства. К таким чувствам П. Б. Ганнушкин относит злобу, сексуальную любовь и религиозное чувство. Он пишет: «Три чувства, совершенно различные на первый взгляд, – злоба, сексуальная любовь и религиозное чувство <...> если опираться на множество фактов и соображений, находятся друг к другу в большой близости; тогда, когда возрастает их интенсивность и в особенности, когда злость трансформируется в ненависть, в свирепость, сексуальная любовь – в сладострастие и религиозное чувство в фанатизм или мистицизм, тогда эти три чувства совпадают или смешиваются без заметных границ» [4, с. 270]. Это хорошо удавалось таким писателям, как О. де Бальзак, Г. де Мопассан, А. С. Пушкин и особенно А. Армалинскому, чьи произведения пользуются повышенным спросом.

Что же касается хореографии (балета), то она больше связана с танцем. Язык танца – это своеобразное слово, которое должно правильно восприниматься и пониматься. Хореографические ритмы, изящество танца, искрометность, виртуозность, пластика исполнения зависят не только от таланта танцора, но от его темперамента, физической и творческой силы. Величие балетного искусства во многом зависит от гармонии музыки и танца. Многое для понимания оперы и балета зависит от популяризации этих видов искусства.

В связи с этим вспоминается, как в 90-е гг. прошлого века, когда царила разруха кругом – и не только в экономике, но и в духовной жизни общества, находились спо-

движники, которые своим энтузиазмом не дали погаснуть лучинке великого искусства. Это были счастливые люди и распространяли свет своего счастья на окружающих. Они собирались в неформальной обстановке в Большом театре оперы и балета Республики Беларусь и проводили незабываемые творческие вечера. Такие неформальные клубы любителей искусства, безусловно, играли и будут играть большую роль в эстетическом воспитании подрастающего поколения.

Музыка и танец – два прекрасных начала, которые сливаются воедино в процессе воплощения художественного образа. Они передают переживания и восторг, печаль и триумф. Грациозность и сексуальность (эротичность) движений, нежность и твердость характера действуют на зрителя, развивают его художественный вкус, оказывая на них незабываемое впечатление, заставляя регулярно посещать театры балета, тем самым увеличивая их доходы, повышая благосостояние артистов.

Искусство развивает у человека воображение, которое порой оказывается сильнее реальности. Это подтверждается и проведенными экспериментами [5, с. 14].

Человек оказывает воздействие на человека во многом благодаря развитию искусства. Именно искусство направлено, прежде всего, на эстетическое воспитание человека, формирование и развитие его художественных вкусов. Благодаря искусству у человека развивается способность творить, воспринимать окружающий мир не как потребитель, а как творец. Человек как творец создает духовные ценности, приумножая своим духовным трудом материальное богатство общества. Искусство позволяет человеку ощущать себя свободным, и в этом своем качестве сосредоточиться на высокоэффективном духовном труде. Человек совершенно по-другому понимает свою миссию, место в системе производительных сил и производственных отношений общества. Творческий человек во всем креативен, его чувства и эмоции направлены на творческое самовыражение.

Художественная литература, музыка, изобразительное искусство играют важную роль в формировании и развитии человеческой личности, поэтому их финансирование не может быть по остаточному принципу.

Конечно, важное значение имеет развитие военно-промышленного комплекса. Мы хорошо помним слова одного из выдающихся полководцев прошлого, Бонапарта Наполеона, о том, что народ, не желающий кормить свою армию, вскоре будет вынужден кормить чужую. Но не менее важно и «создание» человека. Образованный, воспитанный человек, человек, обладающий высокой культурой, традиционными ценностями, развитый духовно, не менее важен для общества. Следует заметить, что успехи в области военного дела, любая модернизация военной техники и технологий не дает желаемого результата без соответствующих военных кадров, могущих использовать эту технику и технологии, без патриотов, преданных своему народу и государству. Вместе с тем необходимо иметь высококультурные военные кадры. Всего этого невозможно достичь без соответствующего уровня развития науки, образования, культуры и искусства. То же самое касается промышленности. Можно иметь самую высокоразвитую промышленность, полностью автоматизированное и роботизированное производство, но без соответствующих специалистов невозможно будет их эффективное использование.

Художественное производство участвует в создании духовного богатства и национального богатства в целом. Достижение духовного богатства как движущего мотива общественного прогресса и главной цели любого производства должно иметь соответствующее финансовое и материальное обеспечение. Художественное производство не может развиваться без соответствующего финансирования, капитальных вложений, инвестиций, кредитов. С этой целью, как мы уже отмечали, необходимо преодолеть остаточный принцип финансирования и материального обеспечения отраслей художественного производства.

Художественное производство служит получению наслаждения, последнее, в свою очередь, является одним из важных мотивов человеческого бытия и целей человеческой деятельности, в основе которых лежит потребность общения. Человек тяготеет к другим людям, поскольку нуждается в них. Общение является одной из важных потребностей людей. Потребность в общении может носить как неэкономический, так и экономический характер. В художественном производстве имеет место специфическое общение, общение между авторами и потребителями их произведений. Потребление произведений искусства требует соответствующего уровня художественного развития людей, активную работу их сознания и души, проявление интереса, понимания красоты и т. д.

Как-то один из известных английских писателей метко заметил, что красота – один из видов Гения, и добавил, даже выше Гения, ибо не требует понимания. Увы, как гениев, так и красоту не везде и не всегда понимают. И то, и другое требует духовных усилий. Это особенно касается моды, развитие которой во многом является результатом таланта великих кутюрье.

Любовь к моде – особый вид любви, особая страсть. Человек, который одержим модой, стремится удовлетворять эту свою потребность непрерывно, одевается модно, следит за модой, посещает подиумы, выписывает журналы мод, не пропускает всевозможную цифровую демонстрацию модной одежды, стараясь быть в курсе всех новинок в мире моды и т. д. Мода, как и любовь, изменчива, даже можно сказать, более изменчива, чем любовь. Но если возвращение к прежней моде – это ренессанс модных тенденций и всегда интересно, заманчиво и свежо, то возвращение к прежней любви, особенно после долгой разлуки, как правило, не приносит радости, былых удовольствий и удовлетворений. Но все это требует особого настроения. Настроение – это проявление душевного, чувственно-эмоционального состояния человека, которое во многом определяет его поведение, в том числе и экономическое поведение, манеры. Хорошие манеры – это проявление сообразительности, такта, мягкости, обходительности, предупредительности, изящества, вежливости. Хорошие манеры – это также красивые жесты, отсутствие агрессивности, телодвижения, лишённые грубости и резкости. Это врожденная интеллигентность, проявление чуткости и терпимости. Все вышесказанное во многом зависит от уровня развития нравственной экономики. Нравственная экономика – это экономика, основанная на практическом применении в художественной деятельности человеком нравственных норм, ценностей, законов, которые благотворно действуют на человеческие взаимоотношения, в том числе и экономические отношения. Последние все в большей мере выступают как отношения взаимопомощи и взаимной поддержки. Нравственная экономика в широком понимании не чужда красоте и ее высшей форме – человеческой красоте.

Красивое лицо – это, прежде всего, одухотворенное лицо, лицо, которое светится изнутри. Следует заметить, что красота – такая же редкость, как и алмаз. Мы как-то сравнивали талант с алмазом, поскольку талант также редко встречается в человеческой природе, как и алмаз в земной коре. Но ведь и красота не чаще встречается во внешности человека. Но талант, как и алмаз, приносит непосредственную пользу обществу, красота же приносит пользу, прежде всего, его обладателю. Для этого нужны оценщики¹ и восхитители. Впрочем, алмаз, обладающий красотой, требует оценки, ценителя и восхитителя. Алмаз, как правило, ценят не за его красоту, а за высокую меновую стоимость.

¹ Вообще оценивание – это сложный процесс, требующий концентрации усилий. О деятельности оценивания см. Ришар, Ж. Ф. Ментальная активность, понимание, рассуждение, нахождение решений. Сокр. пер. с франц. / Ж. Ф. Ришар. – М. : Изд-во «Институт психологии», РАН, – 1998. – С. 11.

По законам красоты действует и мир товаров (вещей), поэтому возрастает экономическая роль эстетики как науки о красоте.

Ю. Б. Борев дает довольно широкое, но верное определение эстетики как части философской науки: «*Эстетика – наука об исторически обусловленной сущности общечеловеческих ценностей, их созидании, восприятии, оценке и освоении.* Это философская наука о наиболее общих принципах сотворения мира по законам красоты в процессе деятельности человека, и прежде всего в искусстве, где оформляются, закрепляются и достигают высшего совершенства результаты такого освоения мира» [6, с. 5]. Как видим, эстетика фактически охватывает все виды и результаты человеческой деятельности, которые подвержены идее красоты и развиваются по законам красоты. Это, прежде всего, искусство, но эстетика касается и материального производства, т. е. основной экономической деятельности. Все же ядром эстетической деятельности является искусство. Эстетическая деятельность в индустриальной и технической сфере есть дизайн [6, с. 20]. Дизайн «охватывает область проектирования, производства и бытия вещей, изготавливаемых промышленностью с учетом их пользы, удобства и красоты» [6, с. 25]. Дизайн относится и к научно-техническому уровню производства [6, с. 29]. Другими словами, дизайн в полной мере относится и к ноу-хау.

Ю. Б. Борев ставит четкие разграничения между эстетическим и художественным. Предмет может быть не художественным, но эстетичным, т. е. созданным по законам красоты. Ю. Б. Борев от дизайна отличает техническую эстетику. Последняя – это освоение мира по законам красоты.

Как дизайн, так и техническая эстетика имеет непосредственное отношение к экономике. Она повышает продуктивность общественного труда, улучшает отношения между людьми, оказывает положительное воздействие на человеческие взаимоотношения, в том числе и экономические отношения. Можно констатировать, что эстетика позволяет отражать и экономическую деятельность по законам красоты. Экономическое производство должно быть сродни эстетическому производству, они должны быть созданы по законам красоты и приносить не только красивые предметы, но и эстетические наслаждения. Эстетика непосредственно связана с такой экономической категорией как «польза». Эстетический товар всегда имеет преимущество перед товаром, не обладающим эстетическими свойствами. Красивый товар заставит себя купить, стимулирует спрос.

Последнее касается и красоты человека как носителя рабочей и творческой силы. Внешняя красота во многом предопределяет желание вступить в экономические отношения именно с данным человеком.

В. И. Казаринова в свое время правильно подчеркивала необходимость «широкого проникновения эстетических идеалов в промышленное производство вещей» [7, с. 7]. При этом особое значение придавалось дизайну как художественному конструированию, способствующему производству красивых вещей. Но мир красивых вещей недостаточен для понимания красоты, он должен быть дополнен красотой человека и прекрасных произведений искусства. Она же продолжает: «Произведение искусства доставляет эстетическое наслаждение верным анализом действительности, глубиной идей, единством формы и содержания, художественным совершенством [7, с. 61]. Причем все это настолько важно для экономики, что позволяет преодолеть, устранить хаос и вернуться к прежнему пониманию экономики [7, с. 52].

Таким образом, искусство проникает во все стороны человеческой жизни. Вместе с тем это не означает, что искусство надо трактовать как украшение жизни. От этого предостерегал в свое время Л. С. Выготский, рассматривая проблемы психологии искусства [8, с. 455]. Многие красивые товары, как правило, – дорогие бренды, которые доступны только богатым людям. Одеваться модно – это престижно, как, впрочем, обладание дорогими украшениями, дорогими ароматами, автомобилями и т. д.

поэтому часто мода ассоциируется с тем, что одевают, и какими вещами пользуются богатые люди. Правда, в последнее время в условиях изменения бизнес-моделей мода становится более демократичной и доступной для широкого потребителя в связи с установлением невысоких цен на модные товары. На это указывает в своей интересной и содержательной работе Т. В. Сергиевич [9, с. 75]. Но можно быть богатым, и не одеваясь модно. В этом случае либо проявляется жадность, либо отсутствие вкуса, либо, еще хуже, проявление ханжества и абсолютного равнодушия ко всему прекрасному.

Но именно в художественном производстве особое внимание обращают на внешний вид руководителя. В центре внимания одежда, обувь, золотые украшения и т. д. Коллективу нравится, когда их руководитель одевается красиво, в соответствии с модой, или, по крайней мере, с учетом модных тенденций, имеет свои неповторимые стиль и вкус. Отношение к стильно одетому руководителю совершенно другое, чем к неряшливому, серому, ничем не примечательному руководителю. Безвкусица не сулит уважения, тем более преклонения. Не зависимо от возраста, общественного положения и уровня благосостояния руководитель должен вызывать восхищение окружающих. Следует помнить, что драматизм ушедших дней, особенно когда они запечатлены на лице, придают особый шарм. Многие всячески притягиваются к красивым людям, но, если они еще и богаты, это притяжение усиливается. Но сказанное не относится ко всем людям, есть немало людей, для которых деньги, богатство играют второстепенную роль в человеческих отношениях.

Конечно, лучше, когда к красоте прилагается и богатство, но это богатство должно служить созидательным идеям и целям, а не праздной жизни. Последнее может привести не только к расточительству и банкротству, но и гибели самой этой красоты, преждевременному старению, болезням и т. п. Более эффективно, когда красота служит приращению богатства.

В заключение следует сказать еще об одном роде красоты – о красоте речи. Красноречие, обладание ораторским искусством и мастерством, умение убеждать не менее важны, чем внешняя и внутренняя красота. Они не меньше притягивают людей. Красивые жесты, мимика лица, телодвижения, позы, манеры играют порой решающую роль для налаживания человеческих отношений, в том числе и экономических отношений. Чарующая сила красоты способствует установлению экономических отношений. Но можно быть красивым, но улыбаться некрасиво; можно быть красивым, но демонстрировать резкие движения тела и рук; можно быть красивым, но двигаться не плавно и неловко; можно быть красивым, но невоспитанным в широком смысле слова; можно быть красивым, но не обладать хорошими манерами и т. д. Но можно быть красивым и все это иметь при себе. Вот тот идеал, к которому надо стремиться.

Выводы. Таким образом, мы выяснили, что художественное производство в новых условиях требует особого внимания ученых-экономистов, от творческих результатов которых во многом будет зависеть развитие экономической теории как науки в целом.

Список использованных источников

1. Глязер, Л. С. Некоторые экономические характеристики духовного производства / Л. С. Глязер // Некоторые методологические вопросы экономической науки / Институт экономики Академии наук СССР. – Москва, 1977. – 145 с
2. Крюковский, Н. И. Логика красоты / Н. И. Крюковский. – Минск : Наука и техника, 1965. – 462 с.
3. Леонгард, К. Акцептуированные личности / К. Леонгард. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1997. – 544 с.
4. Ганнушкин, П. Б. Избранные труды / П. Б. Ганнушкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. – 416 с.

5. Эриксон, М. Стратегия психотерапии / М. Эриксон. – Санкт-Петербург : ЗАО ИТД «Летний сад», 1992. – 512 с.
6. Боров, Ю. Б. Эстетика / Ю. Б. Боров. – Изд. 3-е. – Москва : Политиздат, 1981. – 399 с.
7. Казаринова, В. И. Красота, вкус, экономика / В.И. Казаринова. – Москва : Экономика, 1985. – 240 с.
8. Выготский, Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – Москва : АСТ, 2022. – 480 с.
9. Сергиевич, Т. В. Трансформация бизнес-моделей в легкой промышленности в контексте роботизации / Т. В. Сергиевич // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2020. – Вып. 12. – С. 73–81. <https://doi.org/10.21122/2309-6667-2020-12-73-81>

Статья поступила в редакцию 10 октября 2022 года

ECONOMICS OF ART PRODUCTION AND AESTHETICS

S. V. Kuregyan

Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department «Economics and Law»
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

The article deals with the economic aspects of artistic production as a part of spiritual production. The definition of artistic production is given and its sectoral structure is revealed. The economics of beauty is considered in the context of the artistic development of society.

Key words: *spiritual production, art production, art, culture, economics, beauty, aesthetics.*

References

1. Glyazer, L. S. (1977) *Nekotorye metodologicheskie voprosy ekonomicheskoy nauki* [Some methodological issues of economics] Moscow, Institut ekonomiki Akademii nauk SSSR. (In Russian).
2. Kryukovskij, N. I. (1965) *Logika krasoty* [The logic of beauty] Minsk, Nauka i tekhnika. (In Russian).
3. Leongard, K. (1997) *Akcentuirovannye lichnosti* [Accentuated personalities] Rostov-on-Don, Feniks. (In Russian).
4. Gannushkin, P. B. (1998) *Izbrannye Trudy* [Selected papers] Rostov-on-Don, Feniks. (In Russian).
5. Erikson, M. (1992) *Strategiya psihoterapii* [Psychotherapy strategy] Saint-Petersburg, ZAO ITD «Letnij sad». (In Russian).
6. Borev, Yu. B. (1981) *Estetika* [Aesthetics] Moscow, AST. (In Russian).
7. Kazarinova, V. I. (1985) *Krasota, vkus, ekonomika* [Beauty, feeling, economy] Moscow, Ekonomika. (In Russian).
8. Vygotskij, L. S. (2022) *Psihologiya iskusstva* [Psychology of art] Moscow, AST. (In Russian).
9. Sergievich, T. V. (2020) Transformation of business models in light industry in the context of robotics. *Ekonomicheskaya nauka segodnya*. (12), 73-81. Available from: <https://doi.org/10.21122/2309-6667-2020-12-73-81> (In Russian).