

УДК 008:316.422

doi: 10.20998/2227-6890.2021.1.14

М.М. МИЩЕНКО**ВІД МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ ДО КУЛЬТУРНОЇ ІНДУСТРІЇ (ПРО ПОЄДНАННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЕКОНОМІКИ НАПРИКІНЦІ ХХ ТА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ)**

Дана стаття присвячена поняттю креативної економіки і ролі творчості та інновацій в сучасному світі. Розглянуто креативну економіку, що розмежовується на ряд окремих галузей – креативних індустрій, однією з яких є культурна індустрія, що є об'єктом даного дослідження. Витоки культурної індустрії сягають ще ХІХ століття і пов'язані з можливістю тиражування мистецтва і поширенням масової культури. Чисельні недоліки поєднання промисловості та культури були осмислені багатьма філософами ХХ століття, але сьогодні можливо відмітити і позитивні моменти, пов'язані з цим. Проаналізовано концепцію «креативного міста», яка продовжує вивчення великих міст після урбаністики. За Ч. Лендрі це свого роду філософія сучасного міста, в якому творчість і творчий потенціал є головною рушійною силою. Культурні мапи регіонів країни пов'язані із долею інноваційності і креативності в економіці та формуванням нових культурних стандартів. Розглянуто хаби, коворкінги, кластери як сучасні простори для продукування нових ідей. Наведено приклади їх функціонування в Харкові. Публічний простір є основою креативного міста. Підкреслено потребу генерування творчих ресурсів в економічне зростання міст із залученням інвестицій. Доведено, що рівень «креативності» міста спирається на такі показники, як: культурне життя, креативна економіка та сприятливі умови для розвитку культури та креативності, а також те, що позитивними наслідками розвитку креативних індустрій є використання прикладних творчих практик, інновацій, що змінюють соціальний простір ззовні і зсередини, генерація прибутку, створення робочих місць та повага до інтелектуальної власності. Розкрито актуальність креативної економіки та культурних індустрій для майбутніх досліджень з урахуванням збільшення культурного сектору в економіці. Констатовано, що «креативність» стає основним поняттям сучасної економіки, незалежно від галузі.

Ключові слова: масова культура, креативна економіка, культурна індустрія, культурний продукт, креативне місто, кластери, хаби, глобалізація, інновації.

М.Н. МИЩЕНКО**ОТ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ ДО КУЛЬТУРНОЙ ИНДУСТРИИ (ОБ ОБЪЕДИНЕНИИ КУЛЬТУРЫ И ЭКОНОМИКИ В КОНЦЕ ХХ И НАЧАЛЕ ХХІ ВЕКА)**

Данная статья посвящена понятию креативной экономики и роли творчества и инноваций в современном мире. Рассмотрена креативная экономика, которая разграничивается на ряд отдельных отраслей – креативных индустрий, одной из них является культурная индустрия, объект данного исследования. Истоки культурной индустрии исходят еще с ХІХ века и связаны с возможностью тиражирования искусства и распространением массовой культуры. Многочисленные недостатки сочетания промышленности и культуры были осмыслены многими философами ХХ века, но сегодня возможно отметить и положительные моменты, связанные с этим. Проанализирована концепция «креативного города», которая продолжает изучение больших городов после урбаністики. По Ч. Лендрі, это своего рода философия современного города, в котором творчество и творческий потенциал являются главной движущей силой. Культурные карты регионов страны связаны с частью инновационности и креативности в экономике и формированием новых культурных стандартов. Рассмотрены хабы, коворкинги, кластеры как современные пространства для продуцирования новых идей. Приводятся примеры их функционирования в Харькове. Публичное пространство является основой креативного города. Подчеркнута необходимость генерирования творческих ресурсов в экономический рост городов с привлечением инвестиций. Доказано, что уровень «креативности» города опирается на такие показатели, как: культурная жизнь, креативная экономика и благоприятные условия для развития культуры и креативности, а также то, что положительными последствиями развития креативных индустрий является использование прикладных творческих практик, инноваций, меняющих социальное пространство извне и изнутри, генерація прибыли, создания рабочих мест и уважение к интеллектуальной собственности. Раскрыто актуальность креативной экономики и культурных индустрий для будущих исследований с учетом увеличения культурного сектора в экономике. Констатировано, что «креативность» становится основным понятием современной экономики, независимо от отрасли.

Ключевые слова: массовая культура, креативная экономика, культурная индустрия, культурный продукт, креативный город, кластеры, хабы, глобализация, инновации.

M.M. MISHCHENKO

FROM MASS CULTURE TO CULTURAL INDUSTRY (ABOUT THE COMBINATION OF CULTURE AND ECONOMY IN THE LATE XX AND BEGINNING OF XXI CENTURIES)

This article is devoted to the concept of the creative economy and the role of creativity and innovation in the modern world. The creative economy is divided into a number of separate industries –creative industries, one of which is the cultural industry, the object of this study. The origins of the cultural industry go back to the 19th century and are associated with the possibility of replicating art and the spread of mass culture. The numerous disadvantages of combining industry and culture have been comprehended by many philosophers of the twentieth century, but today it is possible to note the positive aspects associated with this. The article analyzes the concept of "creative city", which continues the study of large cities after urbanism. According to C. Landry, this is a kind of philosophy of a modern city, in which creativity and creativity are the main driving force. Cultural maps of the country's regions are associated with a part of innovation and creativity in the economy and the formation of new cultural standards. The article discusses hubs, coworking spaces, clusters as modern spaces for the production of new ideas. The ways of their functioning are given on the example of the city of Kharkov. Public space is the backbone of a creative city. The need to generate creative resources for the economic growth of cities with the attraction of investments for this is emphasized. The city's "creativity" level is based on indicators such as cultural life, creative economy and favorable conditions for the development of culture and creativity. The positive consequences of the development of creative industries are the use of applied creative practices, innovations that change the social space from the outside and from the inside, profit generation, job creation and respect for intellectual property. The topic of the creative economy and cultural industries is relevant for research in the future, given the increase in the cultural sector in the economy. You can also state "creativity" as the main concept of the modern economy, regardless of the industry.

Key words: mass culture, creative economy, cultural industry, cultural product, creative city, clusters, hubs, globalization, innovation.

Постановка проблеми. У другій половині ХХ ст. стала відчутною тенденція до зближення мистецтва та економіки, що є наслідком засилля масової культури. Індустрія дозволяла, розваг, безкінечного копіювання / відтворювання мистецтва та його вимірювання в категоріях товару та комерційного зиску – знаменували епоху культурної індустрії, бурхливий розвиток якої ми спостерігаємо в ХХІ ст. Негативні конотації, такі як масовість, комерційність, низькопробність, циклічність сенсів, що спочатку супроводжували цю нову добу, поступово змінюються на її визнання та потребу вивчення нової духовності, яку ця епоха формує.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У другій половині ХХ та на початку ХХІ ст. відбулися суттєві соціальні та економічні зрушення – урбанізація, індустріалізація, зміна ролі ЗМІ в суспільстві та інше. Змінюється як сама культура, так і її взаємозв'язки з іншими галузями, в результаті чого з'являється поняття культурної індустрії. Термін «індустрія культури» було введено Теодором Адорно і Максом Хоркхаймером у 1947 році в роботі «Діалектика Просвітництва» (розділ Культурна індустрія. Просвітництво як спосіб обману мас», що сьогодні існує як окремо виданий твір) [17]. Культура тепер – нова галузь економіки. Автори в роботі говорять про промисловий апарат з виробництва сфери мистецтва, живопису, літератури, кіно. Виробництво культурних товарів для мас витісняє духовність, і проблема ця родом ще з ХІХ ст., коли стало можливим тиражування мистецтва.

Ще один автор, чия робота стала класичною з даної тематики – це Жан Бодрійяр. Його праця «Суспільство споживання. Його міфи та структури» починається з пророчих слів: «Існує сьогодні навколо нас свого роду фантастична наочність споживання та достатку, що ґрунтується на примноженні багатств, послуг, матеріальних благ, що складають різновид глибинної мутації в екології людського роду» [1].

Ганц Магнус Енценбергер говорить в своєму есеї «Індустрія свідомості» не лише про культуру, що отримує в сучасності промислові масштаби. В площині його уваги – мас-медіа, які здатні стати новою виробничою силою. Вони формують, транслюють, зберігають, продають та купують інформацію. Індустрія свідомості означає, що предмети стають культовими, популярні постаті масової культури – ідолами, а споживання – основою буття [19].

Професор Девід Хезмондалш у своїй роботі «Культурні індустрії» розглядає роль культури та творчості в сучасному суспільстві починаючи з 1980 рр. Культурні індустрії, як державні, так і комерційні, напряму пов'язані з виробництвом соціального сенсу [14]. Протест Хезмондалша полягає у перетворенні культури на виробництво, котре не відрізняється від інших видів матеріального виробництва. «Символічне виробництво прийнято відрізняти від матеріального в силу тисячолітньої метафізичної звички, що вписана в нашу культуру» [15, с. 234].

Загрози розвитку креативних індустрій для культури, мистецтва та літератури в класичному їх

розумінні, безумовно, є. Разом із тим, серед позитивних наслідків розвитку індустрій є очевидні перспективи для зрушення економік. Наукові розвідки про креативне місто – це розвідки про можливості розвитку великих міст у майбутньому. «Креативне місто» Чарльза Лендрі – це філософська концепція сучасного міста, в якому самі жителі усвідомлюють свій творчий потенціал і використовують на розбудову міста [10]. В Україні питання про креативність міст піднімають автори Ю. Жук, А. Онищенко, Ю. Трач та ін., а з критеріями «креативності» міста можна ознайомитися на сайті Gwaga Media [18]. Восени 2021 року в Україні відбувся міжнародний форум «Креативна Україна», організатором якого є Міністерство культури та інформаційної політики України.

У вітчизняному просторі до питання культурних, креативних індустрій та креативної економіки в цілому звертаються автори: О. Олійник, А. Євграфова, Н. Прокопенко, Н. Машіна, М. Сазонова, Г. Самійленко, І. Пархоменко, Т. Пригода, М. Проскуріна та ін. Їх розробки не лише аналізують основні поняття креативності, кластеру, креативної економіки, культурного простору, а й проводять паралелі українського розвитку у порівнянні з іншими країнами. Разом із тим, питання залишається актуальним для дослідження через збільшення культурного сектору в економіці та констатування «креативності» як основного поняття сучасної економіки.

Метою даної статті є дослідження поняття культурної індустрії та її сучасного стану розвитку в Україні. Чисельні недоліки поєднання промисловості та культури були позначені та осмислені багатьма філософами другої половини ХХ ст., а ХХІ ст. демонструє, що ідея поєднання культури та економіки залишається не просто живою, а й розвивається та продукує нові сенси для мистецтва, літератури, мас-медіа.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується дана стаття. Місто Харків на сьогодні є не тільки одним з найбільших міст України, не тільки великим промисловим, освітнім, політичним та культурним центром, а й місцем, що підпадає під поняття «креативне місто». Creative cities – це міста з великим рівнем творчої активності, що є запорукою розвитку міста на майбутнє. Сучасне культурне життя Харкова, кластери, хаби, резиденції, івент-холли, галереї – демонструють залученість міста до загальних світових тенденцій створення простору для продукування, поширення та вживання культурних продуктів. З 2019 року кафедра українознавства, культурології та історії науки НТУ «ХПІ» працює над науково-дослідною роботою «Історія та культура Слобожанщини як складова цивілізаційного поступу України наприкінці ХІХ – поч. ХХІ ст.», і дана стаття є розвідкою стосовно стану креативних індустрій (культурної індустрії зокрема) як Харкова, так і України в цілому.

Виклад основного матеріалу. Креативні індустрії – це особливий сектор економіки та тип соціокультурних практик, основа яких – новизна і творчість. Створення інноваційних продуктів і послуг сьогодні формує особливий тип економіки – креативну економіку [11]. «Поява креативної економіки пов'язана з глобалізацією, інформаційним суспільством, коли відбувається перехід від економіки виробництва товарів до економіки виробництва знання, творення ідей» [11], і потребує для цього гуманітарних технологій. Креативні сектори використовують прикладні творчі практики, законодавчо оформлюють інтелектуальну власність. Креативні індустрії відображають різні креативні галузі економіки. Мова йде про економічну діяльність, яка виробляє креативні ідеї та продукти інтелектуальної якості, що забезпечують зростання добробуту.

Культурні індустрії є підсектором креативних індустрій, це види діяльності, що виробляють продукти та послуги, в основі яких – цінність культурного продукту та культурного самовираження. Окрім культурних, художніх, інноваційних продуктів чи послуг, креативна економіка є також створенням і функціонуванням просторів, де митці мають змогу представляти свої роботи, обмінюватися ідеями, перебувати у творчому пошуку. Культурні індустрії включають до свого складу індустрію кіно, аудіо та відео, сферу мультимедіа, дизайн та архітектуру, видавничу діяльність, рекламу, візуальні мистецтва.

Найпотужнішими секторами на сьогодні є рекламний бізнес, галерейна справа, мас-медіа [11]. Культурне виробництво базується на певних стадіях, що передбачають етапи виробництва, доставку продуктів до аудиторії, поширення. Це вимагає маркетингу, реклами, логістики. Медійний ринок складають радіо, кіно, ТБ, преса, а також сучасні простори соцмереж, блогів та ін.

Інновація є одним з головних критеріїв успішності бізнесу та стартапів. Компанії розуміють, що для майбутнього важливо виховання власних креативних співробітників. Тому тренінги, освітні програми з тренування креативного ставлення до професії вже сьогодні є важливою складовою корпоративної культури. Мінливість світу вимагає гнучкості, вміння швидко реагувати на зміни, мати не стандартизований, а оригінальний тип мислення. Саме це – в основі soft skills, на які звертають увагу роботодавці. Сучасний бізнес потребує особливого стилю мислення, завдяки якому знаходиться шлях з будь-якої проблеми, і це шлях, яким ніхто ще не йшов. Тому одні компанії та проекти вражають неординарними ідеями, слугуючи джерелом натхнення, а інші – тримаються второваних шляхів. Завдання ейчарів та керівників освітніх курсів у сучасних компаніях – створити умови для творчості на робочому місці, атмосфери заохочення нестандартного мислення. Творчість здатна процвітати в середовищі, яке безпечне, інклюзивне, толерантне, адаптивне, схильне до експериментів, пробуджує людей до цікавості.

«Консервування» культурної спадщини відходить у сучасності на другорядний план, адже в умовах глобалізації це призводить до вузького виробництва та споживання в межах регіону/спільноти/країни. На перший план виходить створення нових культурних стандартів, які формують культурні мапи як міст у середині країни, так і регіонів у планетарному масштабі.

Креативні міста (creative cities) – це міста з високим рівнем активності. Ця креативність – запорука розвитку міста в економічному сенсі. Отже, з одного боку, маємо створення простору, в якому люди стають активними діячами в пошуку нових ідей, сутністю буття яких є творчість. У цьому просторі можна виставляти свої роботи, отримувати фідбек, обмінюватися новими думками. З іншого боку, залишається питання функціонування культури в соціумі та вивчення економічної складової культури. [4; 20]. Наразі актуальним є формування кластерів – це група компаній, організацій, що розташовані в одному регіоні чи місті та взаємодіють між собою. У сфері культури так формується культурний ландшафт. Кластери – це відкрите творче середовище для співробітництва та творчої реалізації, в якому можлива підтримка ініціатив, навчання навикам проектного менеджменту для просування гідних проєктів. У 2015 році декількома ІТ компаніями в Харкові організовано ІТ Кластер (<https://it-kharkiv.com/ru/projects/>). Ця суспільна організація створена для підтримки і розбудови ІТ сфери в Україні, її мета – перетворення Харкова на інноваційну ІТ локацію. З 2020 року триває ініціатива бізнес-парку нового покоління «Екополіс ХТЗ» групи DCH із створення кластеру креативних індустрій у Харкові. Мета – вплив на розвиток сучасної міської інноваційної культури.

Важлива думка креативної економіки полягає у тому, що творчі ресурси потрібно генерувати в економічне зростання міст, залучати інвестиції під нові ідеї. Центральною категорією залишається місто, процес урбанізації отримує нові сенси. Важливим при цьому є розбудова публічних креативних просторів – хабів, де талановиті люди можуть представляти свої ідеї. Цей публічний простір – основа креативного міста. Хаби (місця творчої роботи) завжди унікальні, адже несуть відбиток культури того чи іншого регіону, міста, суспільства. «Creative Hubs за останні десять років дійсно стали екосистемою, що швидко розвивається в усьому світі. Багато з центрів надають широкий спектр послуг, включаючи: запуск бізнесу і підтримку розвитку у формі семінарів та наставництва; дослідження і розробки. Вони також впливають на зовнішнє середовище, відновлюючи міські та сільські райони, одночасно виступаючи в якості маяків для невидимих спільнот» [5]. Ще з 2017 року в Харкові існує публічна майстерня Garage Hub (<https://www.facebook.com/garage.hub.kharkiv/>). В ній втілюються розробки інженерних проєктів, і будь-

хто, без освіти чи обмежень за віком, але з крутими ідеями, може прийти і реалізувати свій проєкт.

Креативність міста спирається на три показники: культурне життя, креативна економіка, сприятливі умови для розвитку культури та креативності [4]. Зовнішні ознаки креативності міста – це також наявність галерей. У Харкові прикладом може слугувати Муніципальна галерея (<https://mgallery.kharkov.ua/>), останньою виставкою якої є «Проект 25», присвячений історії галереї за 25 років її існування. Це сучасна платформа для ініціатив художників, основний її напрям – робота з українськими митцями, що формують сьгодні арт-процес України.

До ознак «креативності» міста також можна віднести активне фестивальне життя (Харків: танцювальний проєкт «Кубок Харкова-2021», міжнародний фестиваль-конкурс «Харків Talent Fest-2021», «Dance-Show Time», «Співограй», міський вуличний фестиваль «SamiSobiFest» та ін.); наявність коворкінгів (Харків: Gegenerator Space, Harbor Space, хаб «Розвиток», UNIT.City Kharkiv та ін.); стріт-арт (<https://sofranger.livejournal.com/424665.html>).

Цікавою тенденцією є перетворення вчорашніх промзон на сучасні простори для творчості. У Харкові це мультифункціональний майданчик для проведення подій Арт-завод «Механіка. Інша Земля» (<https://artzavodmechanica.com.ua/>) та Fabrika.space на території реконструйованої будівлі 1933 року, що нині коворкінг, простір для проведення подій, конференцій, семінарів та зона відпочинку (<https://fabrika.space/>).

Технологічні новинки вводяться у простір культури, культурна індустрія працює над зближенням культури та економіки, світу естетики та споживання, івент-індустрія в Україні також розвинута і послуговується досягненнями креативних індустрій. Закони Верховної Ради України балансують між новими підходами до розвитку культури (особливо, в умовах пандемії [21], синергії культури з іншими галузями та потребами брендингу української національної культури.

Висновки. Досліджуючи дану тему, ми дійшли таких висновків. Основою розмови про креативні індустрії чи креативну економіку залишається людська творчість та уява. Традиційні ресурси, фізична праця, капітали – все це відходить на задній план, а лідирують ті економічні системи, які роблять ставку на оригінальність та пошук нових ідей. Креативна економіка розмежовується на ряд окремих галузей – креативних індустрій, однією з яких є культурна індустрія. Завдяки креативній економіці змінюється середовище, в якому існують люди, новий сенс отримують торгівля, івент-індустрія, мистецтво, література, театр. Індустріальне суспільство витісняється інтелектуальним, а в економіці конкурентоспроможними є лише динамічні форми економічної діяльності. Дослідження окремих

географічних регіонів, зокрема використання поняття «креативне місто», дозволяє виявити креативні потужності економіки та місцях, актуалізувати вивчення культури саме в такому ракурсі. Песимізм філософів кінця ХХ ст. змінюється не просто очевидністю засиллям масової культури, але здатністю ці процеси визнавати, фіксувати, контролювати та отримувати з них не лише економічний, а й духовний зміст. Незважаючи на зовнішні протиріччя мистецтва, бізнесу, технологій, що поєднуються в креативних індустріях (адже творчість контрастує з протилежними до неї прагматизмом та утилітаризмом), креативні індустрії є результативними.

Список літератури

1. Бодриар Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с. (Мыслители ХХ века).
2. Глосарій креативних індустрій. URL: <https://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/> (дата звернення: 25.09.2021).
3. Гройс Б. О новом. Опыт экономики культуры. М: Ад Маргинем Пресс, 2015. 238 с.
4. Досвід вимірювання культури та креативності в містах України. URL: <https://cedos.org.ua/researches/dosvid-vymiryuvannia-kultury-ta-kreatyvnosti-v-mistakh-ukrainy/> (дата звернення: 19.09.2021).
5. Зачем нам креативные хабы: статистика и полезные ссылки. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/creative-hubs> (дата звернення: 29.09.2021).
6. Как искусство может изменить мир: 4 кейса TEDx. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/art-change-the-world> (дата звернення: 29.09.2021).
7. Как креатив и системный подход помогают действующему бизнесу и стартапам. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/creativity-and-businesses> (дата звернення: 29.09.2021).
8. Карасьева Н.А. Креативные индустрии как элемент стратегии постиндустриального развития. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. Вип. 3 (2019). С. 110-120.
9. Лазарева О.В. Культурные индустрии: два аспекта понимания. Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 6. С. 670-676.
10. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2006. 399 с.
11. Міщенко М.М. Креативні (культурні) індустрії в сучасному суспільстві. Філософія в сучасному світі: Матеріали міського міжвузівського науково-практичного семінару, 18-19 листопада 2016 р. Харків: «Точка». 2016. С. 103-105.
12. Олійник О. Феномен «культурні індустрії»: походження та соціокультурний зміст. Культурологічна думка. 2009. № 1. С. 67-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kultdum_2009_1_11 (дата звернення: 21.09.2021).
13. Флорида Ричард. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 384 с.
14. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии. Нац. иссл. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 456 с. (Исследования культуры).
15. Хестанов Р. Когда культура становится товаром. Экономическая политика, 2016. Т.11. №5. С. 234-237.
16. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
17. Хоркхаймер М., Адорно Т. Культурная индустрия. Просвещение как способ обмана масс. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 103 с.
18. Шинкарук Антон. Креативне місто: скільки місто має витратити на культуру. URL: <https://gwaramedia.com/kreativne-misto/> (дата звернення: 25.09.2021).
19. Энциенсбергер Г.М. Индустрия сознания. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 94 с.
20. The five most creative cities in the world?. URL: <https://www.bbc.com/culture/article/20190715-the-five-most-creative-cities-in-the-world> (дата звернення: 19.09.2021).
21. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20#Text>

References (transliterated)

1. Bodriyar Zh. Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury [Consumer society. Its myths and structures]. M.: Respublika; Kul'turnaya revolyutsiya, 2006. 269 p. (Mysliteli XX veka).
2. Glosarij kreatyvnykh industrij [Glossary of Creative Industries]. Available at: <https://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij/> (accessed 25.09.2021).
3. Grojs B. O novom. Opyt ekonomiki kultury [About the new one. Cultural economics experience]. M: Ad Marginem Press, 2015. 238 p.
4. Dosvid vymiryuvannia kultury ta kreatyvnosti v mistax Ukrainy [Experience in measuring culture and creativity in Ukrainian cities]. Available at: <https://cedos.org.ua/researches/dosvid-vymiryuvannia-kultury-ta-kreatyvnosti-v-mistakh-ukrainy/> (accessed 19.09.2021).
5. Zachem nam kreativnye haby: statistika i poleznye ssylki [Why do we need creative hubs. Statistics and useful links]. Available at: <https://www.culturepartnership.eu/article/creative-hubs> (accessed 29.09.2021).
6. Kak iskusstvo mozhet izmenit mir: 4 kejsa TEDx [How art can change the world: 4 cases TEDx]. Available at: <https://www.culturepartnership.eu/article/art-change-the-world> (accessed 29.09.2021).
7. Kak kreativ i sistemnyy pokhod pomagayut deystvuyushchemu biznesu i startapam [How creativity and a systematic approach help existing businesses and startups]. Available at: <https://www.culturepartnership.eu/article/creativity-and-businesses> (accessed 29.09.2021).
8. Karasova N.A. Kreatyvni industriyi yak element strategiyi postindustrialnogo rozvytku [Creative industries as an element of a post-industrial development strategy]. Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty. Vyp. 3 (2019). P. 110-120.
9. Lazareva O.V. Kulturnie industrii: dva aspekta ponimaniya [Cultural industries. Two aspects of understanding]. Observatoriya kultury. 2017. T. 14, # 6. P. 670-676.
10. Lendry Ch. Kreatyvnyj gorod [Creative city]. M.: Izdatelskyj dom «Klasyka-XXI», 2006. 399 p.
11. Mishchenko M.M. Kreatyvni (kulturni) industriyi v suchasnomu suspilstvi [Creative (cultural) industries in modern society]. Filosofiya v suchasnomu sviti: Materialy miskogo mizhvuzivskogo naukovopraktychnogo seminaru, 18-19 lystopada 2016 r. Charkiv: «Tochka». 2016. P. 103-105.
12. Olijnyk O. Fenomen «kulturni industriyi»: pohodzhennya ta sociokulturnyj zmist [The Cultural Industries Phenomenon: Origin and Sociocultural Content]. Kulturologichna dumka. 2009. # 1. S. 67-73. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kultdum_2009_1_11 (accessed 21.09.2021).
13. Florida Richard. Kreatyvnyj klass. Lyudi, kotorye sozdayut budushhee [Creative class. People who will create the future]. M.: Mann, Yvanov i Ferber, 2015. 384 p.
14. Hezmondalsh, D. Kulturnyye industrii [Cultural

industries]. Nacz. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki». M.: Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2014. 456 p. (Issledovaniya kultury).

15. Hestanov R. Kogda kultura stanovytsya tovarom [When culture becomes a commodity]. Ekonomicheskaya politika, 2016. T.11. #5. P. 234-237.

16. Hokins Dzh. Kreativnaya ekonomika: kak prevratit idei v dengi [Creative Economy: How To Turn Ideas Into Money]. Moskva : Klassika-XXI, 2011. 256 p.

17. Horkhaimer M., Adorno T. Kulturnaya industriya. Prosveshhenie kak sposob obmana mass [Cultural industry. Enlightenment as a way to deceive the masses]. M.: Ad Marginem Press, 2016. 103 p.

18. Shynkaruk Anton. Kreatyvne misto: skilky misto

maye vytrachaty na kulturu [Creative city: how much should a city spend on culture]. Available at: <https://gwaramedia.com/kreativne-misto/> (accessed 25.09.2021).

19. Encensberger G.M. Industriya soznaniya [Industry of consciousness]. M.: Ad Marginem Press, 2016. 94 p.

20. The five most creative cities in the world? Available at: <https://www.bbc.com/culture/article/20190715-the-five-most-creative-cities-in-the-world> (accessed 19.09.2021).

21. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20#Text>

Надійшла (received) 29.09.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Мищенко Марина Миколаївна (Мищенко Марина Николаевна, Mishchenko Maryna) – кандидат філософських наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри українознавства, культурології та історії науки; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-8592-1009