



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.05.003>

УДК 330.1:005:745/749

JEL: Z1, E22, G32

О.В. ПОПИК, канд. екон. наук,

науковий співробітник відділу економічного регулювання природокористування
ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»

Французький бульвар, 29, 65044, Одеса, Україна

e-mail: o.v.popik@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9170-2312>

КУЛЬТУРНИЙ КАПІТАЛ: СУТНІСТЬ І МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ПОМАРАНЧЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Розглянуто поняття «культурний капітал», його функції, ознаки і механізми реалізації. Проаналізовано основні методичні підходи щодо оцінки культурного капіталу, зокрема, як нематеріального активу. Розширено категоріальну основу помаранчевої економіки, визначено її співвідношення з нематеріальною економікою, креативною економікою і креативними індустріями, а також її місце і роль у загальній структурі нової економіки.

Ключові слова: культурний капітал; нематеріальні активи; культурні й креативні індустрії; економіка вражень; помаранчева економіка.

Культура має значення. Саме цією тезою починається праця відомого науковця Л. Харрісона (Harrison, 2012), присвячена дослідженню ролі культурної складової, зокрема релігійного традиціоналізму, в економічному благополуччі різних країн. Культурна детермінанта в економічному процесі в умовах буремного сьогодення дійсно набуває дедалі більшої актуальності як прихований атрибут економічного поступу в кризовий період. Л. Харрісон не перший і, вочевидь, не останній, хто намагався пояснити, чому за однакових просторових (географічних) умов деякі нації

Ц и т у в а н н я: Попик, О. (2024). Культурний капітал: сутність і механізми реалізації в умовах помаранчевої економіки. *Економіка України*. 67. 5(750). 03-29. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.05.003>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2024. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

досягають високого рівня економічного розвитку, а інші — ні, але саме складова культури, за результатами багатьох досліджень, виявилася тим наріжним каменем у забезпеченні економічного зростання, тією фундаментальною основою, з якої проростали коріння нерівності.

Сучасний культурний ландшафт є простором і фоном реалізації багатьох соціальних і політичних процесів. Економіка як відкрита система знає постійної трансформації у відповідь на зовнішні фактори впливу, в тому числі й культурного динамізму. Стійкий тренд до дематеріалізації зумовив реконфігурацію класичних економічних моделей, змістивши фокус з виробництва товарів на сферу послуг, економіку сервісу, і в цьому аспекті культура відіграла роль тригера і каталізатора змін, що відбуваються. Саме культурологічні особливості, доступність культурного ресурсу в певному історичному контексті зумовили характер перебігу і динаміку багатьох економічних процесів. Проте якими є місце і роль ресурсної атрибутивності культури в економіці, зокрема в новій економіці вражень? Дослідженню саме цих особливостей культурного капіталу в сучасних економічних реаліях присвячено статтю.

Розгляд взаємозалежності й взаємообумовленості культури і економіки доцільно розпочати із згадування таких прізвищ, як Гі Дебор, Ж. Бодріяр, О. Шпенглер, Л. Харрісон (Harrison, 2012), П. Бурдьє (Bourdieu, 2002), С. Хантінгтон, Ф. Хайєк, Г. Ховстед, Ф. Фукуяма, М. Кастельс та інші, чий фундаментальний доробок слугує основою подальшого наукового пошуку причин нерівності й розуміння ролі та місця культурологічної складової у економічному розвитку.

Поняття культурного капіталу в найбільш загальному аспекті розглядається в сучасніших дослідженнях М. Яіш і Т. Катс-Геро (Yaish, Katz-Gerro, 2010), А. Салтелі (Saltelli, Kuc-Czarnecka, Lo Piano et al., 2023), Б. Марковської (Markowska, 2018), К. Мілано (Milano, 2023), В. Горячука (2012), Х. Глеварека (Glevarec, 2022), Н. Зуграву (Zugravu, Kafrouni, Bouard et al., 2021). Культурні індустрії як простір існування і реалізації культурного капіталу досліджено в працях Дж. Боре (Borre, Romero, Gutiérrez et al., 2023), Т. Дробахіної (2022), І. Мура (Moore, 2014), М. Томщук і М. Вочкевич (Tomczyk, Wojtkiewicz, 2016). Культурі як ресурсу в найбільш загальному сенсі присвячено праці А. Бедате (Bedate, Herrero, Sanz, 2004) і Ю. Нечісса (Necissa, 2011). Аналізу ролі й місця інтелектуального капіталу в контексті дослідження культурологічної складової приділено увагу в працях Л. Братчук (2015), О. Собко (2016), С. Ілляшенка, Є. Голишевої і А. Колодки (2017) та інших. Цікавими для аналізу в межах представленого дослідження є також доробки М. Джіасі (Ghiasi, 2015) щодо місця культурної компоненти в економічному розвитку і Дж. Боровецкі й К. Новак-Позадці (Boroszewski, Nowak-Posadzy, 2021) щодо розгляду економічних моделей як культурних артефактів.

Міждисциплінарну взаємообумовленість культури і економіки в ширшому сенсі розкрито в дослідженнях М. Векрот і Т. Кемпайнен (Weckroth, Kempainen, 2016), Е. Янг (Yong, 2019), С. Церісола і Е. Панзера (Cerisola,

Panzer, 2021), Л. Гуйсо, П. Сапієнза і Л. Зінгалеш (Guiso, Sapienza, Zingales, 2006), С. Карімзаді (Karimzadi, 2019), М. Рамочки (Ramocka, 2010). На галузевих дослідженнях сучасних трендів розвитку економічної науки акцентовано увагу в працях таких науковців, як С. Рамазанов (Ramazanov, Tishkov, Noncharenko et al., 2022) — розглянуто інноваційну економіку; Ф. Феррейро-Сеона, А. Ллорка-Понсе і Г. Руїш-Соролла (Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022), О. Хитра (2022), Г. Назарова і Ю. Сотнікова (Nazarova, Sotnikova, 2018), І. Каленюк і Н. Кузнецова (Kaleniuk, Kuznetsova, 2022), О. Дишкантюк (2016), М. Боярська (2016), Ю. Ушкаренко, А. Чмут і К. Синякова (2018), Н. Хумарова (2021), Р. Канаан (Canaan, 2019), Л. Люк (Lusk, 2013) — досліджено креативну (помаранчеву) економіку і економіку вражень; Л. Шевченко, О. Гриценко і Т. Камінська (2014) — присвячено нематеріальній економіці. Зокрема, питання управління нематеріальними активами розкрито в працях вітчизняних науковців Т. Груздової (2011), В. Диби (2016), М. Плекан (2015).

Перша група аналізованих наукових джерел (Harrison, 2012; Bourdieu, 2002; Saltelli et al., 2023; Milano, 2023; Glevares, 2022; та інші) містить ґрунтовну інформацію щодо наявних форм капіталу, в тому числі культурного, особливості його реалізації і функціонування. Друга група досліджень (Ramazanov et al., 2022; Ferreiro-Seoane et al., 2022; Хитра, 2022; та інші) сфокусована на розгляді механізмів функціонування сучасної економіки, зокрема економіки вражень і культурних індустрій. Попри наявну безумовну змістовність аналізованих праць, необхідно констатувати недостатню розробленість і неповне узагальнення в межах одного дослідження ролі й місця культурного капіталу і культурної складової як активу економіки вражень, або помаранчевої економіки.

Отже, **мета статті** — дослідити сутність і складові культурного капіталу, узагальнити наявні теоретичні положення й методичні підходи щодо його оцінки, визначити особливості реалізації культурного капіталу в умовах помаранчевої економіки і в загальній структурі нової економіки.

КУЛЬТУРНИЙ КАПІТАЛ

Капітал — одна з базисних категорій економічної науки. Його рух і трансформація є визначальними для багатьох бізнес-процесів і операцій на мікро- й макрорівнях. За класичним визначенням, **капітал** розглядають як ресурс, що використовується у виробництві продукту (товару чи послуги), як фактор, запас чи засіб виробництва¹. Атрибутивність капіталу визначається підходом щодо його використання і формою реалізації. До основних факторів капіталу відносять: світогляд, цінності, економічну й соціальну поведінку (Harrison, 2012). Під капіталом у широкому сенсі доцільно розглядати сукупність фізичного, людського, соціального, природного й фінансового капіта-

¹ Чумаченко М. Капітал. *Енциклопедія сучасної України*. URL: <https://esu.com.ua/article-9410> (дата звернення: 27.12.2023).

лів і нематеріальних активів, які залучені чи потенційно можуть бути залучені або для задоволення потреб людини, або до процесу виробництва з метою створення доданої вартості (Горячук, 2012). У сучасних економічних реаліях більшу частину всеосяжного багатства націй зосереджено у формі нематеріального капіталу (активів), який охоплює все, що підвищує продуктивність економіки, наприклад знання, інституції і досвід, а також сприяє покращенню добробуту, наприклад соціальні відносини, культурні цінності й вірування як усталені атрибути, що визначають спосіб життя окремих осіб чи соціальних груп, у які останні мають емоційні інвестиції (Zugravu et al., 2021) й, відповідно, отримують соціальні дивіденди.

Залежно від сфери функціонування капіталу і вартості конвертації, які є передумовою його ефективності в даній галузі, він здатен виявляти себе в трьох основних формах: як економічний капітал, що може мати грошовий вираз і бути інституціоналізований у формі прав власності; як культурний капітал (КК), який за певних умов перетворюється на економічний капітал і може бути інституціоналізований у формі освітніх кваліфікацій; як соціальний капітал, що складається з соціальних зобов'язань (зв'язків), який за певних умов перетворюється на економічний капітал і може бути інституціоналізований у формі соціального статусу (ролі) (Bourdieu, 2002).

Відповідно до класичного підходу щодо тлумачення капіталу як суто виробничої категорії, його сутність полягає в певному антагоністичному і відчужуваному ставленні до живої праці працівника, що створює споживну вартість продукту в процесі інтеракції з іншими засобами виробництва (Markowska, 2018). Більш широке розуміння капіталу, зокрема його нових форм, створює додаткові ціннісні характеристики і, відповідно, механізми функціонування. За П. Бурдьє (Bourdieu, 2002), **капітал** — це назва тієї невидимої сили, що створює феномен соціальної взаємодії і обумовлює її динаміку, засновану на певній дуальності: прийнятті (накопиченні) й виключенні (розрізненні). Такі значно розширені характеристики робочої сили, як фізичний, культурний і людський капітал, відповідають складовим широкого розуміння **людського капіталу**, що включає капітал здоров'я, культури і освіти (Горячук, 2012).

Культурний капітал — це сукупність цінностей, вірувань і настанов, що ведуть суспільство до досягнення цілей Загальної декларації прав людини ООН (Harrison, 2012), це матеріальні або нематеріальні активи у формі фізичної культурної спадщини (історичні, археологічні, архітектурні чи художні форми і міська забудова). Нематеріальний КК спирається на суб'єктивні атрибути (якими можна поділитися), наприклад, етнічні та культурні цінності, ідеології, міфи, релігійні погляди, норми і звичаї (Zugravu, Kafrouni, Bouard et al., 2021).

Усупереч загальноприйнятій у економіці тезі, що культура є незначним атрибутом і повинна розглядатись як другорядний елемент у системі суспільних відносин, її, безумовно, слід розглядати як категорію, що вмщує і з'єднує всі різноманітні частини суспільства в організоване й

працездатне ціле (Karimzadi, 2019), а КК — відповідно, як одне з основних джерел економічного розвитку, адже культура визначає наш вибір, структуру нашого життя, ідентичність, мотивацію, натхнення, сприйняття і розуміння базисних категорій.

Згідно з основними положеннями теорії культурного патерну (cultural pattern) (Ramoska, 2010), культура складається із способів мислення, почуттів і реакційності, які існують і реалізуються у формі символів, а основним ядром культури є традиції, ідеї, моральні цінності, норми, стандарти поведінки, ключові компоненти ідеології (у позитивному тлумаченні), які використовуються для раціоналізації і виправдання певних форм поведінки. Якщо виходити з твердження, що інтелектуальний продукт — це результат розумової, духовної і творчої діяльності, втілений у відкриттях, винаходах, патентах, проєктах, творах літератури, мистецтва, музики тощо (Шевченко, Гриценко, Камінська та ін., 2014), то *культурний продукт* є більш широким і комплексним поняттям, що історично включає в себе крім інтелектуального продукту також результати реалізації конвертації інших форм капіталу, які мають символічну основу. Культура в цілому становить важливий ринок і об'єкт дослідження з великим потенціалом для створення бізнес-можливостей і культурних продуктів.

Як зазначає Л. Харрісон (Harrison, 2012), КК додає нового виміру більш раннім поняттям капіталу, до яких належать: фінансовий / ресурсний капітал, або капітал як власність (А. Сміт і К. Маркс); людський капітал — якість робочої сили (Г. Беккер); соціальний капітал — властива суспільству тенденція заохочувати об'єднання своїх членів (Г. Лоурі, Д. Коулмен, Р. Патнем і Ф. Фукуяма).

За П. Бурдьє (Bourdieu, 2002), КК може існувати в трьох формах: інкорпорованій (у втіленому стані) — як певні абстрактні уявлення і символічні системи; у об'єктивованому стані — у вигляді культурних благ (живопис, література, архітектура тощо), які є результатом об'єктивізації або реалізації концептів і образів; інституціоналізованій — як об'єктивація, що визначає вплив середовища на характеристику реалізації матеріалізованих або нематеріалізованих культурних активів.

Об'єктивована, тобто матеріалізована, форма КК є більш інтуїтивно зрозумілою і укладається у звичні шаблони сприйняття інших форм капіталу. Отже, це ті фізичні елементи культурної спадщини, що ідентифіковані як об'єкти культури і залучені (або ні) до економічного процесу, володіють атрибутикою активів і приносять своєму власникові (економічному суб'єкту) прибуток. Натомість інкорпорована форма КК є більш складною категорією для інтерпретації через наявну символічну (абстрактну) нематеріальну природу і включає дві можливі складові: володіння певними корисними знаннями (Harrison, 2012) (цінностями) і соціальний статус. Перша група є результатом активної діяльності індивіда, що реалізується в здобутті нових знань і досвіду в процесі соціалізації, навчання й праці (освітній капітал, організаційний капітал) (Glevares, 2022), чи в найбільш

загальному сенсі — мислення. Соціальний статус є категорією, яка, за П. Бурдьє (Bourdieu, 2002), може успадковуватись і визначає певні усталені практики, родинний традиціоналізм, який виражається у сформованому відношенні до елементів культури, що обумовлено неоднорідною природою й стратифікацією, притаманними більшості суспільств. Ця частина інкорпорованого КК, за визначенням, є близькою до креативного людського капіталу (Weckroth, Kemppainen, 2016).

У економічному тлумаченні інкорпорована форма культурного капіталу, з одного боку, характеризує потенціальні можливості щодо виникнення доданої вартості в межах інтеракції між нематеріальним культурним активом і споживачем (враження, емоції, знання), а з іншого — є каталізатором генерування й агрегації усталених цінностей, практик, традицій тощо. З цього приводу Х. Глеварек (Glevares, 2022) зазначає, що мобілізований у загальний спосіб культурний капітал втрачає свою описову цінність і стає надбанням вищих категорій, так само як і об'єкт (ресурс), на основі якого він був створений: ці категорії перетворюються на реальний КК. Його інституціоналізована форма в певному сенсі є механізмом визнання і легітимізації особистих чи колективних компетентностей, що створюють додаткову цінність у монетизованій формі. Це той атрибутивний ресурс знань, компетентностей і досвіду, що капіталізується і конвертується в актив і набуває певного економічного вираження.

Капітал — це авансована вартість, яка в процесі свого вкладення в господарську діяльність приносить додаткову вартість (Братчук, 2015). Накопичення (акумуляція) КК у втіленому стані, його матеріалізація в атрибути культури передбачають процес втілення, об'єктивізації та *інвестицію часу*, що реалізується в магичній конвертації ідей і сенсів у фізичні елементи мистецтва. У цьому аспекті важливою характеристикою культурного капіталу, зокрема його креації, є час. Не в тривіальному механістичному вимірі економіки виробництва з калькуляцією праце-годин, витрачених на одиницю товару, а в екзистенційному контексті часового виміру здобуття знань і досвіду, вибору й пріоритетизації, категорій *нової економіки*. Робота над втіленням — це праця над собою (самовдосконалення), зусилля, яке передбачає особисті витрати, інвестиції, перш за все часу, але в суспільно встановленій формі з усіма позбавленнями, відреченнями і жертвами, які це може спричинити. Звідси випливає, що найменш неточними з усіх вимірювань КК є ті, які беруть за стандарт тривалість його здобуття (Bourdieu, 2002). Агрегація культурного капіталу перетворюється на швидший прогрес, метою якого є демократичне правління, соціальна справедливість і процвітання (Harrison, 2012).

Сучасне включення культурного капіталу до економічного дискурсу відображає еволюцію поняття як у концептуальному вимірі (його визначення) й переході від розрізнених символічних атрибутів до генералізованого капіталу, так і в розширенні предметного поля і контекстуалізації культури як елементу економічного процесу в цілому. Амбіціозно можна

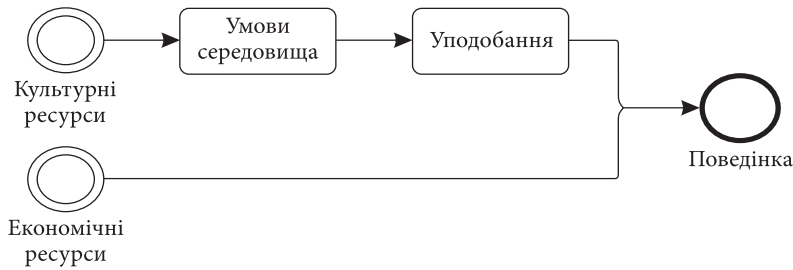


Рис. 1. Схематична модель креації інкорпорованого культурного капіталу

Джерело: адаптовано автором за: Yaish, 2010.

зазначити, що форми капіталів, зокрема економічний і соціальний, тепер розглядаються як види культурного капіталу, що функціонує у сфері економіки символічних благ (Markowska, 2018), а економічні моделі завдяки притаманній їм символічній атрибутивності — як культурні артефакти (Boroszewski, Nowak-Posadzy, 2021).

Креація інкорпорованої форми КК, відповідно до теорії процесів (Yaish, Katz-Gerro, 2010), складається з таких трьох тверджень: уподобання (культурні смаки) є передумовами поведінки (участі в культурі); поведінка більше, ніж уподобання, обмежена економічними ресурсами (наприклад, статком); уподобання більше, ніж поведінка, формуються культурними ресурсами через габітус (родинний культурний капітал і освіту) й умови середовища (рис. 1).

У більш широкому сенсі, згідно з положенням концепції культурного капіталу, джерелом культурних ресурсів є процес соціалізації (Milano, 2023). Усі аспекти культурного виробництва органічно укладаються в запропонований П. Бурдьє (Bourdieu, 2002) алгоритм існування форм КК, зокрема, безпосереднє продукування митцями нематеріальних культурних артефактів та ідей є втіленим (інкорпорованим) культурним капіталом, їхні продукти можуть розглядатись як об'єктивований КК, а подальші сприйняття, визнання і підтримку можна розцінювати як інституціоналізований КК. Доречно зазначити, що культурний капітал також може бути реалізований у формі семантичного капіталу, тобто сукупності символічних, знакових елементів, що мають кінцеве змістоє (семантичне) ядро і здатність до самовідтворення, а в економічному сенсі — характеризуються атрибутикою нематеріального активу і володіють потенціалом прибутковості (Попик, 2021). Загальний процес креації КК представлений на рис. 2.

Однією з властивостей капіталу є його здатність до самозростання. Чим більшим є капітал даного виду, тим легше суб'єкту, який їм володіє, витримувати конкуренцію і накопичувати цей чи інші види капіталу. Так, економічний капітал робить свого власника більш вагомим у очах оточуючих, відкриває доступ до освіти, дозволяє підтримувати хороший фізичний стан, допомагає розширювати зв'язки, які, у свою чергу, уможливають нарощування політичного впливу та ін., тобто капітал притя-

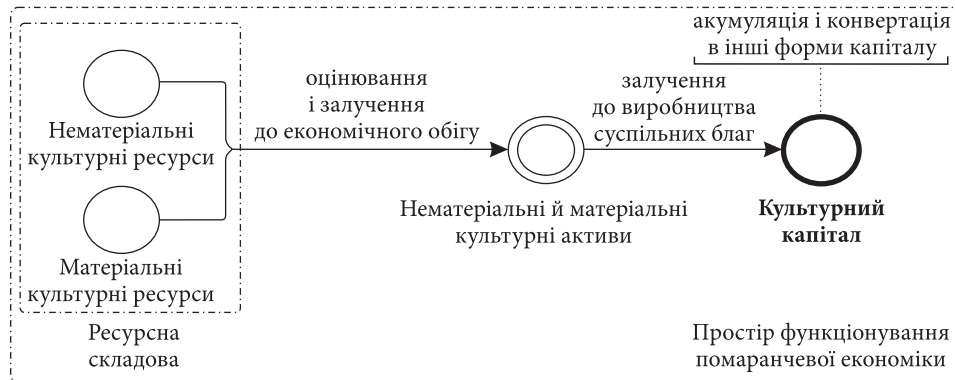


Рис. 2. Схематична модель креації культурного капіталу
Джерело: розроблено і побудовано автором.

гує капітал (Горячук, 2012). У цьому сенсі потенція КК до самозростання і самовідтворення є необмеженою через наявну відсутність лімітованості нематеріального активу. Культура як ресурс — на відміну від інших видів ресурсів — є невичерпною і, навпаки, має тренд до постійного накопичення як матеріальних благ, так і символічних цінностей, у тому числі невербалізованих і нематеріалізованих.

Ще однією важливою характеристикою капіталу є конвертація. Усі розглянуті форми капіталу можуть тією чи іншою мірою конвертуватися в економічний капітал, у тому числі в його грошову форму. Так, соціальний капітал забезпечує інформацію про економічні ресурси, адміністративний капітал відкриває найбільш короткий шлях до їх джерел, а політичний капітал дає можливість поборотися за ці джерела. Культурний же капітал полегшує способи мобілізації економічного капіталу, а символічний капітал дозволяє представити його більш значним у очах інших агентів (Горячук, 2012). Конвертація КК відбувається як через звичні форми (купівлю-продаж), так і за допомогою альтернативних механізмів накопичення (аккумуляції) певних ціннісних і змістових характеристик, що капіталізуються з деякою часовою затримкою у формі національних надбань, культурного коду та інших ідентифікаторів, актив яких вимірюється в символічних і семіотичних одиницях. Прикладами такої конвертації можуть бути усна народна творчість, традиційні практики малювання тощо.

Отже, культурний капітал може бути визначений як об'єктивований та інкорпорований культурний ресурс, залучений до економічного обігу у формі матеріальних і нематеріальних культурних активів з високим потенціалом до самовідтворення, аккумуляції і конвертації у інші форми капіталу. Основні характеристики культурного капіталу наведено в табл. 1.

Як уже зазначалося, культура — це сфера відносин, що стосується як матеріальних, так і нематеріальних цінностей (Markowska, 2018), отже, у відповідний спосіб реалізується й оцінювання культурного капіталу як сукупності матеріальних (об'єктивованих) і нематеріальних (інкорпорова-

них) активів. Використання нематеріальних активів економічними суб'єктами будь-якого ієрархічного рівня є необхідною умовою реалізації стратегії їх інноваційного розвитку, формування інвестиційної привабливості й забезпечення позицій на ринках капіталів (Плекан, 2015). Ядром нематеріального виробництва є галузі, що безпосередньо пов'язані з людським розвитком — біофізичним, інтелектуальним, культурним, соціальним. Зокрема, це наука, освіта, консалтинг, охорона здоров'я, культура, мистецтво, інформаційно-комунікаційні послуги (Шевченко, Гриценко, Камінська та ін., 2014).

Нематеріальний актив — це немонетарний актив, який не має матеріальної форми, об'єктами якого є в тому числі права інтелектуальної власності, інші об'єкти права власності й користування. Нематеріальний актив є основою нематеріальної економіки, тобто системи економічних відносин з приводу виробництва, розподілу, обміну і використання знань та інформації у виробничих і споживчих цілях індивідів, організацій, суспільства, що формує основу суспільного і людського розвитку в умовах нової економіки знань (Шевченко, Гриценко, Камінська та ін., 2014).

Початкова вартість нематеріальних активів — це собівартість за фактичними витратами на придбання (спорудження) і виготовлення нематеріальних активів (Груздова, 2011). Нематеріальний актив як основа КК є результатом креації та накопичення знань і досвіду, а також індивідуального пошуку, що реалізується в сприятливому виробничому, творчому, підприємницькому середовищі (Попик, 2021).

Т. Груздова (2011) наголошує, що оцінка нематеріальних активів здійснюється згідно з нормами вітчизняного законодавства, утім наразі бухгалтерський облік не може надати точної інформації про нематеріальні

Таблиця 1. Основні характеристики культурного капіталу

Характеристика	Ознака
Форма існування	Інкорпорована, об'єктивована, інституціоналізована
Форма реалізації	Матеріальні й нематеріальні культурні активи
Методи оцінювання	Пряме вимірювання культурного капіталу; визначення ринкової капіталізації; розрахунок віддачі активів; бальна оцінка, AFTF, VAIC * тощо
Форма власності	Національна (несуб'єктивована), індивідуальна, приватна, державна
Локалізація	Локальна, місцева, регіональна, національна, між-національна, глобальна
Властивості	Самовідтворення (самозростання), акумуляція, конвертація

Примітка: AFTF (Accounting for the future) — облікова модель «Бухгалтерський облік для майбутнього»; VAIC (Value added intellectual coefficient) — облікова модель «Інтелектуальний коефіцієнт доданої вартості».

Джерело: укладено автором за: Harrison, 2012; Bourdieu, 2002; Saltelli et al., 2023; Markowska, 2018; Milano, 2023; Горячук, 2012; Glevarec, 2022; Zugravu et al., 2021; Братчук, 2015; Собко, 2016; Ілляшенко, Голишева, Колодка, 2017.

складові інтелектуального капіталу (відповідно, і КК), через що його статистична оцінка на макрорівні є умовною. У господарській практиці одним з варіантів удосконалення системи бухгалтерського обліку щодо охоплення нею всіх нематеріальних активів є такі облікові моделі, як АРТЕ, розроблена як спеціальний інструмент для формування бухгалтерської фінансової звітності про вартість підприємства на основі використання техніки бюджетування капіталу підприємства, і ВАІС, що є системою індикаторів для вимірювання доданої вартості, яка генерується інтелектуальним капіталом підприємства (Плекан, 2015).

За ознаками й механізмами реалізації, нематеріальна (інкорпорована) форма культурного капіталу є близькою до *інтелектуального капіталу*, який науковці (Братчук, 2015; Собко, 2016; Ілляшенко, Голишева, Колодка, 2017) ототожнюють з нематеріальними (інтелектуальними) активами. За визначенням Л. Шевченко (2014), нематеріальні активи — це немонетарні активи, які не мають матеріальної форми і можуть бути ідентифіковані, відображаються в балансі, якщо існує можливість отримання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з їх використанням, а їх вартість може бути достовірно встановлена. Л. Братчук (2015) визначає інтелектуальний капітал як вартісну оцінку продуктів інтелектуальної праці (або інтелектуальних ресурсів), створених або придбаних суб'єктами господарювання для задоволення потреб суспільства. Натомість особливістю КК у його інкорпорованій формі є певна розмитість у питаннях майнових прав, механізмах конвертації і концепту призначеності, що обумовлюється як високим рівнем символічності (абстрактності) його форм, так і особливостями сприйняття (перцепції) у індивідуальному і колективному вимірах. З цього приводу Дж. Боровецькі та К. Новак-Позадці (Boroszewski, Nowak-Posadzy, 2021) справедливо зазначають, що *культурні символи* завжди є публічними, а їх зміст (зазвичай) інтерсуб'єктивно доступним. Культурні артефакти як одна з форм інкорпорованого КК сприймаються (відчуваються) у різному емоційному і сенсорному спектрі, що принципово відрізняє їх від інших структурних форм капіталу. Таким чином, право власності на культурний капітал реалізується у відповідності з нормами чинних міжнародного і національних законодавств у частині ідентифікованих і об'єктивованих його форм (інституційно визначених), натомість інші форми КК, а отже, і право власності на них, залишаються поза межами правового поля.

Суто прагматичний, утилітарний підхід до оцінювання культурного капіталу ґрунтується на постулатах, що його нематеріальна (інкорпорована) форма не здатна виробляти економічний результат самостійно, окремо від загальної системи функціонування. Відповідно, умовою продукування (конвертації) КК є інтеграція з іншими формами капіталу в грошовій, виробничій, інтелектуальній інтерпретації (Братчук, 2015). За такого підходу розрахунок потенціалу нематеріальної (інкорпорованої) форми КК може бути представлений функцією

$$Q = f(K_k, E_k, S),$$

де Q — обсяг вироблених благ, K_k — культурний капітал, E_k — економічний капітал, S — індивідуальні властивості й внесок суб'єктів економічних відносин.

Деякі принципи і підходи, що використовуються для оцінювання інтелектуального капіталу в господарських відносинах (Ілляшенко, Голишева, Колодка, 2017; Діба, 2016), можуть бути екстрапольовані й для оцінювання культурного капіталу. Це обумовлено тим, що індикативна система вимірювання інтелектуального капіталу включає показники, які також мають ознаки культурного капіталу, зокрема кваліфікація (як похідна досвіду) співробітників, інноваційність праці, інтелектуальні продукти тощо.

Серед методичних підходів, які можуть використовуватися при оцінюванні КК, виокремимо такі:

методи прямого вимірювання КК — засновані на ринковій вартісній оцінці окремих його елементів у інкорпорованій чи об'єктивованій формі;

методи бальної оцінки — передбачають виокремлення елементів КК господарюючого суб'єкта і їх відносну бальну або індикативну оцінку (Ілляшенко, Голишева, Колодка, 2017; Діба, 2016);

дохідний підхід — передбачає визначення доходів власника від використання КК у вигляді плати за використання ліцензій, доходу від реалізації продуктів культури та ін.;

витратний підхід — базується на визначенні витрат на відтворення КК (поточних операційних витрат на утримання матеріальних об'єктів культури, витрат на створення і просування бренду, придбання ліцензій тощо) (Янишівський, 2010).

М. Джіасі (Ghiasi, 2015) розглядає можливість визначення впливу культури як атрибуту КК на економічний поступ через оцінювання таких категорій, як: довіра (Guiso, Sapienza, Zingales, 2006; Ramoska, 2010), яка може впливати на економічні результати через вплив на транзакційні витрати, адже чим вищим є рівень довіри, тим нижчими є витрати на транзакції і моніторинг, а право власності є більш захищеним; самовизначення, або право на самоідентифікацію, яке визначає кількісну міру рівня контролю, що впливає на інтенсифікацію інновацій, інвестицій у майбутнє і більшу мотивацію; повага, яка сприяє розширенню ринку і економічному зростанню за рахунок більш толерантного ставлення до його учасників; економічна свобода, під якою розуміються свобода вибору і вільна конкуренція, а також свобода вільно розпоряджатися своєю долею². Е. Янг (Yong, 2019) доповнює цей перелік категорією процвітання (добробут), що може ідентифікуватись як у спостережуваній (низький рівень

² Не теряют надежду — выгодно. Так считает профессор Кэрол Грэм, которая уже тридцать лет изучает связь экономики и счастья. *Meduza*. 2024. 02 янв. URL: <https://meduza.io/feature/2024/01/02/ne-teryat-nadezhdu-vygodno-tak-schitaet-professor-kerol-grem-kotoraya-uzhe-tridtsat-let-izuchaet-svyaz-ekonomiki-i-schastyu> (дата звернення: 18.01.2024).

безробіття, стабільні ціни й високі темпи зростання ВВП), так і в неспостережуваній формі.

Кількісна економічна оцінка культурного капіталу може бути реалізована через імплементацію підходів, притаманних гуманітарним і соціальним наукам (мистецтву, літературі, філософії, історії, соціології, праву і політиці). Ці методології ґрунтуються на показниках, що вимірюють крім економічного також екологічний і соціальний добробут (Saltelli, Kuc-Czarnecka, Lo Piano et al., 2023). Економічний аналіз і оцінка продуктів культурної спадщини свідчать, що, за безпосереднім винятком творів мистецтва, які мають дуже специфічний ринок, багато історичних і культурних цінностей (артефактів і атрибутів КК) не мають свого ринку, на якому вони можуть бути обміняні чи конвертовані, тобто ці активи також не мають визначеної вартості (Bedate, Herrero, Sanz, 2004). Утім, недостатній рівень інформації щодо вартості продуктів культурної спадщини не є прямою ознакою відсутності їх споживчої цінності, яка впливає з потенції щодо використання. Натомість прихована вартість включає в себе вартість вибору (тобто цінність можливості інтеракції з культурним продуктом), вартість існування (тобто ринкова вартість культурного продукту) або вартість спадщини (тобто історико-культурна цінність і можливість пролонгованого використання культурних артефактів). Ідея існування екосистеми культурної спадщини підтримує розуміння синергії і взаємозв'язків між культурною спадщиною й культурними об'єктами з іншими пов'язаними секторами. Ці синергії впливають на зайнятість і додану вартість, які можна розглядати як міри економічного впливу наявності матеріальних форм культури (Cerisola, Panzera, 2021).

А. Бедате (Bedate, Herrero, Sanz, 2004) визначає культурну спадщину як весь набір благ, матеріальних і нематеріальних активів, приватного майна, церковного майна і національних активів, що мають велику історичну, мистецьку, наукову і культурну цінність, у контексті збереження національної (етнічної) ідентичності. Ці культурні продукти включають архітектурні, історичні й мистецькі цінності (пам'ятники, будівлі та історичні ансамблі, твори мистецтва, ремесел, документи, літературні твори і бібліографічні ресурси, етнологічні скарби й археологічні залишки, усні (неписемні) традиції). Крім культурних цінностей історичну спадщину можна розглядати як економічний ресурс, інвестиції у збереження якого генерують приріст капіталу і покращення якості життя (Necissa, 2011).

Особливість знання як економічного блага полягає в тому, що воно, як правило, втілюється в товарах і послугах і набагато рідше є предметом продажу само по собі. Знання утворює ринкову вартість товарів і послуг як економічний ресурс, поєднаний з живою працею, або існуючий відокремлено від неї у вигляді технологій (Шевченко, Гриценко, Камінська та ін., 2014). Культурна динамічність може розглядатись як доказ створення, розповсюдження, перевірки й підтримки мистецтва і культури як виміру повсякденного життя в громадах і виражатися через присутність і привабливість культурних місць і об'єктів (Cerisola, Panzera, 2021).

ІНДУСТРІЇ КУЛЬТУРИ І ПОМАРАНЧЕВА ЕКОНОМІКА

За даними ООН з питань освіти, науки і культури, *індустрії культури й творчості* можна визначити як сектори організованої діяльності, основною метою яких є виробництво або відтворення, просування, розповсюдження і/або маркетинг товарів, послуги і діяльність культурного, мистецького характеру або спадщини (Borre, Romero, Gutiérrez et al., 2023). Термін «індустрії культури» стосується тих галузей, які поєднують створення, виробництво і комерціалізацію нематеріального і культурного контенту (продукту). Всі вони мають спільне використання творчості, культурних знань та інтелектуальної власності для виробництва товарів і послуг соціального й культурного призначення, поєднуючи мистецтво, культуру, бізнес і технології (Kalenjuk, Kuznetsova, 2022). Набір індустрій культури складається з секторів економіки, залучених до промислового або напівпромислового виробництва продукції з можливістю широкомасштабного відтворення і розповсюдження, а також секторів економіки, товари, послуги і діяльність яких не можна відтворити промисловим способом і які працюють на мезо- і мікрорівнях.

Креативні й культурні індустрії посідають провідне місце в системі креативної економіки, адже креативна економіка характеризується діяльністю з сильною художньою компонентою в будь-якій економічній діяльності, що виробляє символічну продукцію для якомога ширшого ринку (Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022). Творчі індустрії включають такі галузі, як: реклама, архітектура, мистецтво і антикварні ринки, ремесла, дизайн, кіно, відео і фотографія, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри й електронне видавництво, музика, візуальне і виконавське мистецтво, видавництво, телебачення (Moore, 2014; Lusk, 2013). Виходячи із сформульованого визначення КК, можна стверджувати, що креативні індустрії залучені до загального процесу обороту матеріальних і нематеріальних культурних активів.

Креативну й культурну економіку розглядають як важливу і зростаючу частину глобальної економіки через соціально-економічний потенціал торгівлі творчістю, знаннями та інформацією, що створює додаткові робочі місця, багатство і культурне залучення. Культурні й креативні індустрії об'єднують той факт, що всі вони залучені до процесу конвертації творчих активів, культурного продукту, або в більш загальному сенсі — культурного капіталу. Цей сектор економіки втілює види діяльності, за допомогою яких ідеї перетворюються на *культурні товари*, цінність яких захищена або може бути захищена правами інтелектуальної власності. Ці види діяльності завдяки креативній складовій є частиною ланцюгів створення вартості інших галузей, де результат креативної діяльності використовується як проміжний етап входження в процес виробництва товарів чи послуг, що не є креативними за визначенням (Kalenjuk, Kuznetsova, 2022), чим значно розширюється предметна сфера функціонування КК.

Основний зміст креативної економіки забезпечується і залежить від культури, або в ширшому сенсі — *менталітету за межами мистецтва*.

Наукова спільнота і політикум указують на потенціал культурного і креативного секторів як рушія сталого розвитку, визнаючи їх потужну роль у покращенні місцевих культурних, соціальних, екологічних і економічних умов, сприяючи культурному різноманіттю, людському розвитку й соціальній згуртованості (Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022; Capaen, 2019). Серед значної кількості теорій постіндустріального суспільства в сучасних реаліях креативна економіка є однією з домінуючих, адже в умовах глобалізації креативність стала джерелом конкурентних переваг і рушієм прогресу (Ушкаренко, Чмут, Синякова, 2018). Наразі креативність розглядається як властивість організованих систем відносин, а не властивість особистості, що супроводжується появою нового терміна «**креативна економіка**» (Nazarova, Sotnikova, 2018).

Концепція креативної економіки пов'язана з соціально-економічним потенціалом діяльності, яка торгує творчістю, знаннями та інформацією. Термін «креативна економіка» охоплює творчу діяльність, що може бути виражена через мистецтво, культуру чи інновації (Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022), і породжує креативні індустрії, які сприяють економічному зростанню, одночасно зберігаючи й просуваючи культурну спадщину і різноманітність. Ця економіка відкриває можливості для країн, які розвиваються, завдяки новим динамічним стратегіям у світовій торгівлі.

Помаранчева економіка є узагальнюючим терміном, що включає економіку культури, креативні індустрії і сфери, які підтримують творчість. Діяльність помаранчевої економіки згруповано в три основні підгрупи: креативне виробництво, культурні індустрії і креативні послуги (Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022). Категорія «помаранчева економіка» була введена до наукового обігу Ф. Буїтраго і І. Дукваєм³, які пояснюють образність назви тим, що помаранчевий пігмент фарби був винайдений у Стародавньому Єгипті для оздоблення гробниць фараонів і є домінуючим кольором для культури, креативності та ідентичності (Дробахіна, 2022). У вітчизняному науковому просторі цей термін є недостатньо поширеним і вживаним, що може бути зумовлено певною конотацією з подіями 2004 р. в Україні, які ввійшли в історію під назвою «Помаранчева революція» через широке використання учасниками помаранчевого кольору для позначення своєї участі в русі (прапорці, стрічки, шарфи та інші деталі одягу)⁴. Проте ці категорії не мають нічого спільного.

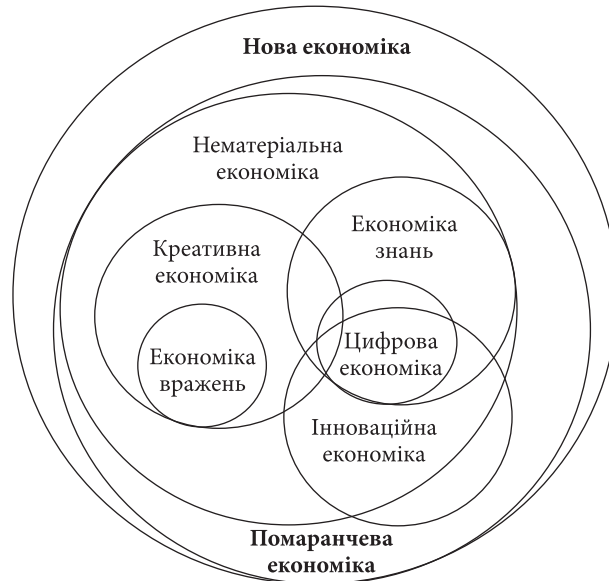
Основна відмінність креативної економіки від традиційної економічної структури полягає в тому, що провідним інструментом у ній є знання, ресурсом — інформація, а продуктом — інновація. Отже, поняття креатив-

³ Buitrago F., Duque I. The Orange Economy. Inter-American Development Bank, 2013. 242 p. URL: <https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Orange-Economy-An-Infinite-Opportunity.pdf>

⁴ Кульчицький С.В. Помаранчева революція 2004. *Інститут історії України НАН України*. URL: http://www.history.org.ua/?termin=pomarancheva_revoljucija_2004 (дата звернення: 18.01.2024).

Рис. 3. Співвідношення помаранчевої економіки і нової економіки

Джерело: укладено автором за: Дробахіна, 2022; Ferreira-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022; Ушкаренко, Чмут, Синякова, 2018; Хумарова та ін., 2021.



ної економіки об'єднує такі наукові напрями, як цифрова економіка, економіка знань та інноваційна економіка (Nazarova, Sotnikova, 2018).

Помаранчева економіка

включає ті види діяльності, що реалізуються в межах креативної економіки і культурними секторами (Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022), а також економіки знань та інноваційної економіки. У контексті аналізу ролі, значущості й місця культурного капіталу в новій економіці більш влучним і обґрунтованим є використання саме «парасолькового» терміна «помаранчева економіка» з огляду на його узагальнюючу природу і відповідну інтеграцію культурних індустрій, креативної економіки й економіки вражень у єдиний простір реалізації процесів креації і конвертації КК (рис. 3).

Помаранчеву економіку можна також тлумачити як концепцію нової економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин з приводу виробництва, розподілу і споживання благ, що базуються на використанні в якості факторів виробництва інтелектуального (Ушкаренко, Чмут, Синякова, 2018) і культурного капіталу, в результаті чого створюється **культурний продукт** (товар або послуга, наділені економічною цінністю) або ухвалюються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства.

Помаранчева економіка реалізується на засадах і принципах сталого розвитку, досягнення якого є можливим завдяки не лише технологічним інноваціям, а й соціальному розвитку. Креативний сектор включає в себе низку індустрій, здатних у природний спосіб створювати соціальні інновації на основі новизни, використання нових медіа, мистецтва й соціальної інклюзії (Tomczyk, Wojtkiewicz, 2016), наприклад туризм. Стійкі туристичні продукти функціонують у гармонії з місцевим середовищем, спільнотою і культурою, стаючи бенефіціарами, а не жертвами розвитку туризму. Всі вони пов'язані з креативними індустріями і креативною економікою. Особливого значення туризм набуває в умовах економіки вражень, у якій пріоритети для споживачів полягають не стільки в товарах і послугах,

скільки в отримуваних від них враженнях (Хитра, 2022). Синергія, результатом якої є встановлення зв'язку між креативними індустріями і туризмом, у межах помаранчевої економіки створює можливість віднайти потенціал для зростання попиту і розроблення нових продуктів, досвіду і ринків. Інтегруючи креативний контент з туристичним досвідом і культурним продуктом, туризм може додати цінність для клієнтів шляхом охоплення нових цільових груп, покращення іміджу й конкурентоспроможності місця реалізації (туристичної дестинації), а також підтримки зростання креативних індустрій і надання нових туристичних послуг, заснованих на враженнях.

Н. Хумарова (2021) під *інклюзивною економікою вражень* розуміє систему суспільних відносин, у якій для зростаючої кількості агентів максимізуються їх економічні можливості, пов'язані з досвідом (враженнями, емоціями, відчуттями, спогадами) як специфічною особливо цінною послугою. У сфері природокористування ця система ускладнюється і в розумінні відносин (еколого-економічних: «суспільство — економіка — природа»), і в розумінні досвіду (в суб'єктивно-об'єктивному сенсі: сприйняття агентами природи як об'єкта вражень, емоцій тощо). У цьому аспекті культурний продукт доповнюється об'єктами природного походження (пейзажами, ландшафтами), що генерують додаткову соціальну, економічну і екологічну цінність у процесі інтеракції між продуктом і споживачем. При цьому, на відміну від традиційних послуг, враження не несе прямої економічної користі, його не можна негайно «спожити». При споживанні враження накопичуються, формується «база вражень» окремої людини, які згодом можуть або стиратися з пам'яті, або рефлексуватися під впливом різних обставин (Боярська, 2016). Цей підхід щодо трансакцій КК визначає складність виміру реальних ефектів його реалізації, у тому числі економічних, утім відкриває можливості для ширшого залучення до економічного обігу як природних, так і створених людиною культурних продуктів.

Економіка вражень — це підхід до виробництва і просування продукту (товару чи послуги), заснований не на задоволенні конкретної потреби, а на створенні позитивного враження як від виробництва і просування, так і від одержання наступних за цим відчуттів для споживача (Боярська, 2016). На думку О. Дишкантюк (2016), економіка нових і більш емоційних вражень у першу чергу пов'язана із сферою гостинності, водночас враження одержуються від проміжних послуг, пов'язаних з діяльністю інших секторів національного господарства. Враження базуються на якості, ціні, організаційних і морально-етичних, культурних і екологічних умовах обслуговування, саме тому гостинність визначається всією системою суспільних відносин у виробництві, розподілі, обміні й споживанні продукту, в тому числі й культурного.

Задля більш наочного розуміння функції культурного капіталу в помаранчевій економіці й з огляду на певну специфічність термінології пропонуємо розглянути дане питання в порівнянні з іншими «кольоровими»

економічними моделями (зокрема, зеленою і синьою економіками), з позиції реалізації інших форм капіталу (табл. 2).

У низці досліджень (Братчук, 2015; Собко, 2016; Ілляшенко, Голишева, Колодка, 2017; Cerisola, Panzera, 2021; Хумарова, 2021) провідну роль у розвитку креативних індустрій та економіки вражень відіграють людський капітал і природний капітал, у межах якого структурно виділяють культурний капітал. Зокрема, С. Рамазанов (Ramazanov, Tishkov, Noncharenko et al., 2022) зазначає, що людський капітал — це не сам працівник, а його знання, однак цей капітал не існує поза його носієм. Виходячи з основних положень і мети статті, а також окреслених функціональних характеристик КК, на нашу думку, доцільною є пріоритизація і виділення культурного капіталу як окремого об'єкта конвертації і трансакції у межах нової економіки вражень чи, точніше, — помаранчевої економіки. Така семан-

Таблиця 2. Класифікації «кольорових» економік за ресурсною ознакою

Економічна модель	Визначення	Превалююча форма капіталу	Форма існування
Зелена економіка	Напрямок у економічній науці, у рамках якого вважається, що економіка є залежним компонентом природного середовища, у якому вона існує і частиною якого вона є, висуває на передній план ключові взаємозв'язки між економікою, соціумом і довкіллям	Природний капітал	Природні ресурси, екосистемні послуги
Синя економіка	Прикладна форма зеленої економіки в контексті водних екосистем і пов'язаних територій і сучасна інновація, що претендує на визнання в якості одного з механізмів, який дозволяє досягти цілей сталого розвитку	Природний капітал	Природні ресурси Світового океану
Помаранчева економіка	Концепція нової економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин з приводу виробництва, розподілу і споживання благ, що базуються на використанні в якості факторів виробництва культурного капіталу	Культурний капітал	Знання, досвід, враження, символічні атрибути, культурні продукти

Джерело: укладено автором за: Дробахіна, 2022; Собко, 2016; Ілляшенко, Голишева, Колодка, 2017; Ferreiro-Seoane, Llorca-Ponce, Rius-Sorolla, 2022; Боровик, Єлагін, Полякова, 2020; Мішенін, Коблянська, 2020.

тична демаркація може мати позитивний вплив щодо повнішого і ефективного використання потенціалу КК у завданнях економічного розвитку завдяки його коректним інтерпретації та імплементації релевантних управлінських підходів.

Креативні індустрії і культурний сектор як складові помаранчевої економіки є не лише високоефективними з точки зору економічного зростання і відтворення КК, створення робочих місць і стійкості до соціальних криз, але й важливими стимулами для інновацій. Ці сектори мають додаткову перевагу в тому, що вони можуть генерувати позитивні зміни в суспільстві й для суспільства шляхом підвищення добробуту людей (Kaleniuk, Kuznetsova, 2022).

До 2022 р. в Україні сектор креативних індустрій оцінювався в 4 % ВВП у вузькому розумінні, а вся креативна економіка — 7,5 % ВВП⁵. Сучасні реалії функціонування креативних індустрій в Україні свідчать про істотне скорочення фінансування, зниження попиту на культурні продукти і послуги, а також негативні наслідки розірвання ланцюгів постачання⁶, що обумовлено військовими діями і, як наслідок, стрімким відпливом населення (Дробахіна, 2022) і значними руйнуваннями об'єктів культури (Євтушенко, Арсенкіна, 2022). Утім, необхідно наголосити на значному потенціалі культурних індустрій у післявоєнній відбудові України, що зумовлено піднесенням духу національної ідеї, збільшенням попиту на вітчизняні культурні продукти і запитом населення (і навіть іноземного споживача) на унікальні, аутентичні українські культурні артефакти.

Найважливішим у цьому питанні є те, що Україна наразі має достатньо сприятливе інституційне середовище для функціонування креативних індустрій. Про це, зокрема, свідчить те, що Україна входить до топ-50 країн за показниками експорту креативних індустрій і посідає 57-ме місце за глобальним індексом інновацій (Євтушенко, Арсенкіна, 2022). Вступ до ЄС може слугувати додатковим каталізатором процесу інтенсифікації залучення КК до економічного розвитку і відновлення Української держави.

Останнім часом в Україні велося чимало полеміки і дебатів щодо пріоритетів державного фінансування, і культура, на жаль, зазвичай програвала⁷. Багато в чому це обумовлено відсутністю розуміння в соціумі й політикумі реальної, а не суто економічної ліквідності культурного продукту, монетизація якого відбувається не в короткостроковій грошовій прибутковості, а в перманентному, пролонгованому в часі історичному надбанні. Задля уникнення цих колізій потрібні, з одного боку, кропітка і

⁵ Гетманцев Д. Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. *Економічна правда*. 2022. 21 груд. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/> (дата звернення: 27.12.2023).

⁶ The state of culture and creative industries during the war — research results from the Ukrainian Cultural Foundation and the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. *Ukrainian Cultural Foundation*. 2022. Aug 12. URL: <https://ucf.in.ua/en/news/11082022> (дата звернення: 18.01.2024).

послідовна освітня, популяризаторська робота для формування орієнтованого на культуру суспільства, яке б розуміло вартість і цінність культурного продукту, виховання нового типу критично мислячої людини (формування інкорпорованого КК), для якої сенси були б важливішими за форму, а з іншого — функціональне методичне забезпечення промоції культурних проектів, обґрунтування доцільності яких підвищить рівень їх конкурентоспроможності. У таких інституційних умовах нова помаранчева економіка зможе продемонструвати свою реальну ефективність.

Важливим кроком щодо інтенсифікації процесу становлення нової економіки і ефективнішого залучення КК до економічного обігу в українських реаліях є популяризація українського культурного продукту як на національному, так і на міжнародному рівні, що сприятиме залученню іноземних інвестицій (через гранти й міжнародні проекти у сфері культури) і підвищенню туристичної атрактивності української культурної спадщини. В інституційному вимірі необхідною є законодавча підтримка культурного сегмента, зокрема дефініційне забезпечення таких категорій, як культурний ресурс (у контексті охорони і збереження), культурний продукт⁸ і культурний капітал, а також розвиток і економічне субсидування культурних індустрій з боку держави. Більш деталізований план відновлення культурних індустрій міститься в проекті плану відновлення України «Культура та інформаційна політика»⁹.

ВИСНОВКИ

Культура має не тільки значення, але й вартість, її можна капіталізувати й залучати до економічного процесу. Культурно-економічний дискурс постає особливо актуальним в умовах невизначеності й становлення нової економіки, основним ресурсом якої є не об'єктивно лімітовані природні багатства чи створені на їх основі технології та рішення, а знаково-символьні атрибути, усе те, що лежить у емоційно-сенсорній площині (знання, відчуття, досвід). Розширення уявлень про капітал, зокрема, у формі культури, дозволяє вченим-економістам вийти за звичні моделі інтерпретації функціонування господарських систем, залучаючи прихований нематеріальний актив до створення унікального культурного продукту, відкриваючи нові ринки збуту і нових споживачів.

⁷ Мороз Л. Дорогою ціною: як держава фінансує культуру під час війни. *Рубрика медіа рішень*. 2023. 21 сер. URL: <https://rubryka.com/blog/financing-culture-during-war/> (дата звернення: 18.01.2024).

⁸ Наразі Закон України «Про культуру» містить визначення понять «креативний продукт» і «культурна послуга». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>

⁹ Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Культура та інформаційна політика». Національна рада з відновлення України від наслідків війни. Липень 2022. 325 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1XxaolXffjd_W_WVbkvAloOUX6MoK7ENc/view

У помаранчевій економіці, яка охоплює весь спектр культурних індустрій і суміжних галузей, реалізуються процеси креації, акумуляції, конвертації і самовідтворення культурного капіталу в інкорпорованій та об'єктивованій формах, що забезпечує, з одного боку, сталий соціальний і економічний розвиток (на місцевому, національному й міжнародному рівнях), а з іншого — ефективне існування культури як надскладної системи знань, вірувань, моралі, звичаїв і соціальних інститутів, створених людьми і для людей. Таким чином, функціонування помаранчевої економіки і культурного капіталу як її основного атрибута реалізує глобальну мету щодо створення гармонійного суспільства майбутнього, що узгоджується з цілями сталого розвитку.

За теперішніх українських реалій запит на пошук додаткових джерел відновлення і становлення держави є вкрай актуальним, і культура в цьому сенсі може стати тим прихованим нематеріальним активом, який стимулюватиме розвиток інших більш ресурсомістких галузей. Саме тому вкрай необхідно інтенсифікувати дослідження щодо активізації і залучення культурного капіталу до економічного обігу, прискорити інституційне й методичне забезпечення реалізації такої діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Harrison, L. (2012). Jews, Confucians, and Protestants: Cultural Capital and the End of Multiculturalism. 230 p. URL: <https://books.google.pt/books?id=Rbqn4RfUMioC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
- Bourdieu, P. (2002). Forms of Capital. In: The Sociology of Economic Life. M. Granovetter, R. Swedberg (Eds.). 2nd ed. Boulder, Westview Press. P. 96—111. <https://doi.org/10.1002/9780470755679.ch15>
- Yaish, M., Katz-Gerro, T. (2010). Disentangling «Cultural Capital»: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation. *European Sociological Review*. Vol. 5. P. 1—17. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq056>
- Saltelli, A., Kuc-Czarnecka, M., Lo Piano, S., Lőrincz M., Olczyk M., Puy A., Reinert E. et al. (2023). Impact assessment culture in the European Union. Time for something new? *Environmental Science and Policy*. Vol. 142. P. 99—111. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2023.02.005>
- Markowska, B. (2018). Cultural capital as analytical category: between economy and culture. *Zoon Politikon*. Special Issue. P. 133—155. <https://doi.org/10.4467/2543408XZOP.18.007.10063>
- Milano, C. (2023). Democratization or vulgarization of cultural capital? The role of social networks in theater's audience behavior. *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*. Vol. 4. Iss. 1. P. 46—56. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2023.v4iss1-article-5>
- Горячук, В. (2012). Концептуальна модель широкого розуміння капіталу. *Ефективна економіка*. Вип. 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_14
- Glevarec, H. (2022). From Cultural Capital to Knowledge. Review of the substantial and cognitive uses of an arbitrary social relationship. HAL open science. 43 p. URL: <https://hal.science/hal-03627939v1/document>

- Zugravu, N., Kafrouni, R., Bouard, S., Apithy, L. (2021). Do cultural capital and social capital matter for economic performance? An empirical investigation of tribal agriculture in New Caledonia. *Ecological Economics*. Vol. 182, 106933. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106933>
- Borre, J., Romero, G., Gutiérrez, J., Ramírez J. (2023). Discussion of the aspects of the cultural and creative industries that impact on sustainable development: a systematic review. *Procedia Computer Science*. Vol. 224. P. 532—537. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.09.077>
- Дробахіна, Т. (2022). Креативні індустрії як об'єкт публічного управління: підходи до визначення і типологізації. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. Вип. 4. С. 203—209. <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.4.31>
- Moore, I. (2014). Cultural and Creative Industries Concept — a Historical Perspective. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. Vol. 110. P. 738—746. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918>
- Tomczyk, M., Wojtkiewicz, M. (2016). Business Model of Culture and Creative Industries Incubator in creating social innovation. In: *The Role of Cultural Institutions and Events in the Marketing of Cities and Regions*. T. Domański (Ed.). Łódź. P. 191—201. <http://dx.doi.org/10.18778/8088-149-5.12>
- Bedate, A., Herrero, L., Sanz, J. (2004). Economic valuation of the cultural heritage: application to four case studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage*. Vol. 5. Iss. 1. P. 101—111. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2003.04.002>
- Necissa, Y. (2011). Cultural heritage as a resource: its role in the sustainability of urban developments. The Case of Tlemcen, Algeria. *Procedia Engineering*. Vol. 21. P. 874—882. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2011.11.2089>
- Братчук, Л. (2015). Економічна сутність інтелектуального капіталу та його облікове забезпечення. *Економічний аналіз*. Т. 21. № 2. С. 262—269. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan_2015_21%282%29__40
- Собко, О. (2016). Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства. Моногр. Тернопіль, ТНЕУ. 444 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/handle/316497/22515>
- Ілляшенко, С., Голишева, Є., Колодка, А. (2017). Управління інтелектуальним капіталом підприємства. Моногр. Суми, ТОВ «Триторія». 360 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/58874>
- Ghiasi, M. (2015). The Role of Culture Components in Growth and Economic Development Process of Countries. *Specialty Journal of Accounting and Economics*. Vol. 1. Iss. 1. P. 6—10. URL: <https://sciarena.com/article/the-role-of-culture-components-in-growth-and-economic-development-process-of-countries>
- Boroszewski, J., Nowak-Posadzy, K. (2021). Economic Models as Cultural Artifacts: A Philosophical Primer. *Filozofia Nauki*. Vol. 29. Iss. 3. P. 63—87. <https://doi.org/10.14394/filnau.2021.0016>
- Weckroth, M., Kemppainen, T. (2016). Human capital, cultural values and economic performance in European regions. *Regional Studies, Regional Science*. Vol. 3. Iss. 1. P. 239—257. <https://doi.org/10.1080/21681376.2016.1177467>
- Yong, E. (2019). Understanding cultural diversity and economic prosperity in Europe: a literature review and proposal of a culture — economy framework. *Asian Journal of German and European Studies*. Vol. 4. Article No. 5. <https://doi.org/10.1186/s40856-019-0043-3>

- Cerisola, S., Panzera, E. (2021). Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalysts of Cultural Vibrancy and Creative Economy. *Sustainability*. Vol. 13, 7150. P. 1—23. <https://doi.org/10.3390/su13137150>
- Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L. (2006). Does Culture Affect Economic Outcomes? *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 20. No. 2. P. 23—48. <https://doi.org/10.1257/jep.20.2.23>
- Karimzadi, S. (2019). Culture in Economics. *Advances in Economics and Business*. Vol. 7. Iss. 1. P. 39—54. <https://doi.org/10.13189/aeb.2019.070105>
- Ramocka, M. (2010). Culture as an economic growth factor. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*. No. 2(16). P. 117—123. <https://bibliotekanauki.pl/articles/415054>
- Ramazanov, S., Tishkov, B., Honcharenko, O., Hostryk, A. (2022). A cognitive approach to modeling sustainable development of complex technogenic systems in the innovation economy. In: The 10th International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy. *CEUR Workshop Proceedings*. Vol. 3465. P. 222—235. URL: <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85171141287&partnerID=MN8TOARS>
- Ferreiro-Seoane, F., Llorca-Ponce, A., Rius-Sorolla, G. (2022). Measuring the Sustainability of the Orange Economy. *Sustainability*. Vol. 14. Iss. 6. 3400. <https://doi.org/10.3390/su14063400>
- Хитра, О. (2022). Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. *Економіка та суспільство*, (42). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64>
- Nazarova, G., Sotnikova, Y. (2018). Creative Economy and Management: textbook. Kharkiv, S. Kuznets KhNUE. 160 p. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19943>
- Каленюк, І., Кузнецова, Н. (2022). Кративна економіка у світовому інноваційному процесі. *Міжнародна економічна політика*. № 1(36). С. 101—123. <https://doi.org/10.33111/iep.2022.36.05>
- Дишкантюк, О. (2016). Економіка вражень — сучасний етап розвитку суспільного виробництва. *Економіка харчової промисловості*. Т. 8. Вип. 4. С. 3—9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2016_8_4_2
- Боярська, М. (2016). Сутність та визначення економіки вражень на сучасному етапі розвитку економіки України. *Молодий вчений*. № 4. С. 25—27. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/13156>
- Ушкаренко, Ю., Чмут, А., Синякова, К. (2018). Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка та суспільство*, (18). С. 67—72. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-10>
- Хумарова, Н. (наук. ред.) (2021). Економіка вражень і природокористування: принципи інклюзивності та сталості. Моногр. Одеса, ДУ «ІРЕЕД НАНУ». 506 с. <https://doi.org/10.31520/978-966-02-9838-5>
- Canaan, R. (2019). Creative Economy and Cultural Heritage: A Proposal to Tourism Development and Appreciation of Local Identity. *Strategic Design Research Journal*. Vol. 12. Iss. 2. P. 276—288. <https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.122.12>
- Lyck, L. (2013). Innovation and «Creative Economy». The 6th International Conference on Baltic Sea Parliamentary Cooperation (Berlin, 23—25 May, 2023). P. 1—10. URL: <https://research.cbs.dk/en/publications/innovation-and-creative-economy>

- Шевченко, Л., Гриценко, О., Камінська, Т. та ін. (2014). Нематеріальна економіка: управління формуванням і використанням інтелектуального капіталу. Моногр. Харків, Право. 404 с. URL: <https://dspace.nlu.edu.ua/handle/123456789/12375>
- Груздова, Т. (2011). Поняття та оцінка нематеріальних активів (об'єктів інтелектуальної власності). *Український соціум*. № 3. С. 99—112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2011_3_10
- Диба, В. (2016). Методологічні основи оцінки нематеріальних активів корпорації. *Інвестиції: практика та досвід*. № 13. С. 23—28. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5071&i=3>
- Плекан, М. (2015). Проблемні аспекти нематеріальних активів. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Вип. 1(2). С. 112—115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuес_2015_1%282%29_26
- Янишівський, В. (2010). Методичні підходи до інтегральної оцінки інтелектуального капіталу регіону. *Демографія та соціальна економіка*. № 2(14). С. 16—25. URL: <https://dse.org.ua/arhcive/14.html>
- Попик, О. (2021). Економічна сутність категорії «семантичний капітал». *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Вип. 5-6. С. 65—69. <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-5-6-282-283-65-69>
- Боровик, Ю., Єлагін, Ю., Полякова, О. (2020). «Зелена економіка»: сутність, принципи, перспективи для України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. № 69. С. 75—83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2020_69_10
- Мішенін, Є., Коблянська, І. (2020). Програма дій для сталого розвитку: огляд концепцій зеленої, синьої та циркулярної економіки. *Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка*. № 3. С. 247—257. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2020_3_29
- Євтушенко, О., Арсенкіна, Д. (2022). Можливості післявоєнного відновлення економіки за допомогою креативних індустрій. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*, (16). 64-74. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-07>

Надійшла 03.01.2024

Прорецензована 17.01.2024

Доопрацьована 19.01.2024

Підписана до друку 30.01.2024

REFERENCES

- Harrison, L. (2012). Jews, Confucians, and Protestants: Cultural Capital and the End of Multiculturalism. 230 p. URL: <https://books.google.pt/books?id=Rbqn4RfUMioC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
- Bourdieu, P. (2002). Forms of Capital. In: *The Sociology of Economic Life*. M. Granovetter, R. Swedberg (Eds). 2nd ed. Boulder, Westview Press. P. 96-111. <https://doi.org/10.1002/9780470755679.ch15>
- Yaish, M., Katz-Gerro, T. (2010). Disentangling «Cultural Capital»: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation. *European Sociological Review*. Vol. 5. P. 1-17. <https://doi.org/10.1093/esr/jcq056>
- Saltelli, A., Kuc-Czarnecka, M., Lo Piano, S., Lórinicz, M., Olczyk, M., Puy, A., Reinert, E. et al. (2023). Impact assessment culture in the European Union. Time for so-

- mething new? *Environmental Science and Policy*. Vol. 142. P. 99-111. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2023.02.005>
- Markowska, B. (2018). Cultural capital as analytical category: between economy and culture. *Zoon Politikon*. Special Issue. P. 133-155. <https://doi.org/10.4467/2543408XZOP.18.007.10063>
- Milano, C. (2023). Democratization or vulgarization of cultural capital? The role of social networks in theater's audience behavior. *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*. Vol. 4. Iss. 1. P. 46-56. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2023.v4iss1-article-5>
- Horyachuk, V. (2012). Conceptual model of broad understanding of capital. *Efficient Economy*. Vol. 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_14 [in Ukrainian].
- Glevarec, H. (2022). From Cultural Capital to Knowledge. Review of the substantial and cognitive uses of an arbitrary social relationship. HAL open science. 43 p. URL: <https://hal.science/hal-03627939v1/document>
- Zugravu, N., Kafrouni, R., Bouard, S., Apithy, L. (2021). Do cultural capital and social capital matter for economic performance? An empirical investigation of tribal agriculture in New Caledonia. *Ecological Economics*. Vol. 182, 106933. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106933>
- Borre, J., Romero, G., Gutiérrez, J., Ramírez, J. (2023). Discussion of the aspects of the cultural and creative industries that impact on sustainable development: a systematic review. *Procedia Computer Science*. Vol. 224. P. 532-537. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.09.077>
- Drobakhina, T. (2022). Creative industries as an object of public administration: approaches to research and typology. *Dnipro Scientific Journal of Public Administration, Psychology, Law*. Vol. 4. P. 203-209. <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.4.31> [in Ukrainian].
- Moore, I. (2014). Cultural and Creative Industries Concept — a Historical Perspective. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. Vol. 110. P. 738-746. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918>
- Tomczyk, M., Wojtkiewicz, M. (2016). Business Model of Culture and Creative Industries Incubator in creating social innovation. In: *The Role of Cultural Institutions and Events in the Marketing of Cities and Regions*. T. Domański (Ed.). Łódź. P. 191-201. <http://dx.doi.org/10.18778/8088-149-5.12>
- Bedate, A., Herrero, L., Sanz, J. (2004). Economic valuation of the cultural heritage: application to four case studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage*. Vol. 5. Iss. 1. P. 101-111. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2003.04.002>
- Necissa, Y. (2011). Cultural heritage as a resource: its role in the sustainability of urban developments. The Case of Tlemcen, Algeria. *Procedia Engineering*. Vol. 21. P. 874-882. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2011.11.2089>
- Bratchuk, L. (2015). Economic essence of intellectual capital and its accounting assistance. *Economic Analysis*. Vol. 21. No. 2. P. 262-269. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2015_21%282%29__40 [in Ukrainian].
- Sobko, O. (2016). Intellectual capital and creation of enterprise value. Ternopil. 444 p. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/handle/316497/22515> [in Ukrainian].
- Ilyasenko, S., Holysheva, Ye., Kolodka, A. (2017). Management of intellectual capital of the enterprise. Sumy. 360 p. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/58874> [in Ukrainian].
- Ghiasi, M. (2015). The Role of Culture Components in Growth and Economic Development Process of Countries. *Specialty Journal of Accounting and Economics*. Vol. 1.

- Iss. 1. P. 6-10. URL: <https://sciarena.com/article/the-role-of-culture-components-in-growth-and-economic-development-process-of-countries>
- Boroszewski, J., Nowak-Posadzy, K. (2021). Economic Models as Cultural Artifacts: A Philosophical Primer. *Filozofia Nauki*. Vol. 29. Iss. 3. P. 63-87. <https://doi.org/10.14394/filnau.2021.0016>
- Weckroth, M., Kempainen, T. (2016). Human capital, cultural values and economic performance in European regions. *Regional Studies, Regional Science*. Vol. 3. Iss. 1. P. 239-257. <https://doi.org/10.1080/21681376.2016.1177467>
- Yong, E. (2019). Understanding cultural diversity and economic prosperity in Europe: a literature review and proposal of a culture – economy framework. *Asian Journal of German and European Studies*. Vol. 4. Article No. 5. <https://doi.org/10.1186/s40856-019-0043-3>
- Cerisola, S., Panzera, E. (2021). Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalyzers of Cultural Vibrancy and Creative Economy. *Sustainability*. Vol. 13, 7150. P. 1-23. <https://doi.org/10.3390/su13137150>
- Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L. (2006). Does Culture Affect Economic Outcomes? *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 20. No. 2. P. 23-48. <https://doi.org/10.1257/jep.20.2.23>
- Karimzadi, S. (2019). Culture in Economics. *Advances in Economics and Business*. Vol. 7. Iss. 1. P. 39-54. <https://doi.org/10.13189/aeb.2019.070105>
- Ramocka, M. (2010). Culture as an economic growth factor. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*. No. 2(16). P. 117-123. URL: <https://bibliotekanauki.pl/articles/415054>
- Ramazanov, S., Tishkov, B., Honcharenko, O., Hostryk, A. (2022). A cognitive approach to modeling sustainable development of complex technogenic systems in the innovation economy. In: The 10th International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy. CEUR Workshop Proceedings. Vol. 3465. P. 222-235. URL: <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85171141287&partnerID=MN8TOARS>
- Ferreiro-Seoane, F., Llorca-Ponce, A., Rius-Sorolla, G. (2022). Measuring the Sustainability of the Orange Economy. *Sustainability*. Vol. 14. Iss. 6. 3400. <https://doi.org/10.3390/su14063400>
- Khytra, O. (2022). Tourist branding in the conditions of the experience economy. *Economy and Society*, (42). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64> [in Ukrainian].
- Nazarova, G., Sotnikova, Y. (2018). Creative Economy and Management: textbook. Kharkiv, S. Kuznets KhNUE. 160 p. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19943>
- Kaleniuk, I., Kuznetsova, N. (2022). Creative Economy in the Global Innovation Process. *International economic policy*. No. 1(36). P. 101-123. <https://doi.org/10.33111/iep.2022.36.05> [in Ukrainian].
- Dyshkantiuk, O. (2016). Economy of impressions — current stage of development of social production. *Food Industry Economics*. Vol. 8. No. 4. P. 3-9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2016_8_4_2 [in Ukrainian].
- Boiarska, M. (2016). The essence and definition of the experience economy at the present stage of development of economy of Ukraine. *Young Scientist*. No. 4. P. 25-27. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/13156> [in Ukrainian].

- Ushkarenko, Iu., Chmut, A., Syniakova, K. (2018). Creative economy: the essence of the concept and the significance for Ukraine under the European integration. *Economy and Society*, (18). P. 67-72. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-10> [in Ukrainian].
- Khumarova, N. (Ed.) (2021). Experience economy and environmental management: principles of inclusiveness and sustainability. Odesa. 506 p. <https://doi.org/10.31520/978-966-02-9838-5> [in Ukrainian].
- Canaan, R. (2019). Creative Economy and Cultural Heritage: A Proposal to Tourism Development and Appreciation of Local Identity. *Strategic Design Research Journal*. Vol. 12. Iss. 2. P. 276-288. <https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.122.12>
- Lyck, L. (2013). Innovation and «Creative Economy». The 6th International Conference on Baltic Sea Parliamentary Cooperation (Berlin, 23–25 May, 2023). P. 1-10. URL: <https://research.cbs.dk/en/publications/innovation-and-creative-economy>
- Shevchenko, L., Hrytsenko, O., Kaminska, T. et al. (2014). Intangible economy: managing the formation and use of intellectual capital. Kharkiv. 404 p. URL: <https://dspace.nlu.edu.ua/handle/123456789/12375> [in Ukrainian].
- Gruzdova, T. (2011). Definition and evaluation of intangible assets (of objects of intellectual property). *Ukrainian Society*. No. 3. P. 99-112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2011_3_10 [in Ukrainian].
- Dyba, V. (2016). Methodological basis for estimation of intangible assets of corporation. *Investment: Practice and Experience*. No. 13. P. 23-28. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5071&i=3> [in Ukrainian].
- Plekan, M. (2015). Problematic aspects of intangible assets. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University*. Vol. 1(2). P. 112-115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2015_1%282%29__26 [in Ukrainian].
- Yanishivskiy, V. (2010). Methodical approaches to integral estimation of intellectual capital of region. *Demography and social economy*. No. 2(14). P. 16-25. URL: <https://dse.org.ua/arhcive/14.html> [in Ukrainian].
- Popyk, O. (2021). Economic essence of the «semantic capital» category. *Scientific Bulletin of the Odesa National Economic University*. Vol. 5-6. P. 65-69. <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-5-6-282-283-65-69> [in Ukrainian].
- Borovik, Y., Elagin, Y., Polyakova, E. (2020). Green economy: essence, principles, prospects for Ukraine. *The bulletin of transport and industry economics*. No. 69. P. 75-83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2020_69_10 [in Ukrainian].
- Mishenin, Ye., Koblianska, I. (2020). Sustainable development action program: review of green, blue and circular economics concepts. *Visnyk of Sumy State University. Economy*. No. 3. P. 247-257. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2020_3_29 [in Ukrainian].
- Yevtushenko, O., Arsenkina, D. (2022). Possibilities of post-war economic recovery using creative industries. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism"*, (16). 64-74. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-07> [in Ukrainian].

Received on January 3, 2024

Reviewed on January 17, 2024

Revised on January 19, 2024

Signed for printing on January 30, 2024

Oleh Popyk, PhD (Econ.), Research Fellow of the Department of Economic Management of Natural Resources Institute of Market and Economic & Ecological Researches of the NAS of Ukraine
29, Frantsuzkyi Blvd, Odesa, 65044, Ukraine

CULTURAL CAPITAL: ESSENCE AND REALIZATION
MECHANISMS UNDER THE ORANGE ECONOMY

The concept of cultural capital is explored, its functions, features and realization mechanisms are identified. Cultural capital is defined as an objectified and incorporated cultural resource involved in economic circulation in the form of tangible and intangible cultural assets with a high potential for self-reproduction, accumulation and conversion into other forms of capital.

Based on the formed functional characteristics of cultural capital, it is proposed to prioritize and single out cultural capital as a separate object of conversion and transaction within the new experience economy, or, more precisely, the orange economy, since such semantic demarcation can have a positive effect, manifested in a more complete and more effective use of the potential of cultural capital. The main methodical approaches to the assessment of cultural capital, in particular, as an intangible asset, are presented and analyzed.

The categorical basis of the orange economy is expanded, its relationship with the intangible economy, creative economy and creative industries is defined, its place and role in the overall structure of the new economy are shown. It is proven that the main difference between the creative economy and the traditional economic structure is that the main tool in it is knowledge, the main resource is information, and the main product is innovation, that is, the concept of the creative economy unites such scientific fields as digital economy, knowledge economy and innovation economy. The orange economy is defined as an “umbrella” term due to its summarizing nature, since it encompasses the activities that take place within the creative economy, cultural industries and cultural sectors, as well as the experience, knowledge and innovation economy.

Emphasis is placed on significant potential of cultural industries in the post-war reconstruction of Ukraine, due to the rise of the spirit of national idea, the increase in demand for domestic cultural products and the demand of the population (as well as foreign consumers) for unique, authentic Ukrainian cultural artifacts.

Keywords: *cultural capital; intangible assets; cultural and creative industries; experience economy; orange economy.*