

УДК 316.7:008

**Цитування:**

Трач Ю. В. Креативні індустрії як сфера реалізації культурної партисипації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 47–52.

Trach Yu. (2024). Creative Industries as a Sphere of Implementation of Cultural Participation. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 47–52 [in Ukrainian].

**Трач Юлія Василівна,**  
доктор культурології, професор,  
проректор з наукової роботи  
Київського національного університету  
культури і мистецтв  
<https://orcid.org/0000-0003-2963-0500>  
[trach.yuliia@knukim.edu.ua](mailto:trach.yuliia@knukim.edu.ua)

## **КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК СФЕРА РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ПАРТИСИПАЦІЇ**

**Мета статті** – дослідити сучасний стан розвитку креативних індустрій з погляду реалізації в їх межах засад культурної партисипації. **Методологія дослідження.** Застосовано методи аналізу та синтезу, узагальнення та абстрагування, а також системного й культурологічного підходів, що дало змогу досягнути обґрунтованих результатів дослідження. **Наукова новизна** роботи полягає в аргументуванні важливості партисипації у сфері культури та креативних індустрій, що слугує засобом культурної інтеграції, поглиблення соціальної взаємодії та розвитку нових форм вираження креативності й креативних індустрій. **Висновки.** Культурна партисипація стає рушієм розвитку креативних індустрій, що не лише збагачує культурний простір, але й створює нові можливості для економічного та соціального зростання. Розвиток партисипації в культурі дозволяє зрозуміти її значення для соціальної згуртованості, збереження культурної спадщини та стимулювання інновацій у креативних індустріях. Засади культурної партисипації в креативних індустріях не лише урізноманітнюють сучасну культуру, але й постають як інструмент формування соціального капіталу – зв'язків, довіри та взаємодопомоги в суспільстві. Реалізація цих принципів сприяє культурному збагаченню суспільства, напрацюванню соціального капіталу та формуванню нових можливостей для розвитку креативних індустрій.

**Ключові слова:** креативні індустрії, культурна партисипація, культурні практики, креативна економіка, інновації, креативність, соціальний капітал, взаємодія.

*Trach Yuliia, Doctor of Cultural Studies, Professor, Vice-Rector for Scientific Work, Kyiv National University of Culture and Arts*

### **Creative Industries as a Sphere of Implementation of Cultural Participation**

**The purpose of the article** is to investigate the current state of development of creative industries from the point of view of implementing the principles of cultural participation within them. **Research methodology.** Methods of analysis and synthesis, generalisation and abstraction, as well as systemic and culturological approaches were applied, which made it possible to achieve substantiated research results. **The scientific novelty** of the work lies in substantiating the importance of participation in the sphere of culture and creative industries, which serves as a means of cultural integration, deepening social interaction and the development of new forms of expression of creativity and creative industries. **Conclusions.** Cultural participation becomes a driver of the development of creative industries, which not only enriches the cultural space, but also creates new opportunities for economic and social growth. The development of participation in culture allows us to understand its importance for social cohesion, preservation of cultural heritage and stimulation of innovations in creative industries. The principles of cultural participation in creative industries not only diversify modern culture, but also act as a tool for the formation of social capital – connections, trust and mutual assistance in society. The implementation of these principles contributes to the cultural enrichment of society, the accumulation of social capital and the formation of new opportunities for the development of creative industries.

**Keywords:** creative industries, cultural participation, cultural practices, creative economy, innovation, creativity, social capital, interaction.

Актуальність теми дослідження. XXI століття характеризується значним поширенням інформаційних технологій, і в цих умовах простежуються тенденції широкої реалізації партнерських відносин

держави, бізнесу та суспільства. Громадська участь у реалізації комерційних проєктів та діяльності органів влади характеризується зростанням значущості громадської думки у прийнятті управлінських рішень та

виробленні соціальних і культурних стратегій. Цифровізація економічного сектору та

культурного виробництва включені до системи сталого розвитку креативних індустрій, а також

висування та просування державних і громадських ініціатив. За рахунок підвищення ролі інтелектуального капіталу людини посилюється значущість інтелектуального виробництва у цифровому просторі. Цей фактор обумовлений підвищенням значущості державних та громадянських ініціатив, які перебувають у взаємозалежності із креативними індустріями. Також формується економічна поведінка населення, що відбувається за рахунок розвитку креативної економіки та включення результатів проектної діяльності до механізмів ухвалення управлінських рішень.

Культурна партисипація в контексті розвитку креативних індустрій є ключовим елементом, що сприяє залученню спільнот до створення, споживання та трансформації культурних і креативних продуктів. Вона визначає рівень активної участі громадян у культурних процесах, впливає на економічний розвиток, інновації та соціальну інтеграцію. Учасницькі культурні практики (або *participatory cultural practices*) – це форма культурної діяльності, в якій акцент робиться на активній участі громадян чи спільнот у створенні, збереженні або інтерпретації культурного продукту. Ці практики спрямовані на включення різних соціальних груп у процес культурного виробництва, що сприяє демократизації культури і створенню більш інклюзивного середовища.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичні концепції партисипації (учасництва) ґрунтуються на міждисциплінарних підходах, що охоплюють різні галузі наук: соціологію, культурологію, антропологію, політологію та ін., де в межах відповідних концепцій аналізуються процеси залучення громадян до спільної діяльності в певній сфері, прийняті рішень або створенні культурних продуктів. Серед найбільш значущих зарубіжних теоретиків у цій царині варто відзначити американську дослідницю Ш. Арнштейн, яка у своїй праці «A Ladder of Citizen Participation» («Драбина громадянської участі») описала партисипацію як поступове підвищення рівня залучення громадян до процесів прийняття рішень [23]. Відомий німецький філософ і соціолог Ю. Габермас у своїй теорії комунікативної дії підкреслював значення діалогу та консенсусу в партисипативних процесах. Він вважав, що участь ґрунтується на раціональній комунікації, коли всі учасники мають рівний доступ до інформації та рівні можливості висловити свою думку. Основними принципами партисипації він вважав

взаємоповагу, відкритість, комунікацію та демократичність процесу [18].

Бельгійська дослідниця Ш. Муфф розглядала партисипацію як інструмент для політичної активності й створення «агоністичного» простору, де різні точки зору та інтереси можуть конфліктувати, але в межах демократичного діалогу [27]. Основні положення її теорії полягали у тому, що партисипація не завжди спрямована на досягнення консенсусу, а інколи слугує платформою для висловлення різноманітних позицій; наявність плюралізму є необхідною умовою формування культури участі.

Американським вченим Р. Патнемом партисипація розглядається як інструмент для формування соціального капіталу – зв'язків, довіри та взаємодопомоги в суспільстві [11]. За його твердженням, групова участь зміцнює соціальні зв'язки, а активна партисипація сприяє побудові мереж довіри та співробітництва [28].

Французький вчений П. Бурдьє на основі аналізу соціального капіталу в культурі стверджує, що участь у культурних процесах часто є привілеєм вищих соціальних класів [24]. Антрополог і соціолог К. Гірц у межах своєї інтерпретативної антропології розглядав культуру як систему значень, що формується завдяки спільній діяльності, зокрема партисипації. Британський дослідник креативних індустрій [2] Дж. Говкінс у своїй концепції креативної економіки підкреслював значення партисипації в інноваційних галузях культури [26]. Дослідник Г. Дженкінс у праці «Конвергентна культура» [25] досліджував партисипацію у цифровому середовищі, яка ґрунтується на взаємодії аудиторії з медіаконтентом через створення, обмін і трансформацію інформації. Основними проблемами, які постають у цьому контексті, є, на думку дослідника, «цифровий розрив» між тими, хто має доступ до технологій, і тими, хто його позбавлений.

Серед українських вчених означеної проблематики – М. Василець [1], Н. Карасьова [4], О. Кравченко [6], В. Кушнір [7], М. Ліпін [8], М. Міщенко [9], О. Олійник [10], І. Петрова [12], С. Плуталов [13], М. Проскуріна [14], Б. Сварник [15], А.С. емененко [16], Ю. Тимченко [14], Ю. Трач [17], О. Харитонюк [19], О. Черниш [20], Н. Чорна [21], Н. Шакун [22] та ін. Партисипація ними розглядається найперше як форма демократичної участі у політичних та соціальних і культурних процесах і проєктах, а також інновація, що розвивається в межах креативних індустрій.

Різні теоретичні підходи до партисипації висвітлюють її складність та багатогранність. У

культурному контексті партисипація є потужним інструментом для розширення доступу до культури, стимулювання творчості та побудови соціально згуртованих спільнот.

Мета роботи – дослідити сучасний стан розвитку креативних індустрій з точки зору реалізації в їх межах засад культурної партисипації.

Виклад основного матеріалу. Партисипація (від англ. participation — участь) означає активну участь людей у культурних процесах, зокрема у створенні, організації чи споживанні культурного продукту. В широкому розумінні, як відзначає дослідниця О. Харитонюк, природна, або органічна партисипація, зазвичай, спонукається суспільними рухами, метою яких є протидія сильним гравцям (окремим особам або інституціям) у сфері ринку або держави, з метою покращення функціонування цих сфер, зазвичай, через конфлікт, конфронтацію або компроміс. До партисипації природного типу належать соціальні рухи, які відстоюють демократичні права непривілейованих станів суспільства [19, 31].

Партисипація в культурі – це один із ключових концептів, що забезпечує активне залучення різних груп населення до створення культурних продуктів та доступу до культурних благ, спрямований на формування демократичного культурного простору, де всі можуть брати участь, незалежно від соціального статусу, віку, статі, етнічної приналежності чи фізичних можливостей. «У системі маркетингових, економічних координат діяльності, культура участі межує із краудсорсингом — практикою передачі деяких виробничих функцій невизначеному колу осіб (наприклад, у розробці дизайну певних продуктів та ін.)» [7, 25]. На думку дослідників, культура партисипації здатна також трансформувати класичні, традиційні культурні сфери, яким для виживання необхідне осучаснення їх комунікативної мови. Так само у розвитку партисипативного мистецтва акцент переноситься зі створення об'єкта на створення процесу, заснованого на залученні спільноти, взаємодії художника з аудиторією. Так само партисипативне мистецтво може втілюватись у мікроурбаністичних тактиках як засіб репрезентації мистецьких та архітектурно-дизайнерських продуктів, як соціальний дизайн або як мистецька провокація. Нові культурні практики формують запити, що у свою чергу формують нові культурні групи (ефективні партнерства) та професії (анімація культури, артменеджмент) [16, 60].

Партисипативні проекти активно заохочують місцеві спільноти брати участь у створенні креативних продуктів, таких як локальні фестивалі, перформанси чи публічні артоб'єкти, що сприяє творчому самовираженню та соціальній згуртованості. Активна участь фактичних споживачів у культурному виробництві стимулює попит на креативні послуги та сприяє розвитку креативних індустрій, зокрема інтерактивні медіаплатформи чи персоналізовані мистецькі продукти стають популярними завдяки залученню аудиторії до процесу їх створення. Участь різноманітної аудиторії-споживачів у культурних ініціативах розвиває креативні здібності, підприємницьке мислення і цифрові навички, що є важливими для розвитку креативної економіки, яка «спирається на взаємодію між творчістю людини, ідеями та інтелектуальною власністю, знаннями та технологіями» [4, 113]. Передбачається, що до 2029 року «економіка замкнутого циклу замінить лінійну економіку. Це означає, що на зміну купівлі та продажу остаточно прийдуть оренда або спільне використання, тобто шерінг-економіка» [14, 208]. За твердженням вчених, «креативність розглядається як характеристика особистості, зокрема її здатність проявляти оригінальність, продуктивність, гнучкість при виборі способів вирішення проблем, бажання ризикувати, надання переваги невизначеності над одноманітною впорядкованістю. Здатність креативно мислити, як правило, пов'язується з множинністю шляхів вирішення проблеми, що дозволяє отримати оригінальні, нестандартні, неочікувані результати і розв'язки проблеми» [22, 95]. Відтак культурна партисипація сприяє розвитку локальних економік через збільшення кількості туристів, створення нових робочих місць і розширення експортного потенціалу креативних продуктів.

У цьому зв'язку також застосовують поняття учасницьких культурних практик, основними характеристиками яких є спільна творчість, коли учасники не лише є споживачами культури, але й активно долучаються до її створення. «Тенденції практик співучасті безпосередньо пов'язані з феноменом партисипативної культури – вільної, діяльнісної та осмисленої участі людей в культурних, мистецьких та соціальних процесах, яка дає змогу бути не лише споживачами або об'єктами впливу, але й зробити свій внесок в ухвалення рішень і створення культурних/мистецьких подій» [15, 315]. Це можуть бути воркшопи, публічні перформанси чи створення муралів. Саме такого роду практики передбачають постійний

діалог між організаторами, митцями та аудиторією, а учасники можуть впливати на кінцевий результат, пропонуючи власні ідеї. Багато таких проєктів враховують особливості конкретної спільноти чи регіону, підкреслюючи їхню унікальність.

Реалізація засад культурної партисипації в межах креативних індустрій ґрунтується на створенні механізмів для активної участі громадян і спільнот у культурних процесах. Це дозволяє інтегрувати людей у процеси виробництва, споживання та поширення культурних продуктів, сприяє розширенню аудиторії, розвитку інклюзивності та посиленню економічного ефекту креативних індустрій. Партисипативні ініціативи дають змогу аудиторії впливати на зміст культурних подій, сприяють навчанню та розвитку культурної компетентності, соціальної згуртованості через спільну діяльність. Сюди можна віднести інтерактивні перформанси, воркшопи та тренінги в рамках культурних заходів, ініціатив тощо. Варто зазначити, що «продукти мистецької діяльності створюють і неринкові цінності, які важко виміряти у грошовому вираженні, але вони також дуже важливі. Культурні та творчі індустрії в економіці відображують, генерують та формують національну та індивідуальну ідентичність. Така культурна продукція часто є складною, і, хоча вона має великий вплив на колективне мислення, може не мати фінансового або ринкового успіху» [5, 60].

У межах креативних індустрій учасницькими практиками також можуть бути різні громадські проєкти, як-от: спільне створення артоб'єктів у публічних просторах, наприклад, в межах фестивалів вуличного мистецтва. Доречним є більш активне впровадження інтерактивних музеїв, коли відвідувачі можуть додавати свої історії або артефакти до експозицій. Створення культурних хабів як просторів, де організують воркшопи та майстер-класи для різних вікових груп також сприятиме розвитку учасницьких практик, посилюючи комунікативні зв'язки між різними соціальними групами та стимулюючи соціальну інтеграцію. Популярні українські фестивалі, такі як Atlas Weekend, ГОГОЛЬFest часто включають інтерактивні зони, де учасники можуть створювати власні артоб'єкти або долучатися до майстер-класів. Креативний простір та спільнота IZONE у Києві надає можливості для мистецьких виставок сучасних художників, пропонує різноманітні навчальні програми – лекції, тренінги, майстер-класи, ворк-шопи, курси тощо; є майданчиком для масштабних фестивалів; пропонує міжнародні

програми для підтримки молодих спеціалістів – дизайнерів, художників, скульпторів, програмістів, фотографів [3].

У межах активізації розвитку креативних індустрій партисипаторні культурні практики мають також дієвими інструментами своєї реалізації численні цифрові ініціативи. Так, зокрема, онлайн-платформи дозволяють користувачам створювати спільні проєкти, наприклад, краудфандингові кампанії для підтримки мистецьких стартапів, в межах яких аудиторія може брати участь у створенні контенту чи співпрацювати з митцями. Сюди ж відносяться й краудсорсингові проєкти, такі як дизайн для ігор чи спільне написання сценаріїв для тих чи інших подій. Проведення локальних фестивалів та виставок, інших культурно-мистецьких ініціатив на місцевому рівні матиме на меті підкреслення унікальності місцевих пам'яток, при цьому залучаючи місцеві громади до їх організації та акцентуючи увагу на важливості тих концептів, які цікаві саме цій аудиторії.

Інструментом інтеграції програм для розвитку культурних компетенцій серед молоді слугують культурні освітні програми, серед яких найбільшим різноманіттям вирізняються освітні ініціативи від Українського культурного фонду (УКФ), які насамперед спрямовані на партнерства між митцями та бізнесом. Відповідно, проєкти спрямовані на успішні колаборації між творчими індустріями й компаніями, що підтримують інновації та креативність. Разом з тим, певними викликами у цьому контексті є недостатня інфраструктура, оскільки у багатьох регіонах України через воєнні дії бракує ресурсів і платформ для партисипативних ініціатив. Також не всі проєкти мають стабільне джерело фінансування, важливим питанням є також необхідність розвитку культурних компетентностей для залучення широких кіл громадськості. Водночас, узагальнюючи, можна констатувати певні глобальні позитивні тенденції у цьому напрямі, що «певним чином корелюються з уявленнями про характер культурного виробництва, яке витісняє ставлення до культури як результату поступових змін, залежних від духовних запитів. У центрі уваги практичної культурної діяльності опинився “стиль життя”, щодо формування якого креативні індустрії виконували основну роль саме як різноманітні способи задоволення потреб» [6, 211].

Наукова новизна роботи полягає в обґрунтуванні важливості партисипації в сфері культури та креативних індустрій, що слугує засобом культурної інтеграції, поглиблення соціальної взаємодії та розвитку нових форм

вираження креативності і креативних індустрій.

Висновки. Культурна партисипація стає рушієм розвитку креативних індустрій, що не лише збагачує культурний простір, але й створює нові можливості для економічного та соціального зростання. Розвиток партисипації в культурі дозволяє зрозуміти її значення для соціальної згуртованості, збереження культурної спадщини та стимулювання інновацій у креативних індустріях. Засади культурної партисипації в креативних індустріях не лише урізноманітнюють сучасну культуру, але й постають як інструмент формування соціального капіталу – зв'язків, довіри та взаємодопомоги в суспільстві. Реалізація цих принципів сприяє культурному збагаченню суспільства, напрацюванню соціального капіталу та формуванню нових можливостей для розвитку креативних індустрій.

### *Література*

1. Василюк М. А. Роль культурних та креативних індустрій у забезпеченні сталого розвитку. *Наукові записки НАУКМА. Економічні науки*. 2021. Т. 6. Вип. 1 С. 40–44.
2. Гірц К. Інтерпретація культур. Вибрані есе / Пер. з англ. Київ: Дух і Літера, 2001. 542 с.
3. IZONE – креативний простір. URL: <https://moemisto.ua/kyiv/izone-organization> (дата звернення: жовтень 2024).
4. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. Вип. 3. С. 110–120.
5. Кириленко В. І., Федоренко Т. О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів. *Стратегія економічного розвитку України*. 2021. № 48. С. 56–67.
6. Кравченко О. В. Креативні індустрії в Україні: між міфами конс'юмеризму та утопією традиціоналізму. *Традиційна культура в умовах глобалізації: збереження автентичності та розвиток креативних індустрій*: матеріали наук-практ. конф. 22–23 червня 2018 року. Харків: Друкарня Мадрид, 2018. С. 208–213.
7. Кушнір В. Інтерактивність, інклюзія та партисипація як магістральні лінії інноваційних практик музейної роботи. *Народознавчі зошити*. 2022. № 1 (163). С. 16–30.
8. Ліпін М. Творчість та креативність: способи людського існування. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 1. С. 79–91.
9. Міщенко М. М. Від масової культури до культурної індустрії (про поєднання культури та економіки наприкінці ХХ та початку ХХІ століття). *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2021. № 1. С. 87–92.
10. Олійник О. Феномен «культурної індустрії»: походження та соціокультурний зміст. *Культурологічна думка*. 2009. № 1. С. 67–73.
11. Патнем Р. Творення демократії. Традиції громадської активності в сучасній Італії / пер. з англ. В. Ющенко. Київ: Основи, 2001. 302 с.
12. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*. 2022. (39). С. 63–77.
13. Плуталов С. Сучасний концепт розвитку креативних індустрій в Україні. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. № 4(32). С. 164–174.
14. Проскуріна М. О., Тимченко Ю. В. Креативні індустрії в період кризових потрясінь. *Наукові перспективи*. 2022. № 8(26). С. 200–213.
15. Сварник Б. В. Партисипативні практики сучасної видовищної культури. *Питання культурології*. 2022. Вип. 40. С. 312–320.
16. Семененко А. Нові культурні індустрії як складник сучасного урбанізму та маркер антропологічних зрушень. *Вісник Львівського університету. Серія філософські науки*. 2021. Вип. 27. С. 54–62.
17. Трач Ю. В. Креативні індустрії як міський феномен: можливості та перспективи. *Культура України*. 2018. Вип. 62. С. 116–123.
18. Хабермас Юрген. Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації. *Ситниченко Л. Першоджерела комунікативної філософії*. Київ: Либідь, 1996. С. 84–90.
19. Харитонюк О. Л. Вплив децентралізації влади на розвиток партисипативної демократії в Україні: дис... д-ра філософ. ... 052 «Політологія» / Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2023. 208 с.
20. Черниш О. В. Сутність креативних індустрій та їх вплив на розвиток економіки України. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20862/1/INORKKI\\_2022\\_P237-238.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20862/1/INORKKI_2022_P237-238.pdf) (дата звернення: жовтень 2024).
21. Чорна Н. М. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2228/2151> (дата звернення: жовтень 2024).
22. Шакун Н. В. До питання концептуалізації поняття культурних та креативних індустрій. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. 2019. № 2 (14). С. 91–99.
23. Arnstein S. A. A Ladder of Citizen Participation. URL: [https://www.historyofsocialwork.org/1969\\_ENG\\_Ladderofparticipation/1969,%20Arnstein,%20ladder%20of%20participation,%20original%20text%20OCR%20C.pdf](https://www.historyofsocialwork.org/1969_ENG_Ladderofparticipation/1969,%20Arnstein,%20ladder%20of%20participation,%20original%20text%20OCR%20C.pdf) (дата звернення: жовтень 2024).
24. Bourdieu P. The forms of capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. 1986. Pp. 241–258.
25. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press. 2006. 336 p.
26. Howkins J. *The Creative Economy: How people make money from ideas*. Lonon, 2013. 280 p.
27. Mouffe C. *Hegemony, Radical Democracy, and the Political* / Ed. by J. Martin. London: Routledge, 2013. 256 p.

28. Putnam R. D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster, 2001. 544 p.

### References

1. Vasylets, M. A. (2021). The Role of Cultural and Creative Industries in Ensuring Sustainable Development. *Herald of NAUKMA. Economic Sciences*, vol. 6, 1, 40–44 [in Ukrainian].
2. Girts, K. (2001). *Interpretation of Cultures. Selected Essays*. Kyiv [in Ukrainian].
3. IZONE – Creative Space. (n.d.). Retrieved from: <https://moemisto.ua/kiev/izone-organization> [in Ukrainian].
4. Karasiova, N. A. (2019). Creative Industries as an Element of the Strategy of Post-Industrial Development. *International Relations: Theoretical and Practical aspects*, 3, 110–120 [in Ukrainian].
5. Kyrylenko, V. I., & Fedorenko, T. O. (2021). Economic Nature of Cultural Industries and their Products. *Strategy of Economic Development of Ukraine*, 48, 56–67 [in Ukrainian].
6. Kravchenko, O. V. (2018). Creative Industries in Ukraine: Between the Myths of Consumerism and the Utopia of Traditionalism. *Traditional Culture in the Context of Globalization: Preservation of Authenticity and Development of Creative Industries. Proceedings of the Scientific and Practical Conference (Kharkiv, June 22–23, 2018)*, 208–213 [in Ukrainian].
7. Kushnir, V. (2022). Interactivity, Inclusion and Participation as Main Lines of Innovative Practices of Museum Work. *Ethnographic Notebooks*, 1 (163), 16–30 [in Ukrainian].
8. Lipin, M. (2019). Creativity and Creativity: Ways of Human Existence. *Bulletin of KNUTE*, 1, 79–91 [in Ukrainian].
9. Mishchenko, M. M. (2021). From Mass Culture to Cultural industry (on the combination of culture and economy in the late 20th and early 21st centuries). *Bulletin of the National Technical University "KhPI". Actual Problems of Development of Ukrainian Society*, 1, 87–92 [in Ukrainian].
10. Oliinyk, O. (2009). The Phenomenon of "Cultural Industries": Origin and Sociocultural Content. *Culturological Thought*, 1, 67–73 [in Ukrainian].
11. Putnam, R. (2001). *Creation of Democracy. Traditions of Public Activity in Modern Italy*. Kyiv [in Ukrainian].
12. Petrova, I. V. (2022). Cultural and Creative Industries: The Problem of Definitions. *Issues of Cultural Studies*, (39), 63–77 [in Ukrainian].
13. Plutalov, S. (2022). Modern concept of development of creative industries in Ukraine. *Problems and prospects of economy and management*. No. 4(32), 164–174 [in Ukrainian].
14. Proskurina, M. O., & Tymchenko, Y. V. (2022). Creative industries in a period of crisis upheavals. *Scientific perspectives*. No. 8(26). P. 200–213 [in Ukrainian].
15. Svarnyk, B. V. (2022). Participatory Practices of Modern Spectacular Culture. *Issues of Cultural Studies*, 40, 312–320 [in Ukrainian].
16. Semenenko, A. (2021). New Cultural Industries as a Component of Modern Urbanism and a Marker of Anthropological Shifts. *Bulletin of Lviv University. Philosophical Sciences*, 27, 54–62 [in Ukrainian].
17. Trach, Y. V. (2018). Creative Industries as an Urban Phenomenon: Opportunities and Prospects. *Culture of Ukraine*, 62, 116–123 [in Ukrainian].
18. Habermas, Ju. (1996). *Communicative Action and Discourse – Two Forms of Everyday Communication*. Sytnychenko L. *Sources of Communicative Philosophy*. Kyiv, 84–90 [in Ukrainian].
19. Kharytoniuk, O. L. (2023). *The Impact of Decentralisation of Power on the Development of Participatory Democracy in Ukraine*. PhD Thesis. Lutsk [in Ukrainian].
20. Chernysh, O. V. (n.d.). *The Essence of Creative Industries and their Impact on the Development of the Economy of Ukraine*. Retrieved from: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20862/1/INORKKI\\_2022\\_P237-238.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20862/1/INORKKI_2022_P237-238.pdf) [in Ukrainian].
21. Chorna, N. M. (2023). *Creative Industries and their Role in the Development of Cultural and Cognitive Tourism. Economy and Society*, 48. Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2228/2151> [in Ukrainian].
22. Shakun, N. V. (2019). On the Issue of Conceptualising the Concept of Cultural and Creative Industries. *Problems of Social Work: Philosophy, Psychology, Sociology*, 2 (14), 91–99 [in Ukrainian].
23. Arnstein, S. A. (n.d.). *A Ladder of Citizen Participation*. Retrieved from: [https://www.historyofsocialwork.org/1969\\_ENG\\_Ladderofparticipation/1969,%20Arnstein,%20ladder%20of%20participation,%20original%20text%20OCR%20C.pdf](https://www.historyofsocialwork.org/1969_ENG_Ladderofparticipation/1969,%20Arnstein,%20ladder%20of%20participation,%20original%20text%20OCR%20C.pdf) [in English].
24. Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Pp. 241–258 [in English].
25. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York [in English].
26. Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How people make money from ideas*. London [in English].
27. Mouffe, C. (2013). *Hegemony, Radical Democracy, and the Political*. London [in English].
28. Putnam, R. D. (2001). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster [in English].

*Стаття надійшла до редакції 10.10.2024  
Отримано після доопрацювання 11.11.2024  
Прийнято до друку 19.11.2024*