

Культура и искусство

Правильная ссылка на статью:

Куркова А.О. Ценностные основания типологий культурных индустрий: международный и российский опыт //

Культура и искусство. 2025. № 12. DOI: 10.7256/2454-0625.2025.12.77178 EDN: YJPJPB URL:

https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=77178

Ценностные основания типологий культурных индустрий: международный и российский опыт

Куркова Анастасия Олеговна

аспирант; институт гуманитарных и прикладных наук; Московский государственный лингвистический университет

119034, Россия, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38 стр. 1

✉ nastkurkova@yandex.ru



[Статья из рубрики "Культурология и cultural studies"](#)

DOI:

10.7256/2454-0625.2025.12.77178

EDN:

YJPJPB

Дата направления статьи в редакцию:

08-12-2025

Аннотация: Статья посвящена исследованию ценностных оснований ключевых типологий культурных индустрий. Предмет исследования – аксиологические основания (системы ценностей), детерминирующие принципы построения и структуру ключевых типологий культурных индустрий. Посредством сопоставления международных и российских классификаций культурных индустрий выявляются конкурирующие "культурные логики" – устойчивые парадигмы легитимации, определяющие, какие практики признаются значимыми в поле культуры. В фокусе внимания не внешняя форма классификационных схем, а конфликт между ценностными системами, ставящими во главу угла экономическую эффективность, культурное наследие или принцип разнообразия, а также специфика их гибридизации в российском контексте. Исследование прослеживает, как эти принципы материализуются в конкретных классификационных решениях, как они конкурируют или синтезируются в национальной и международной системах культурной политики. В работе проводится сравнительный анализ международных и российской классификационных моделей через призму концепции «ценностных доминант». Научная новизна заключается в отказе от

традиционного отраслевого сравнения в пользу выявления аксиологических систем, детерминирующих структуру классификаций. В результате выделены три ценностные доминанты: канона и наследия, экономической эффективности и культурного разнообразия; раскрыт гибридный характер российской модели как синтеза управленческой рациональности с элементами международных подходов, сочетающей цели экономической эффективности и сохранения традиционного госрегулирования в области культуры; предложен аналитический инструмент для деконструкции скрытых ценностных оснований в поле культурной политики. Практическая значимость работы состоит в предоставлении аналитического инструментария для оптимизации механизмов культурной политики, позволяющего выявлять и корректировать ценностные перекосы – как в сторону экономического редукционизма, так и в сторону негибкости и изоляции от современных процессов, – и способствующего выстраиванию более сбалансированной, культуроцентричной стратегии развития сферы культурных индустрий.

Ключевые слова:

культурные индустрии, ценностные основания, креативные индустрии, типология, классификация, художественная ценность, аксиологические системы, культурная политика, культурные логики, культурное производство

Введение

Современный этап социально-экономического развития характеризуется растущей ролью символического производства и знаний, что выдвигает культурные индустрии в авангард постиндустриальной экономики [\[1, с. 2881\]](#). Однако динамичное развитие сектора, обусловленное цифровизацией, конвергенцией медиа и изменением потребительских практик, порождает классификационную неопределенность. К настоящему моменту существует множество конкурирующих и взаимодополняющих типологий, разработанных в разных парадигмах. Стоит отметить, в глобальном масштабе единая унифицированная типологизация культурных индустрий практически невозможна в связи с разницей в подходах к определению понятия «культурные/креативные индустрии» [\[2\]](#), направлений, которые в них включены, региональной и национальной спецификой. Тем не менее вместо создания универсальной типологии продуктивным представляется анализ самих принципов, лежащих в основе существующих систем категоризации культурных индустрий. В рамках данного подхода предлагается методологический инструмент, фокусирующийся на выявлении ценностных критериев, фундаментирующих ключевые российские и международные классификации культурных индустрий, в чем заключается новизна исследования. Выявление логики различных типологий культурных индустрий позволит системно объяснить причины, лежащие в основе их различий. Цель данного исследования – выявить и сопоставить ценностные критерии, определяющие структуру и состав ключевых международных и российских типологий культурных индустрий.

Материал исследования

Анализ ключевых классификаций культурных индустрий позволяет выявить не случайные расхождения в списках направлений культурного производства, но устойчивые системы ценностных координат, определяющие сам принцип отнесения тех или иных культурных практик к социально значимым. Эти системы, которые мы предлагаем концептуализировать как «ценностные доминанты», образуют латентный каркас любой типологии.

Для настоящего исследования формирование корпуса анализируемых типологий обусловлено не столько стремлением к эмпирической полноте, сколько логикой репрезентативности, позволяющей выявить ключевые ценностные парадигмы, конкурирующие в современном поле культурных индустрий. Отбор конкретных моделей – концентрической теории Д. Тросби [3], классификации Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании [GOV.UK (1998) *Creative Industries Mapping Documents 1998*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>] (англ. – Department for Digital, Culture, Media and Sport, далее – “DCMS”), модели ЮНЕСКО [UNESCO (2025) *UNESCO framework for cultural statistics, Part I: concepts and definitions* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395490>; UNESCO (2025) *UNESCO framework for cultural statistics, Part II: a classification guide definitions* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395491>] и методики ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [Методические рекомендации по формированию собирательных классификационных группировок и системы показателей креативной экономики / Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко, С. А. Лебедева, В. О. Боос; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/1062674380.html>] – обосновывается рядом причин. Выбранные модели охватывают спектр доминирующих в глобальном масштабе подходов к легитимации культурного производства: классификация DCMS является одной из первых попыток категоризовать направления культурных индустрий в формате программного документа на правительственном уровне, при этом годами ранее между 1979 и 1986 гг. эксперты британского агентства «Совет Большого Лондона» «разработали первые предложения по стимулированию коммерческого сектора в культуре – сектора культурных индустрий» [4]. Модель ЮНЕСКО представляет собой механизм (framework) изучения области культурных индустрий в глобальном масштабе, разработанный специализированным учреждением Организации Объединенных Наций на основании анализа области культурных индустрий в разных регионах мира, а также с целью ее возможной имплементации в культурную политику стран – членов ООН; обращение к опыту ЮНЕСКО позволяет выйти за рамки разрозненных национальных интересов и проанализировать транснациональные механизмы сектора культурных индустрий. Модель «концентрических кругов» известного австралийского экономиста Д. Тросби демонстрирует подход, в основе которого лежит идея ценностной иерархии («ядро-периферия»). Без данного вектора анализа есть риск остаться на поверхности эмпирического описания, тогда как концепция Д. Тросби предлагает инструмент для осмысления глубинных процессов культурной стратификации. Включение российской методики ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, основывающейся на нормативно-правовых актах, регулирующих сферу креативных (творческих) индустрий, обусловлено ее гибридным характером, сочетающим опыт международных институций в области культурного производства и российскую специфику.

Таким образом, предложенная выборка позволяет не просто перечислить различия, а перейти к системному описанию ценностных ориентиров культурных индустрий и выявлению логики их внутреннего устройства.

Результаты исследования

Культурные индустрии – концепт, сформировавшийся в рамках универсального мирового тренда индустриализации культуры – «пролонгированного процесса, истоки которого восходят к первым технологическим новациям в сфере культуры», ключевым проявлением рассматриваемой тенденции выступает прогрессирующая унификация и централизация процессов производства и дистрибуции продуктов культурной индустрии

[\[5, с. 288\]](#).

Концепцию культурных индустрий впервые, как известно, сформулировали представители Франкфуртской школы Т. Адорно и М. Хоркхаймер в своей работе «Диалектика Просвещения» [\[6\]](#). Относя культуру к «особым, исключительным формам человеческого творчества», немецкие ученые констатировали соединение в эпоху капитализма двух по определению не сочетаемых сфер – культуры и индустрии, что в результате привело к возникновению концепта «культуриндустрия». Т. Адорно и М. Хоркхаймер объясняют данный феномен с позиций экономической динамикой послевоенного времени. После этапа значительного роста, продолжавшегося до 1970-х гг., в развитых капиталистических странах наступил период «долгого спада», наиболее тяжело отразившийся на обрабатывающей промышленности Великобритании, США и Франции [\[7, с. 129\]](#). Следствием этого стала стратегия снижения издержек: компании сократили заработную плату, а государства – социальные выплаты рабочему классу, что ознаменовало поворот в сторону неолиберализма и политики «свободного» рынка. В результате неолиберальная идеология выступила в качестве ключевого фактора трансформации общественно-политической сферы, что, в свою очередь, привело к формированию новой экономической реальности, основанной на постулате о максимальной эффективности «свободного» рынка в удовлетворении человеческих потребностей [\[7, с. 126\]](#).

Индустриализация культуры на протяжении XX в. стала фактором экономического развития, однако данная тенденция объясняется не только коммерческим потенциалом, но и новой концепцией места культуры в мировых процессах. Это направление, известное как «культурный поворот», ознаменовало «не смену парадигм, а перефокусировку исследований, смену подходов» [\[8, с. 40\]](#). Оно пришло на смену марксистскому взгляду, где культура была лишь надстройкой, и привело к рассмотрению экономики и культуры как независимых величин. Как следствие, «начиная с последних десятилетий XX в., фиксируется стабильный рост экономических исследований в области культуры» [\[9, с. 102\]](#), изучающих ее вклад в достижение экономических показателей.

В современных исследованиях культурных индустрий существует множество конкурирующих подходов и классификаций. Однако это разнообразие объясняется не слабостью научного подхода, а глубинными различиями в системах ценностей, которые определяют саму сущность культуры в современном мире. Если экономические исследования фокусируются на показателях рыночной эффективности, а управленческие – на статистических данных, то культурологический анализ призван выявить скрытые ценностные иерархии и доминанты, которые структурируют это поле. Настоящее исследование предлагает систематический анализ ключевых классификаций через призму их ценностных оснований, что позволяет перевести дискуссию из плоскости экономико-статистической в собственно культурологическую.

Автор модели «концентрических кругов» [\[3\]](#), Д. Тросби предложил подход к типологизации культурных индустрий, в основе которого лежит критерий культурной и символической ценности, выстроенный в иерархическом порядке. Д. Тросби предлагает не единый механизм, а систему концентрических кругов, где в «ядре» располагаются виды искусства в их «чистой» форме (изобразительное искусство, театр, музыка), создающие преимущественно культурную ценность; в последующих, внешних кругах, располагаются индустрии, где культурное содержание постепенно соединяется с коммерческой функцией (кино, издательское дело, дизайн, реклама). Чем дальше от

«ядра», тем выше доля экономической ценности и ниже «чистой» культурной. Таким образом, данная культурно-экономическая парадигма представляет собой типологию, основанную на градации культурной/символической ценности, где основным критерием является уровень «чистоты» культурного содержания («ядро – периферия»). Эта модель позволяет структурировать отрасли культурных индустрий по содержанию, а не только по экономике. Несмотря на попытку совместить в своей концепции и экономическую, и культурную составляющие креативных индустрий, Д. Тросби все же акцентирует, что в центре нее лежат творческие искусства, что служит укреплению ориентации культурной политики в области культуры и противодействовать тенденции ее не просто как часть экономических мер, а как нечто большее [\[3, с. 156\]](#).

Концентрическая модель Д. Тросби является классическим примером похода, основанного на культурном каноне. Ее ключевой принцип – распределение видов культурной деятельности по уровню их художественной ценности: от «чистого» искусства в центре до коммерческих форм на периферии. Данная модель обосновывает традиционную систему культурных ценностей, в которой некоммерческое искусство сохраняет роль главного ориентира и носителя высшей художественной значимости.

В противоположность этому классификация DCMS (Великобритания) воплощает логику экономической эффективности. В 1998 г. Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании опубликовал аналитический доклад, обозначавший культурную политику в области креативных индустрий [\[GOV.UK \(1998\) *Creative Industries Mapping Documents* 1998. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>\]](#). Британский программный документ стал «первым крупным докладом, направленным на измерение влияния креативных отраслей на британскую экономику» [\[2, с. 7-8\]](#), а изложенная в нем модель культурных индустрий, включая классификацию отраслей внутри данной области, «серьезно повлияла на международную экономическую ситуацию»: представители политического истеблишмента все больше стали включать в свою повестку вопросы креативной экономики своих стран [\[2, с. 7-8\]](#). Модель DCMS к настоящему времени уже стала классической, а определение понятию «креативные индустрии», данное в докладе британского ведомства, А. Я. Флиер называет каноническим [\[10, с. 88\]](#): индустрии определяются как виды деятельности, которые имеют свое происхождение в индивидуальном творчестве, мастерстве и таланте и обладают потенциалом создания добавленной стоимости и рабочих мест через создание и использование интеллектуальной собственности. Культурные индустрии играют значительную роль в реализации «мягкой силы» Великобритании, популяризируя британскую культуру в мировом масштабе. Таким образом, в противоположность модели Д. Тросби, классификация DCMS воплощает логику экономической эффективности, при этом ее ценностный критерий – способность генерировать интеллектуальную собственность и экономические показатели. В этой системе культура редуцируется до рыночного актива, а ее ценность измеряется в категориях конкурентоспособности и «мягкой силы».

Аналогичный подход, но в глобальном масштабе демонстрирует классификация ЮНЕСКО. Ее концепция «экосистемы» представляет собой развернутую модель, где креативные индустрии рассматриваются как механизм воспроизводства культурного разнообразия. Включение таких сфер, как гастрономия, ремесла, устное народное творчество, ярмарки, праздники и др. прямо указывает на ориентацию не только на экономическую эффективность, но и на сохранение культурной идентичности и нематериального наследия. По сравнению с канонической моделью DCMS перечень секторов в докладе

ЮНЕСКО значительно расширен: помимо традиционных областей (изобразительное искусство, издательское дело, аудиовизуальное искусство, музыка, исполнительское искусство, культурное и природное наследие) сюда включены цифровые и технологические сектора (видеоигры, цифровое искусство, подкасты, социальные сети, электронные энциклопедии и платформы), смежные дизайнерские области (к примеру, дизайн интерьера, промышленный и архитектурный дизайн); отдельно сгруппированы гибридные направления, носящие междисциплинарный характер, например, образование в области культуры, культурный туризм, управление культурой, фестивали, интерактивные средства массовой информации. В целом же в докладе организации секторы культурных индустрий подразделяются на две группы – «сферы культуры» и «междисциплинарные направления», и критерием отнесения является не столько экономический потенциал, как у DCMS, сколько способность сектора производить культурные и символические смыслы, способствовать культурному разнообразию и устойчивому развитию; таким образом, типология ЮНЕСКО является ценностно-ориентированной; обе модели – и DCMS, и ЮНЕСКО – используют отраслевой подход, однако список ЮНЕСКО шире и более инклюзивен: DCMS фокусировалась на секторах с высоким экономическим потенциалом для Великобритании, ЮНЕСКО же, как глобальная организация, включает сектора, критически важные для развивающихся стран и сохранения нематериального наследия (ремесла, ярмарки, народные промыслы, языки, управление в сфере культуры и др.). Таким образом, классификация ЮНЕСКО выполняет не учетную, а ценностно-ориентирующую функцию, предлагая государствам рамки для культурной политики, нацеленной на генерацию культурных смыслов и способствованию устойчивому развитию, что перекликается с культурологической традицией, видящей в культуре мощный социальный ресурс, а не товар. Модель ЮНЕСКО формирует третью систему ценностей, основанную на идее культурного разнообразия. Ее главная задача – сохранение многообразия культур и поддержка уникальных культурных практик. Значимость того или иного вида деятельности оценивается по его вкладу в устойчивое развитие местных сообществ и сохранение нематериального культурного наследия.

Таким образом, модель ЮНЕСКО представляет третью ценностную систему. Ее императивом является сохранение культурного разнообразия мира и поддержка уникальных культурных практик. Значимость того или иного вида деятельности оценивается по его вкладу в устойчивое развитие локальных сообществ и сохранение нематериального культурного наследия (такого как традиции, ремесла, устное творчество).

Российская модель типологии культурных индустрий представлена исследованием ИСИЭЗ НИУ ВШЭ «Методические рекомендации по формированию собирательных классификационных группировок и системы показателей креативной экономики», основывающаяся прежде всего на типологии креативных индустрий, указанных в Федеральном законе от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», а также Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД), собирательной классификационной группировке Министерства культуры России и других регулирующих данную область документах. Синтезируя российскую нормативно-правовую базу, регулирующую данную сферу деятельности в России, и международный опыт, авторы методических рекомендаций предлагают существенные дополнения в ОКВЭД2 с учетом динамично меняющихся современных трендов в различных отраслях культурных индустрий, например медиаиндустрий, стриминговых сервисах, прикладных индустрий. В совокупности в основе отечественной классификации лежит логика экономической эффективности, ценностные основания которой остаются в рамках достижения

экономических показателей, в том числе потенциала для экспорта российской креативной продукции на международные рынки. При этом в ней сохраняется подход к государственному управлению культурой, унаследованной от советской системы, где акцент располагается на традиционных искусствах и культурном наследии. Таким образом, российская типология культурных индустрий имеет гибридный характер, и в чистом виде ее нельзя отнести ни к одной из трех базовых логик. Среди ее характерных черт можно назвать: 1) соединение глобальных трендов (ЮНЕСКО) с национальной правовой базой (Федеральный закон, ОКВЭД); 2) стремление перевести стихийные культурные процессы в плоскость системного, подотчетного государственного управления; 3) поиск рабочего решения, которое позволит легитимировать креативные индустрии как новый объект государственной политики.

Проведенный компаративный анализ позволяет выделить три доминирующих принципа, лежащих в основе ключевых типологий культурных индустрий:

1. «Логика культурного канона и наследия» выводится из анализа моделей, критерием значимости выступает соответствие исторически сложившейся иерархии культурных форм. Наиболее ярко воплощенная в концентрической модели Д. Тросби, она апеллирует к ценности аутентичности, преемственности и национальной идентичности; консервирует представление о культуре как о наследии, где «ядро» образуют институционально признанные, часто академические формы искусства (театр, опера, изобразительное искусство), а инновационные или массовые практики занимают периферийное положение.

2. «Логика экономической эффективности» формулируется на основе классификаций, подобных британской модели DCMS, где доминирующим критерием выступает рыночный потенциал. В данной системе ценность культурной практики измеряется ее способностью генерировать интеллектуальную собственность, добавленную стоимость и рабочие места. Культура здесь редуцируется до функции экономического ресурса и инструмента построения «мягкой силы», а сама логика отражает глобальный тренд коммодификации культурного производства.

3. «Логика культурного разнообразия» концептуализируется через призму подходов, продвигаемых ЮНЕСКО. Ее ценностным ядром является не экономическая выгода и не следование устоявшимся стандартам, а поддержка культурного разнообразия, а также уникальности локальных сообществ. В рамках данного подхода акцентируется значимость тех форм культурного творчества, которые нередко оказываются факультативными (например, ремесла, гастрономия, фольклор), а базовым фундаментом национальных программ реализации государственной политики в сфере культуры объявляется принцип устойчивого развития.

Предложенные ценностные культурные логики, фундирующие рассмотренные типологии культурных индустрий, не являются произвольными ярлыками, а служат аналитическим инструментом, позволяющим перейти от эмпирического описания различий в списках секторов к пониманию глубинных ценностных оснований, структурирующих поле культурных индустрий в современном мире.

Применительно к рассматриваемой проблеме важно отметить, что, несмотря на объективное многообразие существующих типологий культурных индустрий, отражающее разные стадии и контексты их институционализации, представляется методологически и ценностно оправданным утверждение культуроцентричного подхода в качестве системообразующего принципа. Данная позиция основывается на понимании того, что

сущностной основой любых культурных индустрий должен быть не экономический оборот, а производство, сохранение и трансляция культурных смыслов. Экономическая составляющая, при всей ее практической значимости, должна рассматриваться как вторичная, производная от успешности выполнения этой основной функции. Помещение культуры в ядро классификации означает признание примата символической ценности над коммерческой стоимостью, что позволяет сохранить автономию культурного производства от диктата рыночной конъюнктуры. Такой подход проявляется в нескольких аспектах: 1) эффективность культурных индустрий должна измеряться не только в экономических показателях, но и в их способности обогащать культурный ландшафт, поддерживать культурное разнообразие и обеспечивать преемственность культурного развития; 2) есть возможность выстроить более обоснованную систему приоритетов государственной и коммерческой поддержки, направляя ресурсы в первую очередь на те сегменты, которые выполняют ключевую культурную миссию, даже если их рентабельность не является максимальной; 3) культуроцентричная модель создает основу для долгосрочной культурной политики, ориентированной на устойчивое развитие, а не на моментальную финансовую отдачу.

В завершение следует отметить, что такой подход позволяет преодолеть редуционистское понимание культуры как просто одного из секторов экономики и восстановить ее статус фундаментальной основы человеческого бытия и социального развития, что является центральной задачей культурной политики в целом.

Заключение

Проведенное исследование ценностных оснований ключевых типологий культурных индустрий позволяет утверждать, что различия между ними обусловлены не техническими расхождениями, а фундаментальными различиями в аксиологических системах, определяющих саму природу культурного производства в современном мире. Анализ моделей Д. Тросби, британского DCMS, ЮНЕСКО и российской методики типологизации демонстрирует, что каждая из них репрезентирует устойчивую систему ценностных координат, формирующую принципы систематизации культурных практик. Модель Д. Тросби с ее концентрическими кругами утверждает ценность культурного канона и символической иерархии, где «ядро» сохраняет статус эталона культурной значимости. Британская классификация DCMS воплощает логику экономической эффективности, редуцируя культуру до функции рыночного актива и инструмента «мягкой силы». Подход ЮНЕСКО отстаивает ценность культурного разнообразия, инклюзивности и устойчивого развития, легитимируя уникальные культурные практики, находящиеся на периферии общественного внимания. Российская модель представляет особый интерес: она не просто заимствует отдельные элементы международных классификаций, но создает гибрид, отражающий специфику национальной культурной политики. Ее ценностное ядро составляет прагматический компромисс между стремлением к экономической модернизации и преемственностью в институциональной системе управления культурой.

Теоретическое разнообразие подходов к типологизации культурных индустрий находит свое конкретное воплощение в ряде ключевых международных и российских классификаций, анализ которых демонстрирует, что за внешней, прагматичной формой отраслевых перечней скрывается сложная работа по категоризации и осмыслению культурных практик в условиях их индустриализации. Однако важным здесь является утверждение культуры в качестве системообразующего ядра данных типологий, что подразумевает не отрицание экономического потенциала культурных индустрий, а признание их подлинной социальной ценности: функция культурных благ не должна

сводиться к сугубо экономической, культура должна служить не только источником коммерческой прибыли, но, прежде всего, «надежным основанием идентичности для человека и его сообщества» [\[11, с. 52\]](#).

Библиография

1. Казакова М. В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т. 14. No 11. С. 2875-2898. doi: 10.18334/ce.14.11.111156. EDN: UBQMSQ.
2. Абанкина Т. В., Николаенко Е. А., Романова В. В., Щербакова И. В. Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития. Москва: Grey Matter, 2021. 44 с. ISBN 978-5-9904174-9-6. EDN: UJPNMH.
3. Throsby D. The concentric circles model of the cultural industries // Cultural Trends. 2008. Vol. 17, No 3. P. 147-164. doi: 10.1080/09548960802361951.
4. Зеленцова Е. В., Гладких Н. В. Творческие индустрии: теории и практики: [12+] / Елена Зеленцова, Николай Гладких. Москва: Эвербук, 2021. 260 с. ISBN 9789152165386. URL: <https://www.litres.ru/book/elena-zelencova/tvorcheskie-industrii-teorii-i-praktiki-70565581/-ysclid=miw1znhwdd275261384> (дата обращения 08.11.2025). EDN: MXQDFE.
5. Куркова А. О. Индустриализация культуры как процесс: основные этапы // Общество: философия, история, культура. 2025. No 8. С. 282-290. doi: 10.24158/fik.2025.8.36. EDN: UBSFNK.
6. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М.; СПб., 1997. 312 с.
7. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М., 2018. 456 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-1530-3. EDN: YTVBRX.
8. Безуглова Н. П. Культура как экономический феномен (зачем экономике нужна культура?) // Культура и образование. 2015. No 2 (17). С. 33-44. EDN: UFFFQX.
9. Мальшина Н. А. Обоснование скрытых интеграционных процессов повседневности: индустриализация культуры и культурологизация экономики // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2024. Т. 26, No 4 (97). С. 102-108. doi: 10.37313/2413-9645-2024-26-97-102-108.
10. Флиер А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии / А. Я. Флиер // Личность. Культура. Общество. 2013. Т. 15, No 1(77). С. 88-103. EDN: QBXFMR.
11. Малыгина И. В. Культура в контексте новых экономических трендов: точки роста и зоны риска // Человек в ценностно-символическом пространстве культуры: контексты и тексты. Казань, 2022. С. 41-53.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия скрыта по просьбе автора