

## «Больше творческой энергии»: смыслы и функции креативного пространства в моногороде (кейс Набережных Челнов)

DOI: 10.19181/inter.2022.14.2.3

Ссылка для цитирования:

Рассолова Е. Н., Галкин К. А. «Больше творческой энергии»: смыслы и функции креативного пространства в моногороде (кейс Набережных Челнов) // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2022. Т. 14. № 2. С. 55–65. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2022.14.2.3>

For citation:

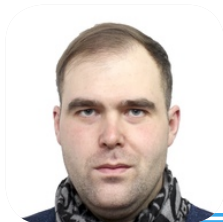
Rassolova E. N., Galkin K. A. (2022) "More Creative Energy": Senses and Functions of Creative Space in the Industrial Town (the Case of Naberezhnye Chelny). *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 14. No. 2. P. 55–65. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2022.14.2.3>



**Рассолова Елена Николаевна**

Социологический институт ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: [enrassolova@gmail.com](mailto:enrassolova@gmail.com)



**Галкин Константин Александрович**

Социологический институт ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: [kgalkin1989@mail.ru](mailto:kgalkin1989@mail.ru)

*Возможности постсоветских индустриальных городов представляют обширный потенциал для перепрофилирования территорий и изначальных смысловых кодов. В статье рассматривается попытка такого перепрофилирования через создание креативного пространства на территории одного из промышленных предприятий в г. Набережные Челны. В ходе анализа мы выявляем различные стратегии, которые закладываются городскими активистами при описании креативного пространства, его функций и направлений развития.*

*Первую стратегию мы назвали «креативный город в городе»: креативное пространство рассматривается как определенный исторический символ,*

*как символ идентичности города, но при этом связанный с организацией различных культурных мероприятий.*

*Вторая стратегия — «расширение границ» — предполагает, что в креативном пространстве рождаются новые идеи и сети, способствующие развитию горожан.*

**Ключевые слова:** креативные пространства; городской активизм; перепрограммирование территории; индустриальный город; городская идентичность

## Введение

На протяжении столетий города возникали естественным образом, вырастали стихийно, подчиняясь своей внутренней логике и законам. Советский опыт градостроительства обеспечил появление целого ряда городов, спроектированных для выполнения определенных функций, в первую очередь индустриальных [Kukulska-Kozielec et al., 2019; Frolic, 1970]. В постсоветский период возникла необходимость перепрограммирования пространств бывших индустриальных городов и конструирования новых городских смыслов с сохранением архитектурной формы.

Происходящие в городских пространствах трансформации усиливают исследовательский интерес к проблематике публичного пространства, в том числе креативных пространств, их роли в гражданском активизме и реализации права на город. Наличие активного городского сообщества, а также креативного бизнеса на территории формирует сеть «власть — город — горожане» [Harvey, Hawkins, Thomas, 2012; Lin, 2018]. Аккумуляция креативных сфер происходит в арт-резиденциях, креативных кластерах и пространствах.

В исследовании, которое легло в основу данной статьи, мы предположили, что переформатирование части городского промышленного ландшафта с сохранением формы, но с изменением содержания в единый «энергетический центр» — креативное пространство — будет способствовать расширению границ использования городского пространства и укреплению культурных кодов и идентичности города. Мы провели исследование с опорой на мнения городских активистов в городе Набережные Челны, рассматривая пример территории бывшего завода ячеистых бетонов (ЗЯБ). Мы задаемся следующими вопросами: какие смыслы городские активисты вкладывают в создание городского креативного пространства и как они видят перспективы развития такого пространства? В российском контексте особый интерес представляет изучение мнений городских активистов как участников в общественно-политической жизни города. В данной статье предпринимается попытка разработки аналитической схемы (выделения категорий) для анализа особенностей мнений и смыслов понимания развития городского креативного пространства у различных городских активистов.



## Городская культурная среда: теоретический контекст

Понятие «городская культурная среда» подробно исследовано в работах Л. Б. Когана, Э. А. Орловой и др. [Коган, 1990; Орлова, 1993]. Прежде всего, культурная среда есть совокупность культурных объектов, а также вещей, идей, образцов деятельности, норм поведения и оценок, которые применяются людьми как в профессиональной области, так и обыденных ситуациях [Захарова, 2020]. В городском пространстве в последние годы формируются особые элементы культурной среды — городские креативные кластеры.

При этом креативность может рассматриваться с точки зрения брендинга или маркетинга тех или иных мест [Лэндри, 2006; Визгалов, 2008]. Однако в данном ракурсе рассмотрения сложно определить само пространство как проект, который задает особые контексты в городском развитии, создает особые смыслы таких мест. В настоящей статье под креативными пространствами мы понимаем городские проекты, которые используют элементы творчества, коворкинга и дизайна и которые направлены на трансформацию, расширение городской среды, а в целом — на реструктуризацию городской идентичности [Желнина, 2015]. При этом нас интересует не формальный урбанизм, обусловленный масштабными исследованиями и позициями застройщиков. В данной работе мы сосредоточены на изучении мнений и неформальных идей активистов и экспертов («самодельных урбанистов»), которые влияют на развитие городских проектов, в частности на развитие городского креативного пространства. Такой подход к реформированию и переструктурированию городских пространств — снизу вверх — можно рассматривать как актуальную форму самореализации гражданского общества и публичности в целом, как реализацию своих прав на город, а представления городских активистов и экспертов оказываются важными и значимыми в этом вопросе [Attoh, 2011; Желнина, 2015; Heim LaFramboise, 2017].

Право на город есть нечто большее, чем право индивидуального доступа к городским ресурсам. Это право и коллективная возможность изменять, трансформировать, переформатировать в целом само городское пространство, участвовать в формировании новых городских пространств и новых смыслов города [Harvey, 2003: 939]. Такое право на город позволяет включить в неформальные городские действия не только общественные, организованные и структурированные городские движения, но и низовой урбанизм, на основании которого проектируются, трансформируются, определяются границы и особенности городских пространств. Именно развитие креативных городских пространств — вкупе с городским активизмом — становится ресурсом для укрепления самих городов, для обеспечения стабильного развития города.

Городские креативные пространства, как и творческие инициативы, возникают на изломах формального урбанизма [Iveson, 2013: 943]. Они способствуют развитию альтернативных стилей жизни и новой городской повседневности. Объединяющим фактором для всех креативных городских пространств выступает эксперимент, трансформация изменения привычного, устоявшегося в городе порядка, а затем его постепенное развитие в новом направлении, новом русле,

которое может достаточно сильно отличаться от традиционных представлений и городских креативных пространств [Нои, 2010: 2]. Как отмечает австралийский исследователь Курс Айвсон, креативность становится инструментом для новых публик и способствует созданию новых пространств, или «города в городе». Именно с помощью самих креативных пространств и собственных способностей горожане могут объединяться и изобретать новые пространства для реализации тех или иных возможностей в качестве альтернативы привычному городскому развитию. Другой исследователь, Гордон Дуглас, использует термин «DIY-урбанизм»: городское активистское сообщество и создание креативных индустрий в городе и пространств, по его мнению, может быть определено как конфронтационная политика с городским мейнстримом, как политика, которая практически полностью изменяет, трансформирует город и задает новые тенденции в развитии городского пространства [Douglas, 2014]. При этом, как отмечает Дуглас, репертуары протестных действий постоянно меняются, трансформируются, каждый раз появляются новые формы «самоделного» городского дизайна в рамках идей городских активистов. Креативные пространства при этом более партисипаторны и инклюзивны, и городские активисты в рамках развития креативных пространств могут в полной мере влиять на расстановку приоритетов в контексте реализации права на город [Нои, 2010: 15]. Именно через развитие креативных пространств в городе может достаточно активно развиваться и инклюзивная политика.

В рамках данного исследования рассматривается город Набережные Челны и возможности трансформации его социально-экономического и социально-культурного потенциалов и конкретный кейс недействующего завода ячеистых бетонов как территория, запланированная для формирования нового креативного пространства.

## **Методология исследования**

В основу статьи легло авторское исследование, в рамках которого была собрана серия нарративных полуструктурированных интервью о перспективах городских креативных пространств как баз локальной креативной экономики. Эмпирическая информация собиралась осенью-весной 2021–2022 гг., было проведено 20 интервью с городскими активистами — представителями локального креативного сообщества в городе Набережные Челны. Все информанты имеют разный уровень включенности в городскую повестку. В ходе анализа данных применялся тематический анализ.

## **Завод ячеистых бетонов: описание кейса**

Кейс настоящего исследования — завод ячеистых бетонов (ЗЯБ), находящийся на территории города Набережные Челны. Созданный в 1958–1962 гг. завод ячеистых бетонов привлек первые волны переселенцев на территорию



города. Завод обанкротился в конце 2010-х годов, в настоящее время бывшие производственные площади пустуют.

На территории данного заводского района расположены объекты промышленной и социальной инфраструктуры — предприятия, магазины, жилые кварталы, морг, больница, колледжи, университет и один из городских театров. В данный момент территория завода ЗЯБ стала объектом дискуссии городских активистов о реформировании и изменении данной территории.

## **Мнения активистов о территории ЗЯБ как о городском креативном пространстве**

В ходе полевой работы были рассмотрены мнения о различных проектах развития территории завода ЗЯБ как о примерах реализации права на город. Обнаружены два представления о развитии территории ЗЯБ: 1) «креативный город в городе», по аналогии с проектами, уже реализованными в других городах; 2) «расширение границ», то есть развитие «духа пространства».

Примечательно, что в рамках первого представления активисты видят территорию завода в роли своеобразного выставочного комплекса. В рамках второго представления, помимо демонстрационных возможностей территории завода, отмечается необходимость пространства для кооперации, возможности работы в коворкинге для создания новых идей, которые во многом задаются самим местом. В этом случае публичность места выстраивается не с точки зрения его исторического сохранения и создания внутри особой удобной и комфортной площадки, а с точки зрения новых смыслов и возможностей для развития особой территории, где рождается креатив.

## **Стратегия «креативный город в городе»**

Для стратегии «креативный город в городе» характерны ностальгия по ушедшей публичности завода ЗЯБ; воспоминания о том, что данное место представляет собой важную веху в городской истории. Закрытие и неиспользование данного пространства соотносится с тем, что город забывает часть своего развития, теряя идентичности, присущие данной территории:

*«Есть ощущение, что пытаются стереть прошлое, как будто то, что было до КАМАЗа, стыдно, вот и не помнят, и не знают, что и до КАМАЗа у нас было очень интересно и любопытно. Чем завод помешал? Это ведь как раз, конструкт и место памяти для горожан, и надо его превращать в новый культурный код» (муж., 21 год, студент).*

*«Травма города. У нас их было две. Может, больше. Но все помнят КАМАЗ и группировки. А сейчас ЗЯБ. Нас и так знают как камазовцев, но не хватает ли? Может быть, стоит создать новый культурный код города, а не сознательно его разрушать?» (муж., 39 лет, историк).*

С другой стороны, стратегия «креативного города в городе» связана с возможностью рассмотрения иных подобных пространств, существующих в других городах:

*«Была в разных городах, тот же Питер. Там же есть “Севкабель-порт” и “Этажи” (креативные пространства), они же существуют на территории заводов — и ничего. И жизнь там кипит. А у нас что? Есть пустующее здание завода с удобным расположением, даже не в промзоне. Размести ты там креативное пространство, ведь сам город просто создан для того, что современное искусство развивалось. Ведь модернизм же. А посмотри на тот же Стамбул или Берлин, там же очень много этих коробочек, но это музеи современного искусства, галереи. А у нас что? Можно же часть корпуса сохранить. А на освободившемся [месте] поставить эти же коробки и свечки, но будет место для горожан, а не сухая механика — поспал, поел, убежал, и криминала меньше будет» (жен., 41 год, дизайнер).*

В приведенной цитате хорошо заметна идея создания «города в городе», которая опирается на заимствование тенденций и идей, существующих в других городах. При этом развитие и расширение альтернативного пространства предлагают осуществить сами городские активисты, задействовав потенциал бывшего завода. Само креативное пространство в данной ситуации рассматривается как довольно дискретное: цель этого пространства — развитие интереса у горожан, попытка вырвать их из привычной повседневности, структурно и глобально изменив роль и возможности завода, трансформировав его, превратив в пространство для досуга. Любопытно, что информанты — приверженцы данной позиции видят модернистскую роль города как важный компонент в развитии современного искусства. При этом создание «креативного города в городе», исходя из развития креативных возможностей завода ЗЯБ, видится как формирование особой территории, которая похожа на «большое» городское пространство, но наполнена досуговыми смыслами. Для представителей стратегии креативного города в городе важно использование прежних элементов пространства самого завода (их модификация исключается). В данном контексте городские активисты понимают креативность как закрытые пространства, которые ее четко оформляют и вписывают в свои границы.

### **Стратегия «расширение границ»**

В отличие от информантов — представителей стратегии «город в городе», представители стратегии «расширение границ» рассматривают креативное пространство и территории завода в первую очередь как развитие нового пространства, которое не имеет четко сформированных сценариев.

Для представителей данной стратегии наиболее важными смыслами оказываются коллективность и социальность, развитие сетевой креативности.



Модель ограничения определенной территории и понимание ее особой роли в данном случае не важна:

*«Молодежь? Она устала от обычных молодежных центров. Они сами хотят что-то делать, но чаще нет помещений. А на выходные? Ну куда она может пойти в городе? Никуда? А на ЗЯБи так вообще перекаати поле. Они же катаются то в Казань, а то и в Москву на всякие тусовки молодежные. Задыхается тут молодежь, нет тут выхлопа ее энергии. А вот если будет такое молодежное место, как на ЗЯБи, то тут же и межуниверский хаб может быть, и кафешки всякие появятся, и места крутые» (жен., 23 года, архитектор).*

В данном случае важен не только процесс включенности в креативную сеть через развитие особого кластера, но также и проектирование новой сети, стирание границ с другими городскими пространствами, создание на этой базе «хаба» или нового места, которое имеет общероссийские и даже международные амбиции для развития. И если для стратегии креативного «города в городе» характерна статичность территории и, как следствие, ее развитие в контексте ее использования, то для стратегии «расширение границ» наиболее важным и значимым выступает само развитие человека, рост (в том числе профессиональный) людей в рамках определенного места, которое представляет не фон, а генератор новых идей и инициатив.

## **Заключение и дискуссия**

Обозначенные в исследовании стратегии видения креативного развития городского пространства — стратегия «креативный город в городе» и стратегия «расширение границ» — позволяют говорить о существовании различных, даже полярных, взглядов у городских активистов Набережных Челнов.

Для представителей стратегии «креативный город в городе» важно развитие самого городского пространства в рамках относительно закрытого мира, где существует возможность насладиться искусством, вырваться из контекста повседневности, изменить привычные механистические и заданные городские рамки. Развитие городского креативного пространства мыслится данной группой информантов как развитие конкретного места, которое объединяет привычный и творческий контекст. Для представителей стратегии «креативный город в городе» значимы достаточно четко структурированные, очерченные городские границы, в рамках которых и происходит развитие креативных индустрий в городе, создание креативного городского пространства. Именно ценность создания своего обустроенного и закрытого (отчасти — от внешних влияний) пространства ставится представителями данной группы во главу угла. Кроме того, важным здесь выступает сохранение существующих границ конкретного места и развитие территории самого завода в привычных границах, но с иным наполнением и с иными возможностями.

Для другой стратегии — «расширения границ» — креативное пространство в городе рассматривается как пространство по созданию сетей, как новое пространство для общения, нетворкинга и проектирования. Идеологами данной стратегии развитие креативного пространства мыслится не как нечто узкопрофильное и затрагивающее только сам город и его память, но как сеть. Также они предполагают совмещение креативного пространства с социальными и коммерческими проектами. Таким образом, пространство здесь утрачивает свои прежние значения, становясь не просто местом досуга, но превращаясь в интерактивное место для профессионального развития.

Среди основных проблем, которые препятствуют созданию единого креативного кластера на территории ЗЯБ, городские активисты называют сложность при достижении компромиссного вектора развития. Несмотря на наличие нескольких активных городских урбанистических сообществ, в процессе проектирования каждый актер пытается «перетянуть одеяло на себя» или решить проблему самостоятельно. Однако, при всех разногласиях, выделение описанных нами стратегий показывает общее видение креативного развития города, которое учитывает роль пространства бывшего завода в городской среде.

Таким образом, нами выявлены различные взгляды в праве на город среди городских активистов и экспертов. Однако общим здесь выступает проявление неформальных инициатив в трансформациях, изменениях городского пространства снизу через создание своей территории или своего «хаба» глобальной сети, к которому относятся сами креативные пространства города.

## Литература

- Визгалов Д. В.* Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.
- Желнина А. А.* Креативность в городе: реинтерпретация публичного пространства // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. 18. № 2. С. 45–59.
- Захарова Е. Е.* Культурная среда города как часть общественного пространства // Человек и культура. 2020. № 1. С. 73–80. DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-8744.2020.1.32171>
- Коган Л. Б.* Быть горожанами. М.: Мысль, 1990.
- Лэндри Ч.* Креативный город. М.: Классика-XXI, 2006.
- Орлова Э. А.* Проблемы модернизации в России: культурные аспекты // Теоретические основания культурной политики. М.: РИК, 1993. С. 5–24.
- Attoh K. A.* What Kind of Right Is the Right to the City? // Progress in Human Geography. 2011. Vol. 35. № 5. P. 669–685. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0309132510394706>
- Douglas G. C. C.* Do-It-Yourself Urban Design: The Social Practice of Informal “Improvement” Through Unauthorized Alteration // City & Community. 2014. Vol. 13. № 1. P. 5–25. DOI: <https://doi.org/10.1111/cico.12029>
- Frolic B. M.* The Soviet Study of Soviet Cities // The Journal of Politics. 1970. Vol. 32. № 3. P. 675–695. DOI: <https://doi.org/10.2307/2128836>
- Harvey D. C., Hawkins H., Thomas N. J.* Thinking Creative Clusters beyond the City: People, Places and Networks // Geoforum. 2012. Vol. 43. № 3. P. 529–539. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.11.010>
- Harvey D.* The Right to the City // International Journal of Urban and Regional Research. 2003. Vol. 27. № 4. P. 939–941. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0309-1317.2003.00492.x>





Heim LaFrombois M. Blind Spots and Pop-Up Spots: A Feminist Exploration into the Discourses of Do-It-Yourself (DIY) Urbanism // *Urban Studies*. 2017. Vol. 54. № 2. P. 421–436. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0042098015604078>

Hou J. Insurgent Public Space: Guerrilla Urbanism and the Remaking of Contemporary Cities. London: Routledge, 2010. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203093009>

Iveson K. Cities within the City: Do-It-Yourself Urbanism and the Right to the City // *International Journal of Urban and Regional Research*. 2013. Vol. 37. № 3. P. 941–956. DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12053>

Kukulska-Kozieł A. et al. Towards Three Decades of Spatial Development Transformation in Two Contrasting Post-Soviet Cities — Kraków and Budapest // *Land Use Policy*. 2019. Vol. 85. P. 328–339. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.03.033>

Lin C. Y. Emerging Challenges of an Urban Creative Economy: Reflections on the Governance of Creative Clusters in Taipei City // *European Planning Studies*. 2018. Vol. 26. № 2. P. 421–437. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1392489>

**Сведения об авторах:**

**Рассолова Елена Николаевна** — младший научный сотрудник, Социологический институт ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия. **E-mail:** enrassolova@gmail.com. **РИНЦ Author ID:** 861266; **ORCID ID:** 0000-0003-3637-5544; **ResearcherID:** AAJ-5888-2021.

**Галкин Константин Александрович** — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Социологический институт ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия. **E-mail:** kgalkin1989@mail.ru. **РИНЦ Author ID:** 850737; **ORCID ID:** 0000-0002-6403-6083; **ResearcherID:** A-8784-2016.

**Статья поступила в редакцию:** 23.03.2022

**Принята к публикации:** 30.05.2022



**“More Creative Energy”: Senses and Functions of Creative Space in the Industrial Town (the Case of Naberezhnye Chelny)**

DOI: 10.19181/inter.2022.14.2.3

**Elena N. Rassolova** Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russia  
E-mail: enrassolova@gmail.com

**Konstantin A. Galkin** Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russia  
E-mail: kgalkin1989@mail.ru

The possibilities of post-Soviet industrial cities represent a vast potential for repurposing territories and reprogramming the original semantic codes. The article considers an attempt to repurpose through the creation of a creative space on the territory of one of the industrial enterprises in Naberezhnye Chelny, and the expression of the right to the city among urban activists.

This article discusses various strategies for understanding the meanings of the formation of a creative urban space among activists. These strategies are considered on the example of the formation of a creative space in the city of Naberezhnye Chelny.

The first strategy should be designated as a “creative city within a city”. This strategy is conditioned by the understanding that the creative space in the city is considered as a certain historical symbol, as a symbol of the identity of the city, but at the same time created by analgia with the spaces of other cities and, therefore, associated with the organization of various cultural events and breaks in the context of everyday life; at the same time, the space itself is considered as a static and immobile object, developed according to certain scenarios.

The second strategy considered in the study is the “border expansion strategy”. In this situation, the creative space itself is a birthplace of new ideas and networks, represented by a hub, and in this case, the place itself contributes to the development of people involved in working in it.

Thus, in the study, based on the consideration of a specific case, we analyzed how city activists build strategies for the transformation and development of the creative space of the territory of the former ZYAB plant and what meanings they invest in the development of this territory, how they position their right to the city.

**Keywords:** creative spaces; urban activism; territory reprogramming; industrial city; urban identity

## References

- Attoh K. A. (2011) What Kind of Right is the Right to the City? *Progress in Human Geography*. Vol. 35. No. 5. P. 669–685. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0309132510394706>
- Douglas G. C. C. (2014) Do-It-Yourself Urban Design: The Social Practice of Informal “Improvement” Through Unauthorized Alteration. *City & Community*. Vol. 13. No. 1. P. 5–25. DOI: <https://doi.org/10.1111/cico.12029>
- Frolic B. M. (1970) The Soviet Study of Soviet Cities. *The Journal of Politics*. Vol. 32. No. 3. P. 675–695. DOI: <https://doi.org/10.2307/2128836>
- Harvey D. (2003) The Right to the City. *International Journal of Urban and Regional Research*. Vol. 27. No. 4. P. 939–941. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0309-1317.2003.00492.x>
- Harvey D. C., Hawkins H., Thomas N. J. (2012) Thinking Creative Clusters beyond the City: People, Places and Networks. *Geoforum*. Vol. 43. No. 3. P. 529–539. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.11.010>
- Heim LaFrombois M. (2017) Blind Spots and Pop-Up Spots: A Feminist Exploration into the Discourses of Do-It-Yourself (DIY) Urbanism. *Urban Studies*. Vol. 54. No. 2. P. 421–436. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0042098015604078>
- Hou J. (2010) *Insurgent Public Space: Guerrilla Urbanism and the Remaking of Contemporary Cities*. London: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203093009>
- Iveson K. (2013) Cities within the City: Do-It-Yourself Urbanism and the Right to the City. *International Journal of Urban and Regional Research*. Vol. 37. No. 3. P. 941–956. DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12053>
- Kogan L. B. (1990) *Byt' gorozhanami* [To Be Citizens]. Moscow: Mysl' (In Russ.)
- Kukulaska-Kozieł A. et al. (2019) Towards Three Decades of Spatial Development Transformation in Two Contrasting Post-Soviet Cities — Kraków and Budapest. *Land Use Policy*. Vol. 85. P. 328–339.
- Landry Ch. (2006) *Kreativnyj gorod* [The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators]. Moscow: Klassika-XXI. (In Russ.)



Lin C.Y. (2018) Emerging Challenges of an Urban Creative Economy: Reflections on the Governance of Creative Clusters in Taipei City. *European Planning Studies*. Vol. 26. No. 2. P. 421–437. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1392489>

Orlova E. A. (1993) Problemy modernizacii v Rossii: kul'turnye aspekty [Problems of Modernization in Russia: Cultural Aspects]. In: *Teoreticheskie osnovaniya kul'turnoj politiki* [Theoretical Foundations of Cultural Policy]. Moscow: RIK. (In Russ.)

Vizgalov D.V. (2008) *Marketing goroda* [City Marketing: Practical Guide]. Moscow: Fond "Institut ekonomiki goroda". (In Russ.)

Zakharova E.E. (2020) Kul'turnaya sreda goroda kak chast' obshchestvennogo prostranstva [City's Cultural Environment as a Part of Public Space]. *Chelovek i kul'tura* [Man and Culture]. No. 1. P. 73–80. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-8744.2020.1.32171>

Zhel'nina A. A. (2015) Kreativnost' v gorode: reinterpretaciya publichnogo prostranstva [Urban Creativity: Reinterpreting the Public Space]. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology]. Vol. 18. No. 2. P. 45–59.

#### Author bio:

**Elena N. Rassolova** — Junior Researcher, Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russia. **E-mail:** [enrassolova@gmail.com](mailto:enrassolova@gmail.com). **RSCI Author ID:** 861266; **ORCID ID:** 0000-0003-3637-5544; **ResearcherID:** AAJ-5888-2021.

**Konstantin A. Galkin** — Candidate of Sociology, Senior Researcher, Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russia. **E-mail:** [kgalkin1989@mail.ru](mailto:kgalkin1989@mail.ru). **RSCI Author ID:** 850737; **ORCID ID:** 0000-0002-6403-6083; **ResearcherID:** A-8784-2016.

**Received:** 23.03.2022

**Accepted:** 30.05.2022