

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-44>

УДК 330.1

## НЕОІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД АНАЛІЗУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА МЕДІААНАЛІЗ ЯК ОДИН ІЗ ЙОГО ІНСТРУМЕНТІВ

### NEO-INSTITUTIONAL APPROACH TO THE ANALYSIS OF UKRAINE'S ECONOMY AND MEDIA ANALYSIS AS ONE OF ITS TOOLS

**Кононенко Олег Вікторович**

аспірант,

Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4058-6272>**Фартушний Іван Дмитрович**

кандидат фізико-математичних наук, доцент,

Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1595-9495>**Kononenko Oleh, Fartushnyi Ivan**

Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Стаття присвячена пошуку відповіді на питання – «чи є сенс досліджувати соціально-економічний та політичний розвиток України за допомогою нового інституційного підходу?». Типовим прикладом нової інституційної поведінки системи (без конкретних цінностей і бажання максимально заощадити прийняття рішень) є створення політики ЄС щодо України ініціаторами (Німеччина, Франція, Нідерланди, Бельгія та Італія). Для відповіді на це питання зробимо стислий антропологічний екскурс у процес формування українців, як політичної нації, і розставимо акценти, які пояснюють чому ці складнощі підходу (неоінституціонального) можливі і як ми можемо їх долати за допомогою додаткових інструментів, таких як медіааналіз. Після аналізу наукових праць стає зрозуміло, що визначення інститутів як чинників, що визначають напрямки політичного та економічного розвитку України, забезпечує стабільність, закономірність та стабільність поведінки політико-економічних суб'єктів, що значною мірою впливає на їхній вибір. У сукупності можемо вважати, що медіааналіз є ефективним інструментом у всьому соціологічному напрямі неоінституціоналізму. Саме він може ідентифікувати іміджеві ризики та прогнозувати ймовірність їх виникнення, аналізувати потреби та тенденції ринку тощо. За допомогою цього інструменту ми можемо прогнозувати появу та формування соціальних, державних і комерційних інституцій та вплив такого контенту на рівні формування медіапростору.

**Ключові слова:** неоінституціоналізм, інституціоналізм, соціологічний неоінституціоналізм, історичний інституціоналізм, інститути, соціологічні опитування.

The article is devoted to the search for an answer to the question – "does it make sense to study the socio-economic and political development of Ukraine with the help of a new institutional approach?". A typical example of the system's new institutional behavior (without specific values and the desire to save decision-making as much as possible) is the creation of the EU policy towards Ukraine by the initiators (Germany, France, the Netherlands, Belgium and Italy). To answer this question, let's make a brief anthropological excursion into the process of formation of Ukrainians as a political nation and place accents that explain why these difficulties of the (neo-institutional) approach are possible and how we can overcome them with the help of additional tools, such as media analysis. After the analysis of scientific works, it becomes clear that the definition of institutions as factors that determine the direction of political and economic development of Ukraine ensures stability, regularity and stability of the behavior of political and economic subjects, which largely affects their choice. And also analyzing the experience of companies engaged in media analysis, which involves maximum coverage of social and other media of national, local and foreign media. Where there is automated categorization, sentiment analysis at the aspect level, visual analysis, detection of the emotional component, etc. As key information based on the results of media analysis, they are presented in extended interactive reports, and they also deal with this issue in terms of finding approaches to automate the analysis of various meaningful entities and their classification. In total, we can consider that media analysis is an effective tool in the entire sociological direction of neo-institutionalism. It is he who can identify image risks and

predict the probability of their occurrence, analyze market needs and trends, etc. With the help of this tool, we can predict the emergence and formation of social, state and commercial institutions and the impact of such content on the level of media space formation.

**Keywords:** neo-institutionalism, institutionalism, sociological neo-institutionalism, historical institutionalism, institutions, sociological surveys.

**Постановка проблеми.** Чи має сенс у використанні неоінституціональних підходів для дослідження розвитку суспільства, економіки та політики України? Класичним прикладом неоінституційної поведінки системи (без особливих цінностей та з прагненням максимально зекономити на ухваленні рішення) є політика щодо України країн-ініціаторів створення ЄС (Німеччина, Франція, Нідерланди, Бельгія та Італія) напередодні повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 року. Вважалося, що, країнам ЄС, які захищені НАТО, за великим рахунком, долею Україна можна особливо не перейматися і залишити її т. зв. «сірою зоною» ЄС, щоб «не порушувати існуючу систему безпеки в Європі» [1].

Для відповіді на це питання дозволимо собі зробити стислий антропологічний екскурс у процес формування українців, як політичної нації, і розставимо акценти, які пояснюють, на нашу думку, чому українцям важко імплементувати метод, який виходить з того, що ухвалення рішень в межах досліджуваної ними системи позбавлено тиску цінностей, норм, правил, і виходить лише з егоїстичних (опортуністичних) мотивів суб'єкта, що його ухвалює, який прагне зробити для себе ухвалення цього рішення максимально дешевим (мінімізує т. зв. «трансакційні видатки»).

Здійснена українцями протягом останніх 30-ти років ціннісна революція зробила нас більш самостійними, більш відповідальними, більш щасливими, більш комунікабельними. Наші любов до свободи, індивідуалізму та підсвідома схильність до мережовості зробили українців більш відкритими, вчать довіряти один одному. Війна добре «підсвічує» позитивну зрушення. Українці стали культурно та соціально ближчими до «цінностей розвитку» або постматеріалізму, панування яких притаманно суспільствам Західного типу із розвинутою економікою та стабільними демократичними системами [2; 3].

Втім повномасштабна агресія РФ проти України робить більш колоритними і постколоніальні вади сучасного українського архетипу, серед яких – високий рівень патернальності громадян, що стає помітним через наші все

ще великі сподівання та очікування гарантій/захисту (соціального та економічного) від держави, схильність політично «ставити» на лідерів із «сильною рукою», потенційно схильних до авторитаризму, та надмірний колективізм та нетерпимість у питаннях неконструктивних дискусій в соціальних мережах. Ми доводимо нашу здатність відстояти власну державність на полі бою, але слабкість сталої державницької традиції, стабільних та життєстійких інститутів та еліти ускладнюють нашу боротьбу за власну державність на економічному фронті.

Цікаво, що велика кількість вітчизняних науковців пояснюють таку дуальність українського архетипу не лише (або не стільки) постколоніальною спадщиною, а й присутністю в культурному коді українців, які, безумовно, є частиною Західної цивілізації, синтезу різних культурних традицій. «Кордоцентризм» (обумовлений православним трактуванням християнства), зорієнтованість у засобах спілкування, в першу чергу, на чуттєву переконливість «голосу Серця» замість «голосу Розумі» (як у протестантській християнській традиції) складають основу специфіки української ментальності, яка змушує весь час ставити під сумнів власну спроможність жити у відповідності до вільно обраних нами цінностей. У той же час – тонке відчуття «вищої правди», людиноцентризм дісталися нам у спадок від загально християнського філософського концепту і роблять українців частиною західної цивілізації, європейцями [2].

Таким чином, «сердечним» і все ще набагато менш раціональним, у порівнянні із західними європейцями, українцям все ще не просто опановувати неоінституціоналізм, як концепт, що вимагає прагматичного використання методів, понять і концепцій економічної теорії для аналізу політичних та соціальних явищ і процесів. Втім, привчатися до неоінституційних практик українському суспільству та українській владі все ж таки прийде, оскільки вони (практики) дуже корелюються із необхідністю ухвалення жорстких та прагматичних управлінських (і політичних в т.ч.) рішень, детермінованих обмеженим економічним ресурсом, що є в розпорядженні України.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

На початку ХХ ст. Захід, втомлений від історичної школи та марксистської політичної економії, створив нову економічну школу, що називалася інституційною економічною теорією. Основоположником інституціоналізму вважається американець Т. Веблен, автор відомої книги «Теорія бездіяльного класу» (1899). Дуже чітко сутність інституціоналізму описав Д. Норт, що наголошував на тому, що під «інститутами» слід розуміти «правила гри» в суспільстві, або, створені людиною обмежувальні рамки, які організують взаємовідносини між людьми (політичні, економічні та соціальні). Ці обмежувальні рамки являють собою певні неформальні обмеження (санкції, табу, звичаї, традиції і норми поведінки) і формальні правила (конституції, закони, права власності), а також механізми, що забезпечують їх виконання [4]. Відтак, за Нормом, сутністю інституціоналізму є створення інститутами обмежувальних рамок для економічної поведінки людей.

Із середини 1970-х років 20 ст. неінституціоналізм починає позиціонуватися в теорії економіки як новий економічний напрямок, відмінний від неокласики та її неортодоксальних підходів у дослідженнях [5]. Серед фундаторів неінституціоналізму є Р. Коуз (який ще 1937 року у праці «Природа фірми» започаткував цей напрям досліджень) [6], К. Дж. Ерроу («Суспільний вибір та індивідуальні цінності», 1951), Д. Марч та М. Олсон («Знову відкриваючи інститути», 1989), О. Уільямсон («Корпоративний контроль та ділова поведінка: дослідження впливу форми організації на підприємницьку поведінку», 1970 [7] та «Економічні інститути капіталізму», 1996), Д. Норт («Інститути, інституційні зміни та функціонування економіки», 1990), Дж. Б'юкенен і Г. Таллок («Розрахунок згоди», 1962), Л. Гурвіц, А. Алчіан, Г. Демсец, У. Мітчелл, Й. Барцель, С. Чен, У. Меклінг, М. Дженсен, Ю. Фама та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми:** Основною проблемою є адоптація світового неінституційного підходу до реалій українського «архетипу», який формувався і формується в умовах жорсткої динамічної турбулентності. А також оцінити перспективи та можливості використання медіа аналізу для спрощення та оптимізації а також вдосконалення методів неінституціональних підходів.

**Мета статті.** Зосереджуючись на історичному і науковому екскурсі у питання складно-

щів застосування неінституціональних підходів у економічному та політичному розрізі в умовах сучасної України, знайти можливі підходи для оптимізації існуючих інструментів у цьому напрямку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На відміну від старого інституціоналізму, що зосереджується на законодавстві та органах державної влади, неінституціоналізм значно розширює спектр досліджуваних інституцій. Таким чином, перше, на чому зробило наголос: відкинувши норми та традиції, неінституціоналісти не відмовилися від аналізу місця та ролі в системі соціальних інститутів. Згідно неінституціоналізму, об'єктом дослідження є як механізми, так і соціальна взаємодія та поведінка суб'єктів їх прийняття. Таким чином, інститутами, за неінституціоналізмом, є виборче право, конституційне право тощо. Друге, неінституціоналісти дотримуються принципу методологічного індивідуалізму: у неінституціоналізмі увага звертається на відносини в організаціях, у той час, як інституціоналізм досліджує саме спільноти й організації, їх дії стосовно індивідів. Третє, неінституціоналісти, як і будь-які прагматики, розуміють, що кожне рішення є результатом компромісу та, як правило, ухвалюються не прийнятні, а можливі рішення. Неінституційний підхід використовує модель раціонального вибору з врахуванням, окрім ресурсних і технологічних, ще і інституційні обмеження, які звужують варіанти вибору при прийнятті рішень. Четверте, в неінституційному методі до аналізу систем домінує принцип максимізації корисності рішення для індивіда, що його ухвалює. Корисність є сумою видатків та мотивації індивіда, що ухвалює рішення. П'яте, неінституціоналісти визнають, що при ухваленні рішення нормою є така поведінка індивіда, коли він намагається реалізувати лише власні інтереси, нехтуючи принципами моралі. Таку поведінку, з легкої руки О. Уільямсона, називають опортуністичною. Шосте, неінституціоналісти переконані, що на рішення впливає прагнення зменшити трансакційні видатки (видатки взаємодії між людьми, витрати ресурсів (фінансових, трудових тощо) для планування, реалізації і контролю за виконанням зобов'язань стосовно процесу відчуження і привласнення прав і свобод у суспільстві. Вадою неінституційного підходу є складність визначення трансакційних видатків, інформаційних та інтелектуальних ресурсів, часу для виконання рішення.

Це ускладнює оцінку ефективності прийнятого рішення та його реалізації [8].

До основних методів та аналітичних інструментів неоінституціоналізму відносять:

- емпіричні методи (опис та виявлення релевантних інститутів);
- методи класичної та еволюційної теорії ігор;
- мікроекономічне моделювання на кшталт неокласичної економіки (методи рівноважного аналізу);
- компаративістський метод (порівняльний, тобто той, що під час аналізу спирається на порівняльне вивчення просторово-часових взаємодій);
- історичний метод (дослідження ролі історії у формуванні, збереженні та зміні інститутів) [9].

Якщо дуже спрощено, то вся методологічна база неоінституціоналістів спрямована на пошук/формування такого раціонального рішення, ухвалення якого призведе до мінімальних втрат (трансакційних видатків) та розбалансування системи, в межах якої воно ухвалюється. В контексті формування стратегії скорочення трансакційних видатків дуже цікавою є медіасфера, що розглядається неоінституціоналістами як окремий політичний інститут, що формує поведінку основних політичних та економічних суб'єктів. Медіа в комплексі із іншими інститутами (мистецтво, освіта, церква тощо), що «виховують», роблять всі політичні процеси більш-менш залежними від ЗМІ [10]. Якщо в сталих демократичних суспільствах медіа забезпечують демократизацію політичної системи та певну прозорість ринків [11], то в авторитарних, напівавторитарних та решті гібридних режимів фіксують та підсилюють недемократичні тренди (сучасна РФ – яскравий приклад деструктивного впливу такого інституту як медіа на якість системи, але дуже ефективного з точки зору маніпуляцій, «громадянського виховання – якщо цей термін можна вживати до сучасної РФ, в контексті скорочення трансакційних видатків). Головна відмінність медіа, як інституту, що функціонує в демократіях, від медіа, що функціонують в гібридних чи авторитарних режимах, полягає в тому, що в демократіях медіа є умовно незалежними і дозволяють покращувати систему та інститути через тиск на політичний клас та уряд. Щодо ролі медіа в умовах політичної гібридності та авторитаризму, то вони сприяють деградації системи.

Отже, аналізуючи процеси, що відбуваються в самих медіа, як в інституції, можна намагатися корегувати його діяльність, а, і відповідно, опосередковано через медіа і інші інститути, на які впливають ЗМІ. Дослідження процесів в медіа, як в інституті, відбувається передусім за допомогою медіааналізу, що є складовою соціологічної течії неоінституціоналізму, і розглядається як дисципліна на межі статистики, соціології, політології, філології, економетрики, журналістики, маркетингу та зв'язків із громадськістю. Фактично, медіааналіз являє собою процес кодування та інтерпретації конкретного повідомлення, способів передачі того чи іншого змісту. Медіааналіз дозволяє розглядати кожне медійне повідомлення через його відповідність певним цінностям, потребам, які, наприклад, має «система» до процесів, описаних в тексті.

Плануючи вивчати медіа, як інституцію, закономірності функціонування такого інституту, потрібно пам'ятати, що до диференційованих комунікативних просторів у медійній політиці належать:

- ЗМІ та журналістика (медіа організації);
- мережеві громадськості (наприклад, блоги, соціальні мережі, цифрові платформи, програми для обміну повідомленнями);
- політичні арени, структуровані за політичною системою (наприклад, парламентські комітети, слухання органів влади, доступні політичні документи, парламентські дебати, політичні партії, експертні кола тощо);
- арени інших діячів (наприклад, наукові кола, громадянське суспільство, фонди, професійні та галузеві асоціації, конференції, посередники)
- різного роду зовнішні рекламні та промо активності

Зміст цих медійних кластерів має бути досліджений, якщо дослідник ставить собі за мету вивчити вплив медійного інституту на решту інститутів системи. До основних сучасних трендів медіааналізу належить: комплексний підхід (врахування технометричних та якісних показників), використання інтегральних показників та аналіз соціальних мереж. Медіааналіз передбачає максимальне охоплення соціальних та інших медіа національних, місцевих та іноземних ЗМІ. Відбувається автоматизована категоризація, аналіз настроїв на рівні аспекту, візуальний аналіз, виявлення емоційної складової, тощо. Ключова інформація за результатами медіааналізу подається в розширених інтерактивних звітах.

Оцінка інформаційної активності та конкурентної позиції компанії у ЗМІ та соціальних медіа необхідна для виявлення репутаційних ризиків та оперативного реагування, ефективного просування та позиціонування компанії, вибудовування комунікаційних процесів. Подібними дослідженнями займаються такі іноземні компанії, як Voices4everyone [12], USC Annenberg [13], Carma, Media intelligence, Rockland dutton, Sml Stanford, які дуже активно працюють на автоматизацію медіааналізу, що спрощує та робить дешевшим дослідження в цьому напрямку. Наприклад, такі українські компанії як EIVisti, NOKs fishes вже багато років мають технологію автоматичної сегментації проаналізованого контенту на різного роду економічні сегменти та ринки, а остання компанія вже багато років автоматизує аналітичну складову з дослідження різного роду змістів в розрізі різних сегментів та класів як контенту так і інформаційних каналів медіапростору, що дає багато можливостей для дослідження інститутів України так і інших країн [14].

За підсумком медіааналіз має надавати відповідь на питання, як інтерпретація медіа соціальних інститутів, репутації індивідів або малих груп, що представляють мережу, впливатимуть на трансакційні витрати рішень в межах системи. Добре, якщо скорочують. Погано, якщо збільшують. Тут вже відкривається простір для роботи соціологів, політологів, політичних інженерів та медіаменеджерів щодо пошуку варіантів корекції діяльності медіа, як інституту, в межах аналізованої системи/суспільства.

**Висновки.** Аналізуючи матеріали ми можемо стверджувати, що складнощі аналізу українського архетипу та подальша робота з різного роду економічними теоріями мають вирішення у застосуванні неокласичного підходу. Дефініція інститутів як факторів, що визначають напрямок політичного та економічного розвитку України, забезпечують стабільність, регулярність та стійкість поведінки політичних та економічних суб'єктів, що значно впливає на їх вибір. Виходячи з проаналізованої інформації про методи та інструменти медіааналізу, вважаємо, що він є дієвим інструментом в межах соціологічної течії неінституціоналізму в цілому, а в розрізі українського «питання» має велику актуальність та своєчасність для використання. Саме він здатен визначити іміджеві ризики та спрогнозувати ймовірність їх появи, проаналізувати потреби та тенденції ринку, тощо. За допомогою цього інструменту можемо прогнозувати появи та формування соціальних, держаних, бізнес та інших типів інституцій на рівні формування контенту в ЗМІ та впливу цього контенту. А зважаючи на те що сам по собі інструмент є значно дешевшим ніж різного роду дослідження в цьому напрямку (соціологічні, емпіричні, експертні та інші) можемо вважати, що для покращення результатів досліджень та удосконалення їх механізмів української економіки та політики потрібно по можливості розширювати спектр інструментів неінституціонального підходу аналізу, а саме таких як медіааналіз та різного роду соціологічні дослідження з використанням медіааналізу.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Barbara Lippert Ukraine's Membership Bid Puts Pressure on the European Union. SWP Comment 2022/C 21, 24.03.2022, 7 Pages. URL: <https://www.swp-berlin.org/en/publication/ukraines-membership-bid-puts-pressure-on-the-european-union>.
2. Ronald Inglehart. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. 1997. 464 p.
3. Україна у Світовому дослідженні цінностей (WVS-7). 2020 р. URL: <https://drive.google.com/file/d/1zBsRKru3xFwMq54aegJGH1nSfqAr81ts/view>.
4. Норт Д. Інституції, інституційні зміни та функціонування економіки. Київ, 2000. 397 с.
5. Ostrom, E. Understanding Institutional Diversity. Princeton, Oxford : Princeton University Press, 2005. 375 p.
6. Coase, Ronald. The Nature of the Firm. Economica. Blackwell Publishing. 405 pages.
7. Уильямсон О. Логика экономической организации // *Природа фирмы* / под ред. О. И. Уильямсона, С. Дж. Уинтера. Москва : Дело, 2001. С. 135–174. (англ. Williamson O. Logic of economic organization, 1988)
8. Чабанна М. Неінституційний підхід до аналізу процесу прийняття політичних рішень. *Політичний менеджмент*. 2010. № 2. С. 29–37.
9. Вольчик В. В. Курс лекцій по інституціональній економіці. Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 2000. Лекція 1, 2.
10. Rosamond B. Theories of European integration. New York, NY : Palgrave. 2000. 232 p.

11. Schmidt V.A. Discursive institutionalism: The explanatory power of ideas and discourse. *Annual Review of Political Science*, 11(1), 2008. P. 303–326.
12. Сайт компанії «Voices4everyone». URL: <https://voices4everyone.prsa.org>.
13. Сайт компанії «Annenberg». URL: <https://annenberg.usc.edu>.
14. Сайт компанії «НОКс фішес». URL: <https://product.noksfishes.info>.

## REFERENCES:

1. Barbara Lippert Ukraine's Membership Bid Puts Pressure on the European Union. SWP Comment 2022/C 21, 24.03.2022, 7 Pages. Available at: <https://www.swp-berlin.org/en/publication/ukraines-membership-bid-puts-pressure-on-the-european-union>.
2. Ronald Inglehart (1997) *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. 464 p.
3. Ukraine in the World Values Survey (WVS-7). 2020 Available at: <https://drive.google.com/file/d/1zBsRKru3x-FwMq54aegJGH1nSfqAr81ts/view>.
4. North D. (2000) *Instituciyni zminy ta funzionuvannya economici [Institutions, institutional changes and functioning of the economy]*. Kyiv, 397 p.
5. Ostrom E. (2005) *Understanding Institutional Diversity*. Princeton, Oxford: Princeton University Press, 375 p.
6. Coase, Ronald. *The Nature of the Firm*. Economica. Blackwell Publishing. 405 pages.
7. Williamson O. (2001) *Logika ekonomcheskoy organizacii [The logic of economic organization] Priroda firmy [nature of the company] / under the editorship. O. I. Williamson, S. J. Winter. M.: Delo, P. 135–174.*
8. Chabanna M. (2010) Neoinstituciyniy pidhid do analizu processu priynyattia rishen [Neo-institutional approach to the analysis of the political decision-making process]. *Politichniy menegment [Political management]*. No. 2. P. 29–37.
9. Volchuk V. V. (2000) *Curs lekciy po institucionalnoy ekonomike [Course of lectures on institutional economics]*. Rostov-on-Don: RSU Publishing House. Lecture 1, 2.
10. Rosamond B. (2000) *Theories of European integration*. New York, NY: Palgrave. 232 p.
11. Schmidt V. A. (2008) Discursive institutionalism: The explanatory power of ideas and discourse. *Annual Review of Political Science*, 11(1), 303–326.
12. Website of the company «Voices4everyone». Available at: <https://voices4everyone.prsa.org>.
13. Website of the company «Annenberg». Available at: <https://annenberg.usc.edu>.
14. Website of the company «NOKS Fishes». Available at: <https://product.noksfishes.info>.