



ПРОСТРАНСТВО КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ: ПРЕДЫСТОРИЯ, ДВА ПОДХОДА И МОДЕЛЬ

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является уточнение качественных пространственных характеристик креативного кластера (как места реализации культурных индустрий), создаваемого на бывшей промышленной территории. Вслед за М. Портером, автор определяет креативный кластер как систему небольших производств с преобладающими горизонтальными связями, подчеркивая, что это одновременно экономическое и культурное образование, где пул резидентов, характеристика связей, возможность кооперации являются синергетическим эффектом горизонтальности и самоорганизации.

Для более объемного представления о качествах физического пространства культурных индустрий в статье кратко представлена их предыстория, позволяющая выделить два противоположных подхода к территории, в том числе, когда деятельность ведется на бывших промышленных площадках. Это разделение кратко проиллюстрировано примерами Сысертского креативного кластера и музеефицируемой Арамильской суконной фабрики вблизи Екатеринбурга. Подчеркнуто, что кластером нужно считать экономическую систему с преобладающими горизонтальными связями, способную к самоподдержанию. Определена необходимость полной или частичной связи продукции резидентов креативного кластера с историческими характеристиками промышленной площадки. Сделан вывод о необходимости концептуального переосмысления подобных площадок с учетом их историко-культурного и историко-архитектурного потенциала специалистами междисциплинарных команд.

ВВЕДЕНИЕ

Когда речь заходит о становлении культурных индустрий, большинство авторов рассказывают о том, как этот процесс описали те или иные теоретики [1], как и где это выглядит в разных регионах и странах [2]. Вопрос о том, какие протоформы физической организации этих индустрий существовали ранее, как выглядели площадки, что их отличало, почти не звучит. Между тем, он влияет на оценку индустрий современности – и в плане их пространственной организации, и для понимания миссии в их отношении к территории. Сужая тему, мы будем говорить о таком их варианте, как креативный кластер, поскольку этой форме придается сегодня большое значение как драйверу развития российских городов разного масштаба.

Целью статьи является уточнение качественных пространственных характеристик креативного кластера (как места реализации культурных индустрий), создаваемого на бывшей промышленной территории,

на основе коротких «выходов» в смежные области, такие как история архитектуры, культурный брендинг территории, культурология, PR. Подобная методология выглядит несколько хаотичной, и она оправдана только более высокой степенью разработанности основных терминов, сопровождающих культурные индустрии, в этих областях знания и практики. Основываясь на них, мы можем в дальнейшем разработать модель пространства креативного кластера на бывшей промышленной территории.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Следуя одному из родоначальников подхода М. Портеру, можно определить, что креативный кластер – система небольших производств с преобладающими горизонтальными связями. Он одновременно является экономическим и культурным образованием, и дело, наверное, не только в том, что эти производства приносят прибыль, а значит, пополняют бюджет места. Плюсы связаны с уже указанными

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Быстрова Татьяна Юрьевна
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Индустрия культуры, культурные индустрии, плейсмейкинг, развитие индустриальных территорий.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Быстрова Т. Ю. Пространство культурных индустрий: предыстория, два подхода и модель // Управление культурой. 2023. № 1 (5). С. 3–9.

горизонтальными связями и способностью к саморазвитию. «...Преимущества кластеризации для субъектов креативных отраслей очевидны: синергетический эффект, разнообразный пул участников, теснота связей, возможности для кооперации в решении административных вопросов, развития инфраструктуры, привлечения инвестиций», – указывает специалист [3, с. 85]. Кластеры могут помочь территории с индустриальным прошлым и настоящим развить услуги и сервис, в свою очередь, повышающие туристическую привлекательность [4, с. 26]. В этом случае для актуализации и ревалоризации площадки можно использовать широкий спектр методов работы с историко-культурным индустриальным наследием [5].

Если не отождествлять индустрию культуры (Т. Адорно и др.) с культурной индустрией, становится виден потенциал креативного кластера как площадки общения разных людей, укрепления «духа места», развития местной культуры. Первая формулировка (индустрия культуры) подразумевает коммерциализацию культурных процессов и продуктов, их превращение в источник выгоды, перевод изделий, прежде выполняемых вручную, в промышленно тиражируемые. Она, как еще в 1982 г. об этом говорилось на конференции ЮНЕСКО, является «вызовом для культуры», и неверно трактовать ее исключительно как эксплуатацию культуры [6, р. 38]. Вторая говорит о том, что в любом из производств присутствует ценностная социокультурная составляющая и само производство (и его пространство, и подход к нему) становится «культурным» [6, р. 39] и доступным многим, то есть коммуникативным, насыщенным смыслами, синхронно и диахронно связанным с другими процессами территории. Для производства же, как об этом говорят представители либеральной трактовки культурных индустрий, это дает необходимую диверсификацию, вариативность, на которые уже тогда был спрос, а «новым технологиям требовались история и память» [6, р. 43, 57]. При этом точные критерии принадлежности индустрии к креативным и оценка ее успешности были предметом оживленных дискуссий в самом конце 1990-х гг. [6, р. 10], но широкому кругу интересантов, пожалуй, не известны до сих пор. Дело, как мы знаем, доходит порой до отождествления культуры исключительно с системой официальных культурных институций, что неправомерно сужает любые построения.

Очень неоднозначна, но достаточно типична по ее логике, декларируемая А. Я. Флиером оппозиция культурной индустрии, рассчитанной на массового потребителя «с невысоким уровнем запросов», и эксклюзивного культурного творчества, адресованного «потребителю с высоким уровнем эрудиции и запросов» [7]. В этом понимании смешиваются классическая научная парадигма, с ее противопоставлением «высокого» и «низкого», массового и элитарного и т. п., и постнеклассическая, в момент реализации которой, собственно, и появляются культурные индустрии.

В заключение методологических размышлений напомним о подразумеваемой, но не всегда прогова-

риваемой связи концепции креативного кластера и территории, которая мыслится экономистами последних десятилетий, как динамическое целое, формируемое взаимодействием местных акторов: «...Территория – это место, где в процессе совместного приложения усилий создаются ресурсы и субъекты, накапливаются знания, умения и опыт, способные обеспечить инновационное развитие и экономический успех» [8, с. 100]. Территория развивается силой внутренних ресурсов, частью которых является индустриальное наследие.

В этом отношении креативный кластер значим в системе действий по плейсмейкингу – созданию места, в том смысле, которое закреплено за понятием «место» в гуманитарном знании, то есть как наполненной опытом и эмоциями ситуации встречи человека с миром (Ф. С. Корандей).

Краткий анализ прото-формы: Хрустальный дворец, 1851 г.

Для места, где развиваются культурные индустрии, важна физическая и визуальная открытость. На мой взгляд, образцовым первообразом здесь может служить Хрустальный дворец Дж. Пакстона на Всемирной выставке в Лондоне 1851 г. Он многократно прокомментирован с самых разных позиций, но подчеркнем особо: в тот момент в него, на площадь в 72 тыс. м², может зайти или заглянуть любой посетитель выставки, в нем происходят разнообразные социокультурные процессы, от болтовни знакомых до любования техническим решением, выставлена промышленная продукция развитых стран. «В 1852 г. он был разобран и перенесен на восточные склоны Сайденхемского холма, где простоял с 1854 по 1936 г., когда был уничтожен пожаром. Для четырех поколений англичан он был местом развлечения, центром демонстраций достижений техники и искусства; в нем устраивались концерты и давались обеды» [9].

Значимо и то, что павильон, названный «дворцом», представляет собой цивилизационное достижение, результат развития промышленных технологий (листовое стекло хорошего качества, которое только недавно начали производить в широких масштабах; металлические опоры и уникальные инновационные конструкции; отказ от стены из камня или кирпича как конструктивной основы сооружения), рождающих определенную эстетику, в которой структура, а не

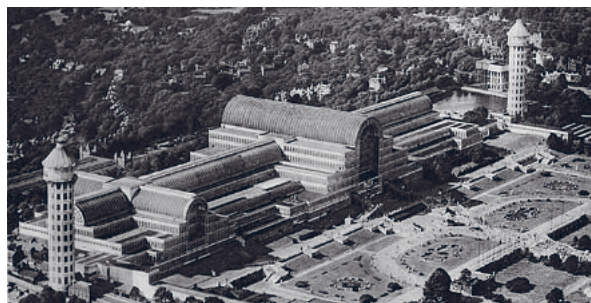


Рис. 1. Хрустальный дворец. Арх. Дж. Пакстон. 1851. Лондон, Великобритания. Фото накануне пожара 1936 г., разрушившего объект полностью [9].

декор рождает красоту. Нахождение в нем не просто оплачивается деньгами, но знакомит с новыми возможностями садоводства и меняет картину мира среднестатистического викторианца. В свою очередь, деньги служат выращиванию или поддержанию новых растений, их производству. Территория, исходно не слишком богатая ресурсами, благодаря павильону и людям в нем становится впечатляющим драйвером многих процессов. Разница в сравнении с сегодняшними процессами состоит только в том, что павильон Дж. Пакстона еще не имеет «длинной» истории, которую имеют цеха или фабричные корпуса (зато он построен за 4 месяца!). Но, как и их, большинство современников воспринимают «не как архитектурное творение, а как рядовую постройку, лишённую стиля и красоты» [9].

Эти факты создания самоподдерживающегося многофункционального пространства с индустриально-промышленной составляющей пересекаются с идеями «креативного города» у Ч. Лэндри, призывающего найти творческий подход к уникальным ресурсам каждого места и, по сути, считающего уникальными любую особенность, любую черту. Правда, для Ч. Лэндри менее важны физические характеристики территории, решающую роль он отдает наделенным новым управленческим мышлением лидерам, способным видеть культурные ресурсы и творчески, нестандартно работать с людьми в системе координат, где приоритетны «местная идентичность и культурное самосознание».

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСТЕР КАК КОНСТРУКТ И КАК ВЫРАЖЕНИЕ «ДУХА МЕСТА»

В историческом промышленном объекте место в его текущем состоянии волей-неволей связано с предшествующими периодами. В отличие от «представления» или «выставления» истории в духе классической музейной парадигмы [см.: 10], как некоего объекта изучения, кластер взаимодействует с ней самыми разнообразными способами. Историю можно фиксировать, репрезентировать, изучать, изображать, делать темой, персонализировать и т. д., с ней – в силу исходной разницы профессиональных мыслительных установок – по-разному могут работать разные специалисты [11, с. 26–31].

Наиболее полярные из версий можно обозначить как конструктивный подход (акцент на моделировании новой идентичности места и новизне инициатив) и феноменологический подход (выявление, выражение истории средствами, понятными и интересными современникам самых разных аудиторий, – в духе работы Дж. Брауна «Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории», упомянутой в [1]). Оба они известны еще из практики брендинга территории [12].

Конструирование связано с широким использованием PR-технологий, среди которых одну из ведущих ролей играет мифологизация; сама площадка превращается как бы в «фон» текущих инициатив. Философской основой такого подхода является представление

о том, что не существует иной реальности, чем созданная человеком, а познание не является результатом отражения реальности. «Конструкты – способы толкования мира, своеобразные оценочные построения, модели, схемы, шаблоны, через которые человек воспринимает мир, анализирует и синтезирует разнородные представления» [13]. Реализованная на практике, эта позиция, достаточно часто и некритично воспроизводимая специалистами, чревата отчуждением от исходного «духа места» и произвольной либо конъюнктурной интерпретацией истории.

Само по себе конструирование ни хорошо и ни плохо. Проблемы начинаются, когда исходные данные, от географических до социокультурных, не учитываются, а на их место насаждаются новые. Например, арт-пространство «Кирпичи» в Екатеринбурге, занятое проведением выставок и модных показов, называется муниципальным креативным кластером, хотя о собственно производстве речи нет¹. Арт-пространство находится в комплексе зданий Поклевских-Козелл, но на портале «Культура» сообщается, что оно названо в честь производителей кирпичей, а владелец здания, известный общественный деятель и меценат, обозначен просто как «водочный король»² – как захотим, так и назовем...

Выявление предполагает исследование реальной истории, поиск точек ее соприкосновения и взаимодействия с современным человеком, его практиками и ценностями, включая повседневность. В поле индустриального наследия здесь многое сложно популяризовать, многое утрачено из-за былой недооценки, зато проживание истории усиливает привязку людей к месту, поскольку становится частью их собственной биографии. Безусловно, интерпретация присутствует и здесь, и тонкая грань между ней и «конструктивной» версией в отдельных ситуациях не всегда понятна даже специалисту. Например, интерьер каменной лестницы в здании Арамильской суконной фабрики (построено примерно в 1900 г.) в более поздние годы обшит вагонкой и покрашен в традиционный грязновато-зеленый цвет – и это часть места периода его расцвета. Ответ на вопрос о том, какую версию представлять, исходную, в камне, или более позднюю, с обшивкой, может дать общение с работниками и жителями города.

Как явствует из феноменологии, разница между предметно-фиксированным и выдуманным, документальным и бытующим в цитате или анекдоте здесь не важна: выражается именно место, во всех его ипостасях. Интересный факт может быть случайно «зацеплен» в ходе полевого исследования или чтения исторической книжки, стать поводом к продолжению в

¹ Арт-пространство «Кирпичи» в Екатеринбурге отметило первую годовщину работы // УралБизнесКонсалтинг. 20.01.2023. URL: <https://urbc.ru/1068117689-art-prostranstvo-kirpichi-v-ekaterinburge-otmetilo-pervuyu-godovschinu-raboty.html> (дата обращения: 06.02.2023)

² Арт-пространство «Кирпичи» // Культура РФ. URL: <https://www.culture.ru/institutes/61523/art-prostranstvo-kirpichi> (дата обращения: 06.02.2023)

современном мире, связаться с другими, уже известными или признанными данными. В отношении, к примеру, к наследию Арамилской суконной фабрики для меня стал подобным «ключиком» факт надстройки третьего этажа основного корпуса фабрики. Выполненная в 1930-м году в совершенно другой стилистике, она сохраняет ритмическую организацию первых двух этажей (Рис. 2). Смена социального строя и архитектурного стиля не мешает специалистам следовать исходному замыслу или делать, как попало. Это уважение к труду характерно для Урала.

Безусловно, работа в феноменологической парадигме тоже ставит перед инициаторами проекта по брендингу или кластеризации задачу выбора или продвижения каких-то фактов, традиций, личностей, но такой отбор совершается во взаимодействии с жителями и другими участниками процесса, включая резидентов креативного кластера. Часть компетенций могут взять на себя специалисты, например, выбор наиболее запоминающегося или впечатляющего ракурса архитектурного объекта (в Таблице 1 видно, насколько не проработан этот вопрос Сысертью и Арамилем – здания разного назначения, построенные в разные периоды, одинаковы на имиджевых изображениях). Чем больше можно сделать в кооперации, тем сложнее и длиннее проект, тем актуальнее для него наличие грамотного модератора, тем надежнее к восприятию его результаты.

Кейс двух креативных кластеров: только визуальная составляющая

В заключение приведем несколько наглядных примеров из опыта двух креативных кластеров Свердловской области. Первый из них – Сысертский³ – больше ориентирован на конструктивистский подход, хотя его замечательные инициаторы и акторы вряд ли подозревают об этом. Площадка железодобывающего завода, по крайней мере, для постороннего человека, бывавшего в Сысерти 4–5 раз, выглядит своеобразным «задником» разворачивающихся на ней действий.

Второй кластер, в Арамили, во многом интуитивно и наощупь, приходит к выявлению реальной истории суконной фабрики: первоначально через тему шинели, сегодня – более широко. Возможно, это случилось, потому что ее ветераны продолжают делиться воспоминаниями и ждут, что их образ фабрики будет реконструирован усилиями тех, кто приходит на нее сегодня. История архитектурного объекта практически неизвестна, зато хорошо представлена история производства на разных этапах [14].

Впрочем, оба пути достаточно вариативны, в них бывают неожиданные отступления и находки, поскольку это первый опыт. Безусловной удачей Сысерти можно считать вхождение в организацию Pascal Observation ЮНЕСКО, объединяющую так называемые «обучающиеся города» всего мира. Образовательная со-

ставляющая очень перспективна для креативного кластера со всех точек зрения. Достижением Арамили является проект музеефикации, разработка уникального оборудования для экспонирования, учитывающего архитектурное своеобразие здания. Если этот процесс продолжится при создании креативного кластера, то у кластера будет собственная программа, собственное неповторимое лицо и прочная связь с местом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение пространственных характеристик креативных кластеров с обращением к истории и современности достаточно неожиданно подтверждает необходимость ухода от унифицирующего, типологизирующего алгоритма в сторону поиска уникальности. Последняя возникает в результате поиска исторических основ, включая технологические, архитектурные, градостроительные, возникающих креативных индустрий, – если не их профиля, то хотя бы характера контента. (Условно говоря, лучше черпать идеи сувениров из биографии братьев Злоказовых, чем лепить мультяшных котиков).

При принятии тех или иных концептуальных и организационных решений необходимо помнить следующее:




- креативный кластер – экономическая единица, открытая и способная к самоподдержанию (а не живущая на дотации администрации);
- он окупит себя, если к нему будут проявлять устойчивый интерес конкретные категории людей (их надо хорошо просчитать, не ограничиваясь самолюбованием);
- заходы этих людей на территорию будут регулярными, если там они находят что-то важное для себя или своих близких;
- отчасти – в особенности для туристов – этот интерес обеспечивается уникальностью продуктов;
- уникальность не надо фантазировать, она кроется в истории места. Выявить ее под силу междисциплинарной команде специалистов, не стремящихся следовать стандартным рецептам.



Рис. 2. Главный корпус Арамилской суконной фабрики. Арамиль, Свердловская обл. Фото из свободного доступа в Интернет.

³ См.: Лето на заводе. URL: <http://xn--80aagibek3atjf5b.xn--p1ai/>

Таблица 1 — Сравнение исходных данных креативных кластеров городов Сысерти и Арамилы, Свердловская обл.

	Сысерть	Арамиль
Освещение события		
Визуальный образ места		
Арт-практики		
Участники арт-практик		
Музеефикация		

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- [1] Савельева К. В. Развитие феномена культурных индустрий в современном обществе // Манускрипт. 2016. № 12-3 (74). С. 154-157.
- [2] Городские исследования и практики. 2021. Т. 6, № 1. Индустриальное наследие и символический капитал: провинциальные города в начале XXI века. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2021. 144 с.
- [3] Фьерару В. А. Трансформация городского пространства: креативные кластеры как новый инструмент повышения туристической привлекательности Санкт-Петербурга // Известия СПбГЭУ. 2016. № 4 (100). С. 184-186.
- [4] Регионы и города России как туристские территории: условия

- и перспективы устойчивого развития: сборник статей и кейсов / под науч. ред. д. э. н., проф. М. Ю. Шерешевой. М.: Экономический факультет МГУ, 2020. 186 с.
- [5] Быстрова Т. Ю. Малые индустриальные города: актуализация наследия. Екатеринбург: TATLIN, 2022. 250 с.
- [6] Cultural industries, A challenge for the future of culture. Paris: UNESCO, 1982. 236 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000049972> (дата обращения: 05.02.2023).
- [7] Флиер А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2012. № 3. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (дата обращения: 06.02.2023).
- [8] Новаковская А., Вальчак Б. Индустриальное наследие как территориальный капитал: случай Лодзи // Городские исследования и практики. 2021. Т. 6. № 1. С. 100-108.
- [9] Кихлштед Ф. Т. Хрустальный дворец // В мире науки. Scientific American. Издание на русском языке. 1981. № 12. URL: <http://vivovoco.astronet.ru/vv/JOURNAL/SCIAM/CRYST/CRYST.HTM> (дата обращения: 06.02.2023).
- [10] Алексеева Е. В. Ревалоризация индустриального наследия в России и странах Западной Европы: подходы, объекты, ландшафты, акторы // Экономическая история. 2017. № 1 (36). С. 9-23.
- [11] Индустриальное наследие как ресурс для развития. Варианты стратегий. 300+: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 3-4 декабря 2020 г. Нижний Тагил: Нижнетагильский музей-заповедник «Горнозаводской Урал», 2020. 200 с.
- [12] Bystrova T., Kochetkov D. Branding as an Identification of the Territory Potential: Insufficiency of Constructivist Approach // FEBM 2017. International Conference on Economic and Business Management. Shanghai. October 21-23. 2017. #11442. URL: <http://www.febm.org/> (дата обращения: 06.02.2023).
- [13] Конструктивистская концепция истины // Национальная энциклопедическая служба. URL: <https://terme.ru/termin/konstruktivistskaja-koncepcija-istiny.html> (дата обращения: 06.02.2023).
- [14] Очерки истории Арамилской суконной фабрики / [В. П. Микитюк, Н. И. Бирюкова]; МБУК «Музей города Арамил». Екатеринбург: Квадрат, 2022. 248 с.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Быстрова Татьяна Юрьевна – доктор философских наук, доцент; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19); taby27@yandex.ru. AuthorID РИНЦ: 283958, ORCID: 0000-0001-6713-6867, ScopusID: 56960191500.

THE SPACE OF CULTURAL INDUSTRIES: BACKGROUND, TWO APPROACHES AND A MODEL

ABSTRACT

The main aim of the article is to clarify the qualitative spatial characteristics of the creative cluster (as a place for the implementation of cultural industries) created in the former industrial area. Following M. Porter, the author defines a creative cluster as a system of small industries with predominant horizontal connections, emphasizing that it is both an economic and cultural entity, where the pool of residents, the characteristics of connections, the possibility of cooperation are a synergistic effect of horizontality and self-organization.

For a more voluminous idea of the qualities of the physical space of cultural industries, the article briefly presents their background, which makes it possible to single out two opposite approaches to the territory, including when activities are carried out on former industrial sites. This division is briefly illustrated by the examples of the Sysert creative cluster and the museum-protected Aramil cloth factory near Ekaterinburg. It is emphasized that a cluster should be considered an economic system with predominant horizontal links, capable of self-sustaining. The necessity of full or partial connection of the products of the residents of the creative cluster with the historical characteristics of the industrial site is determined. It is concluded that it is necessary to conceptually rethink such sites, taking into account their historical-cultural and historical-architectural potential by specialists of interdisciplinary teams.

AUTHOR'S INFORMATION

Tatyana Yu. Bystrova
Ural Federal University
named after the first President
of Russia B.N. Yeltsin

KEYWORDS

Industry of culture, cultural industries, placemaking, development of industrial territories.

FOR CITATION

Bystrova, T. Yu. (2023). The space of cultural industries: background, two approaches and a model. *Managing culture*, (1), 3–9.

REFERENCES

- [1] **Savel'yeva K. V.** Razvitiye fenomena kul'turnykh industriy v sovremennom obshchestve // Manuskript. 2016. № 12-3 (74). S. 154-157.
- [2] Gorodskiyе issledovaniya i praktiki. 2021. T. 6, № 1. Industrial'noye naslediyе i simvolicheskiy kapital: provintsial'nyye goroda v nachale XXI veka. M.: Natsional'nyy issledovatel'skiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki», 2021. 144 s.
- [3] **F'yeraru V. A.** Transformatsiya gorodskogo prostranstva: kreativnyye klasteriy kak novyy instrument povysheniya turisticheskoy privlekatel'nosti Sankt-Peterburga // Izvestiya SPbGEU. 2016. № 4 (100). S. 184-186.
- [4] Regiony i goroda Rossii kak turist-skiye territorii: usloviya i perspektivy ustoychivogo razvitiya: sbornik statey i keysov / pod nauch. red. d. e. n., prof. M. Yu. Shereshvoy. M.: Ekonomicheskii fakul'tet MGU, 2020. 186 s.
- [5] **Bystrova T. Yu.** Malye industrial'nyye goroda: aktualizatsiya naslediya. Yekaterinburg: TATLIN, 2022. 250 s.
- [6] Cultural industries, A challenge for the future of culture. Paris: UNESCO, 1982. 236 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000049972> (data obrashcheniya: 05.02.2023).
- [7] **Fliyer A. Ya.** Kul'turnyye industrii v istorii i sovremennosti: tipy i tekhnologii // Informatsionnyy gumanitarnyy portal «Znaniye. Ponimaniye. Umeniye». 2012. № 3. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (data obrashcheniya: 06.02.2023).
- [8] **Novakovskaya A., Val'chak B.** Industrial'noye naslediyе kak territorial'nyy kapital: sluchay Lodzi // Gorodskiyе issledovaniya i praktiki. 2021. T. 6. № 1. S. 100-108.
- [9] **Kikhlshted F. T.** Khrustal'nyy dvorets // V mire nauki. Scientific American. Izdaniye na russkom yazyke. 1981. № 12. URL: <http://vivovoco.astronet.ru/VV/JOURNAL/SCIAM/CRYST/CRYST.HTM> (data obrashcheniya: 06.02.2023).
- [10] **Alekseyeva Ye. V.** Revalorizatsiya industrial'nogo naslediya v Rossii i stranakh Zapadnoy Yevropy: podkhody, ob'yekty, landshafty, akatory // Ekonomicheskaya istoriya. 2017. № 1 (36). S. 9-23.
- [11] Industrial'noye naslediyе kak resurs dlya razvitiya. Varianty strategiy. 300+: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem, 3-4 dekabrya 2020 g. Nizhniy Tagil: Nizhnetagil'skiy muzey-zapovednik «Gornozavodskoy Ural», 2020. 200 s.
- [12] **Bystrova T., Kochetkov D.** Branding as an Identification of the Territory Potential: Insufficiency of Constructivist Approach // FEBM 2017. International Conference on Economic and Business Management. Shanghai. October 21-23.2017. #11442. URL: <http://www.febm.org/> (data obrashcheniya: 06.02.2023).
- [13] Konstruktivist-skaya kontseptsiya istiny // Natsional'naya entsiklopedicheskaya sluzhba. URL: <https://terme.ru/termin/konstruktivistskaja-koncepcija-istiny.html> (data obrashcheniya: 06.02.2023).
- [14] Ocherki istorii Aramil'skoy sukonnoy fabriki / [V. P. Mikityuk, N. I. Biryukova]; MBUK «Muzey goroda Aramil'». Yekaterinburg: Kvadrat, 2022. 248 s.

AUTHOR'S INFORMATION

Tatyana Yu. Bystrova – Advanced Doctor in Philosophical Sciences, Associate Professor; Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (19, Mira St., Ekaterinburg, 620002, Russia); taby27@yandex.ru. RSCI AuthorID: 283958, ORCID: 0000-0001-6713-6867, ScopusID: 56960191500.