Крупський Олександр
канд. психол. наук, доцент
Стасюк Юлія
ст. викладач
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Дніпро, Україна

КОМІКС ЯК РУШІЙ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА

Економічна культура – це сукупність знань, умінь та цінностей, які визначають ставлення суспільства до економіки та регулюють його економічну поведінку [1]. Розвинута економічна культура є важливою передумовою для ефективного розвитку економіки та підвищення рівня життя людей. У цьому контексті, комікс вже відіграє важливу роль як інструмент формування загальної культури суспільства. Згідно з дослідженнями 2019 року майже половина (46%) респондентів у віці від 18 до 29 років вважали себе прихильниками коміксової культури [2], а це представники саме того покоління, яке має суттєво інші очікування від роботи, й створює своєрідний виклик традиційним поглядам роботодавців [3, 4]. Зараз економічна культура розглядається як складова сукупності культурних цінностей, що відображає особливості взаємодії суспільства та економіки [5]. Зміцнення економічної культури сприятиме розвитку економічної грамотності та фінансової культури населення.

Комікс вже давно вийшов за межі презентації пригод супергероїв, і є присутнім практично в кожному напрямі професійної діяльності [6]. Комікс пройшов довгий (майже 100-річний) шлях від суто розважального продукту до продукту, який став носієм інноваційних наукових поглядів та новітніх соціальних тенденцій [7]. Він є важливим культурним продуктом, який суттєво впливає на сучасне суспільство. Головним фактором, що зумовлює вплив коміксів на економіку, є їх високий рівень популярності. Комікси мають велику кількість шанувальників, що, з одного боку, сприяє розвитку ринку коміксів, і, з іншого боку, завдяки великій аудиторії прихильників створює нові можливості для формування культурних паттернів. Комікс має відповідати потребам суспільства та містити повідомлення, які можуть стимулювати потребу до освоєння, застосування та підтримання необхідних поведінкових норм, тим самим впливаючи на культурний фон суспільства.

В економічній культурі традиційно виділяють кілька рівнів. Перший рівень – це знання про економічну систему, її роль, функції, можливості та засоби впливу на прийняття рішень (когнітивні орієнтації). Другий рівень – це відчуття економічної системи, її структури, ролей та функцій. Третій рівень – це судження, думки та уявлення про економічну систему, які складаються з комбінації ціннісних стандартів і критеріїв, інформації та емоцій (оцінні орієнтації). Четвертий рівень – найбільш поширені в конкретному суспільстві

моделі економічної поведінки. На всіх рівнях формуються економічні цінності, ідеали, норми, стереотипи та міфологеми [8].

У процесі дорослішання людина засвоює основні складові елементи економічної культури, а саме:

1. Економічні цінності, які є функцією від життєво-побутових, предметно-матеріальних та соціально-економічних цінностей, та впливають на економічну активність особистості. Економічні цінності завжди загальноприйняті у свідомості сталих груп, завдяки чому і формується «мода» на цілі, які повинна досягти людина в своїй економічній діяльності [9].

2. Економічні норми – це загальні стандарти, які формують поведінку людей в економічній сфері в певних умовах; визначають, які дії вважаються прийнятними та регулюють економічні відносини в суспільстві.

3. Економічні стереотипи – це спрощені, узагальнені та часто вкорінені у переконаннях уявлення про економічні об’єкти, явища та процеси, які забарвлені особистими ціннісними орієнтаціями людини.

4. Економічні міфологеми – це статичні уявлення, що базуються на віруваннях, та допомагають систематизувати факти та події, та структурувати колективні уявлення про сучасне та майбутнє в економіці.

Саме в час дорослішання людина звертається до коміксу. Культурна соціалізація дитини (набуття та відтворення дитиною соціально-культурного досвіду, заснованого на її діяльності, спілкуванні та взаєминах) формується шляхом спроб і помилок. І комікс, як звичний інструмент пізнання світу [10] може допомогти візуалізувати складні економічні концепції та процеси, зробити їх доступнішими та зрозумілішими для широкої аудиторії. Крім того, за рахунок використання героїв та сюжетних ліній для передачі етичних принципів та практик в економічній поведінці можна сформувати загальні шаблони та очікування в економічній сфері. Наприклад, комікс про бізнес-лідерів, які дотримуються високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності, сприятиме формуванню етичних норм у бізнес-середовищі [11]. Комікс впливає на формування економічних норм через візуалізацію складних економічних концепцій та процесів, передачу етичних принципів та практик в економічній поведінці та соціальну мобілізацію [12, 13].

Комікс є важливим культурним продуктом, який впливає на суспільство, і як наслідок, на економічну культуру і особистості, і суспільства. Завдяки популярності, комікс-культура впливає на економіку, через, наприклад:

1) рекламу: комікси часто використовують для прямої та/або прихованої реклами товарів і послуг, що дозволяє стимулювати попит та збільшити обсяги продажів. Аналогічно і для інших напрямів, комікс є провідником як конструктивних, так і деструктивних поглядів на процеси у суспільстві;

2) створення нових ринків: комікси можуть сприяти ситуації «створення незадоволеної потреби» на товари та послуги, зокрема в галузі видавництва, продажу фігурок, іграшок, одягу, геройського мерча (продукції) тощо;

3) створення робочих місць: розвиток комікс-індустрії може створити нові робочі місця, зокрема для художників, письменників, редакторів, видавців, акторів, модельєрів та інших фахівців;

4) розвиток технологій: видання та розповсюдження коміксів вимагає розвитку технологій друку, зберігання та передачі даних, що сприяє розвитку відповідних галузей економіки. Крім того, комікси є популяризаторами як класичної науки, так і наукового мейнстриму [7].

5) культурний туризм: комікс-культура стає каталізатором зацікавленості щодо місць, локацій, будівель, де відбуваються відповідні сюжетні колізії.

Отже, комікси мають важливе значення для економічної культури суспільства, вони впливають на соціальну та культурну сфери суспільства, сприяючи розвитку освіти та креативної індустрії, а також формуючи моральні та соціальні цінності. Подальший розвиток та популяризацію коміксів необхідно використовувати як інструмент формування свідомої економічної культури.

Список використаних джерел

1. Крупський О.П., Стасюк Ю.М. Економічна культура як фактор інноваційного розвитку економіки країни. *Інноваційна економіка*. 2012. №9(35). С. 56–60. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/293755661.pdf.

2. Watson A. Fans of comic books in the U.S. 2019, by age group. *STATISTA*. 2019. URL: https://www.statista.com/statistics/1005439/comic-book-fans-us-by-age/.

3. Aldjic K., Farrell W. Work and Espoused National Cultural Values of Generation Z in Austria. *European Journal of Management Issues*. 2022. №30(2). P. 100–115. https://doi.org/10.15421/192210.

4. Ganner J., Kerschbaumer L., Tanzer C. Enhancing and Restricting Factors of Formal Voluntary Engagement in Tyrol and the Impact of the Pandemic. *European Journal of Management Issues*. 2021. №29(2). P. 73–82. https://doi.org/10.15421/192107.

5. Москаленко В. В., Шайгородський Ю. Ж., Міщенко О. О. *Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект [монографія]*. К.: Вид-во „Центр соціальних комунікацій”. 2012. 348 с.

6. Kuttner P. J., Weaver-Hightower M. B., Sousanis N. Comics-based research: The affordances of comics for research across disciplines. *Qualitative Research*. 2020. №21(2). P. 195-214. https://doi.org/10.1177/1468794120918845.

7. Hudoshnyk O., Krupskyi O. P. Science and comics: from popularization to the discipline of Comics Studies. *History of Science and Technology*. 2022. №12(2). P. 210–230. https://doi.org/10.32703/2415-7422-2022-12-2-210-230.

8. Zubiashvily I. Essence of the Economic Persons' Culture and its Role in The Economic Socialization. *Psychological Journal*. 2019. №.5(2). С. 163–183.

9. *Еволюція цінностей в епоху глобалізації: збірник наукових праць*. За заг. ред. О. В. Зернецької. Державна установа «Інститут всесвітньої історії НАН України». К.: ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», 2019. 214 с.

10. Hudoshnyk O. Comics as a Tool of Modern Scientific Communication. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. №22. P. 54–60. https://doi.org/10.15421/292206.

11. Rapp A., Ogilvie J., Bachrach D. G. Sales leadership icons and models: How comic book superheroes would make great sales leaders. *Business Horizons*. 2015. Vol. 58. №3. P. 261-274.

12. Gerde V. W., Foster R. S. X-Men ethics: Using comic books to teach business ethics. *Journal of Business Ethics*. 2008. Vol. 77. PP. 245–258.

13. Hudoshnyk, O. V., Krupskyi, O. P. Media Possibilities of Comics: Modern Tools for the Formation and Presentation of Organizational Culture. European Journal of Management Issues. 2023. Vol. 31. №1. 40-49. https://doi.org/10.15421/192304. (in Ukr)