

УДК 008:004.8:379.8:351.85

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/99-1-8>**Тетяна БАЛУТА,***orcid.org/0000-0003-3278-6426*

кандидат політичних наук,

старший викладач кафедри філософії, історії та політології

Одеського національного економічного університету

(Одеса, Україна) *tbaluta@ukr.net***Юлія ЮШКЕВИЧ,***orcid.org/0000-0002-8295-0346*

кандидат філософських наук,

старший викладач кафедри філософії, історії та політології

Одеського національного економічного університету

(Одеса, Україна) *gjs030680@gmail.com*

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: СТРАТЕГІЧНИЙ ВИМІР КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

**Постановка проблеми.** Стрімка цифровізація та розвиток креативних індустрій зумовили фундаментальну трансформацію інформаційної культури, висунувши її в центр соціокультурних процесів. Проте існують критичні суперечності, зокрема криза традиційної грамотності перед візуально-цифровими потоками, загроза нівелювання національної ідентичності, що в умовах війни є питанням культурної безпеки України, та етико-правова невідповідність до викликів штучного інтелекту. Проблема полягає у невідповідності чинної моделі культурної політики запитам цифрової епохи. Виникає нагальна потреба у зміні стратегії, переходу від пасивного збереження спадщини до активного управління сенсами через креативні сектори. Без такої модернізації нація ризикує втратити інтелектуальну суб'єктність та конкурентоспроможність у глобальному інформаційному просторі. **Метою даної статті** є дослідження процесів трансформації інформаційної культури в умовах розвитку креативних індустрій та визначення пріоритетних напрямів державної культурної політики, що сприятимуть формуванню креативної екосистеми та підвищенню рівня медіаграмотності суспільства. **Результати.** Трансформація інформаційної культури в умовах розвитку креативних індустрій є складним антропологічним переходом від лінійного споживання знань до багатоканальної партисипації, де ключовими компетентностями стають алгоритмічна грамотність, дизайн-мислення та здатність до етичної взаємодії зі штучним інтелектом. У цьому контексті державна культурна політика має змістити фокус із консервативного збереження артефактів на стратегічне управління сенсами, стимулюючи розвиток партисипативних практик, інтерактивних інституцій пам'яті та креативних хабів, що дозволяють громадянам-просумерам стати активними суб'єктами культурного будівництва. Для України такий підхід набуває особливої ваги, оскільки конвертація національної спадщини у високотехнологічний креативний продукт не лише зміцнює внутрішню соціальну згуртованість та «інформаційний імунітет» нації, а й виступає потужним інструментом «м'якої сили» та культурної дипломатії на світовій арені, забезпечуючи геополітичний успіх держави через утвердження її суб'єктності в глобальному цифровому просторі.

**Ключові слова:** інформаційна культура, креативні індустрії, культурна політика, національна ідентичність, освіта, цифровізація, штучний інтелект.

**Tetiana BALUTA,**

*orcid.org/0000-0003-3278-6426*

*PhD in Political Science,*

*Senior Lecturer at the Department of Philosophy, History and Political Science*

*Odessa National University of Economics*

*(Odessa, Ukraine) tbaluta@ukr.net*

**Yuliia YUSHKEVYCH,**

*orcid.org/0000-0002-8295-0346*

*PhD in Philosophy,*

*Senior Lecturer at the Department of Philosophy, History and Political Science*

*Odessa National University of Economics*

*(Odessa, Ukraine) gjs030680@gmail.com*

## TRANSFORMATION OF INFORMATION CULTURE IN THE CONTEXT OF CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT: THE STRATEGIC DIMENSION OF CULTURAL POLICY

**Problem Statement.** Rapid digitalization and the development of creative industries have led to a fundamental transformation of information culture, placing it at the center of sociocultural processes. However, critical contradictions exist, including the crisis of traditional literacy in the face of visual and digital flows, the threat of the erosion of national identity, which, in the context of war, is a matter of Ukraine's cultural security, and the ethical and legal unpreparedness for the challenges of artificial intelligence. The problem lies in the inconsistency of the current cultural policy model with the demands of the digital age. There is an urgent need for a change in strategy, a transition from passive heritage preservation to active management of meanings through creative sectors. Without this modernization, the nation risks losing its intellectual agency and competitiveness in the global information space. **The purpose of this article** is to study the transformation of information culture in the context of the development of creative industries and to identify priority areas of state cultural policy that contribute to the formation of a creative ecosystem and the enhancement of public media literacy. **Results:** The transformation of information culture in the context of the expansion of creative industries represents a complex anthropological transition from the linear consumption of knowledge to multichannel participation, where algorithmic literacy, design thinking, and the ability to ethically interact with artificial intelligence are becoming key competencies. In this context, state cultural policy should shift its focus from the preservation of artifacts to the strategic management of meanings, stimulating the development of participatory practices, interactive memory institutions, and creative hubs that enable prosumer citizens to become active participants in cultural development. For Ukraine, this approach is particularly significant, as the conversion of national heritage into high-tech creative products not only strengthens internal social cohesion and the nation's «information immunity» but also serves as a powerful tool of «soft power» and cultural diplomacy on the global stage.

**Key words:** artificial intelligence, creative industry, cultural policy, digitalization, education, information culture, national identity.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан розвитку людської цивілізації характеризується глибинним зламом звичних соціокультурних парадигм. Перехід до постіндустріального устрою, детермінований стрімкою цифровізацією та інтелектуалізацією праці, вивів на авансцену сектор креативних індустрій. Ці індустрії, що базуються на конвергенції творчості, технологій та економіки, стали не просто новим сегментом ринку, а фундаментальним середовищем формування інформаційної культури сучасної людини. Проте цей процес супроводжується низкою гострих суперечностей та системних викликів, які потребують нагального наукового осмислення та стратегічного державного реагування.

По-перше, спостерігається криза «традиційної грамотності» перед обличчям нелінійних

інформаційних потоків. Інформаційна культура особистості сьогодні трансформується з набору навичок пошуку даних у складну здатність критично оперувати символічними капіталами в умовах надлишковості контенту. Креативні індустрії, продукуючи візуально-центровані та інтерактивні продукти (від відеоігор до медіа-арту), формують нову рецептивну естетику, до якої часто не готові чинні інститути культурної політики. Виникає розрив між інертною системою державного управління культурою та динамічним креативним сектором, що породжує хаотичність інформаційно-культурного простору.

По-друге, актуалізується проблема ідентичності в умовах глобальної цифрової уніфікації (Шмиголь, Юшкевич, 2020: 397). Креативні індустрії за своєю природою глобальні, що створює

ризика розмивання національних культурних кодів. Без чіткої стратегії культурної політики, яка б стимулювала актуалізацію національної спадщини через сучасні креативні форми, інформаційна культура населення стає об'єктом маніпулятивного впливу глобальних корпорацій або ворожої пропаганди. Особливо гостро це питання стоїть для України, де інформаційна культура є складником національної стійкості та культурної безпеки в умовах воєнного стану.

По-третє, виникає етико-правова колізія, зумовлена розвитком штучного інтелекту та алгоритмізацією творчості. Трансформація інформаційної культури сьогодні включає «алгоритмічну грамотність», проте законодавча база та стратегічні документи культурної політики часто не встигають за темпами технологічних змін. Це призводить до вразливості суб'єктів креативної діяльності та відсутності чітких етичних орієнтирів у виробництві та споживанні цифрового контенту.

Таким чином, проблема полягає у необхідності розробки нової моделі культурної політики, яка б не лише визнавала креативні індустрії пріоритетним сектором економіки, а й розглядала їх як головний інструмент модернізації інформаційної культури суспільства. Потрібен перехід від стратегії «збереження артефактів» до стратегії «управління сенсами», де інформаційна культура особистості стає головним мірилом ефективності державних культурних інвестицій. Невирішеність цих питань веде до культурної маргіналізації, зниження інтелектуального потенціалу нації та втрати конкурентоспроможності в глобальному символічному просторі.

**Аналіз досліджень.** Теоретико-методологічний фундамент дослідження трансформації інформаційної культури та становлення креативних індустрій є міждисциплінарним і базується на працях західних та вітчизняних учених, що представляють культурологію, соціологію комунікацій, економіку знань та теорію державного управління.

Розуміння природи інформаційної культури неможливе без звернення до класичних праць М. Маклюена (McLuhan, 1962, 1964), який першим обґрунтував ідею впливу засобів комунікації на архітектоніку людської свідомості. Його теза «the medium is the message» сьогодні набуває нового звучання в контексті креативних індустрій, де канал трансляції сам стає культурним повідомленням. Подальший розвиток ці ідеї знайшли у працях М. Кастельса (Castells, 1996), який описав становлення «мережевого суспільства» та визначив інформацію як ключовий ресурс соціокультурної динаміки.

Економічний та соціологічний вимір креативних секторів був детально проаналізований у працях Дж. Гопкінса (Howkins, 2001), який ввів поняття «креативна економіка», та Р. Флориди

(Florida, 2002). Останній обґрунтував виникнення «креативного класу» як головного суб'єкта сучасних міських трансформацій, чия інформаційна культура базується на трьох «Т»: технологіях, таланті та толерантності. Важливою для нашого дослідження є модель «концентричних кіл» Д. Тросбі (Throsby, 2001, 2008), що дозволяє простежити, як культурні смисли, народжені в «ядрі» – традиційному мистецтві, комерціалізуються та тиражуються через креативні індустрії, змінюючи масову інформаційну культуру.

Окремий пласт досліджень присвячений критичному аналізу масової культури. Починаючи від Т. Адорно та М. Горкгаймера (Adorno, Horkheimer, 1947), які ввели термін «культурна індустрія» для опису стандартизації духовного життя, і завершуючи концепціями «суспільства спектаклю» Г. Дебора (Debord, 1967) та «гіперреальності» Ж. Бодріяра (Baudrillard, 1981). Ці праці дозволяють критично оцінити ризики цифрової трансформації, зокрема загрозу втрати автентичності та маніпулятивний потенціал сучасних медіатехнологій.

Вітчизняна культурологічна думка активно інтегрує світові тренди у контекст національних реалій. Особливе місце в сучасних гуманітарних розвідках посідає вивчення феномену інформаційної культури, яка в умовах цифрових трансформацій розглядається українськими вченими не лише як сукупність технологічних навичок, а як складний етико-філософський та освітній конструктор. Ю. Горбань та О. Олійник (Горбань, Олійник, 2024) досліджують взаємозв'язок між цифровою грамотністю та академічною етикою, обґрунтовуючи значущість інформаційної культури як цілісного процесу, що забезпечує дотримання стандартів доброчесності в цифровому середовищі. О. Прудникова (Прудникова, 2024) здійснює філософську рефлексію інформаційної культури молоді, акцентуючи на необхідності посилення інтелектуально-аналітичного складника для подолання таких негативних явищ, як кліпове мислення, гаджет-залежність та вразливість до агресивних медіавпливів. Г. Хіріна та М. Калашник (Хіріна, Калашник, 2025) аналізують інформаційну культуру як фундаментальний чинник суспільного поступу, де здатність адекватно оперувати даними та штучним інтелектом стає новою ознакою освіченості та запорукою кібербезпеки в умовах цифрової трансформації.

Вагомий внесок у дослідження культурної політики України зробили О. Гриценко та Н. Гончаренко (Гончаренко, Гриценко, 2018), які детально проаналізували процеси деінституціоналізації та пошуку нових моделей управління культурою. І. Мельник (Мельник, 2022) досліджує зарубіжні моделі державного управління культурою та обґрунтовує необхідність використання креатив-

них індустрій як інструменту «м'якої сили» та брендування країни для посилення позицій України на міжнародній арені.

Останнім часом з'явилися розвідки, присвячені безпосередньо креативним індустріям в Україні. Так, Н. Карасьова (Карасьова, 2019) розглядає креативні індустрії як процес комерціалізації інтелектуального контенту, виокремлюючи стратегічні напрями культурної та економічної політики для подолання повільних темпів зростання цієї сфери в Україні. Л. Безугла та І. Лазакович (Безугла, Лазакович, 2024) аналізують синергетичну взаємодію креативних індустрій та економіки, акцентуючи на викликах воєнного часу та важливості створення унікального інтерактивного досвіду для залучення клієнтів. О. Тадлі (Тадля, 2024) досліджує інтеграцію креативних індустрій у заклади вищої освіти України, обґрунтовуючи їхню роль у впровадженні інноваційних підходів до навчання та синтезі мистецтва, технологій і бізнесу в межах освітнього середовища. Ю. Трач (Трач, 2024) обґрунтовує потенціал цифрового середовища як сфери реалізації культурної партисипації, де креативні індустрії відкривають можливості для активного співтворення контенту та опанування технологій штучного інтелекту з урахуванням етичних аспектів.

Проте, попри значну джерельну базу, взаємозв'язок між розвитком креативних індустрій та цілеспрямованою трансформацією інформаційної культури в межах державної стратегії залишається фрагментарним. Потребує глибшого вивчення питання, як саме інструменти креативних секторів, зокрема гейміфікація, дизайн-мислення, цифрова естетика, можуть бути імplementовані в культурну політику для підвищення резистентності суспільства в умовах інформаційних війн та глобальної невизначеності.

**Метою даної статті** є дослідження процесів трансформації інформаційної культури в умовах розвитку креативних індустрій та визначення пріоритетних напрямів державної культурної політики, що сприятимуть формуванню креативної екосистеми та підвищенню рівня медіаграмотності суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** Трансформація інформаційної культури в епоху домінування креативних індустрій є не просто технічним оновленням засобів комунікації, а глибинною антропологічною зміною, що переформатовує способи людського буття. Цей процес розгортається одночасно на кількох взаємопов'язаних рівнях: когнітивному, аксіологічному та прагматичному. Кожен з цих рівнів потребує специфічних інструментів державного регулювання в межах стратегічної культурної політики.

На когнітивному рівні ми спостерігаємо радикальний перехід від «лінійної грамотності» до «багатоканального, мультимодального сприй-

няття». Креативні індустрії – такі як дизайн, відеоігри, медіа-арт та VR-технології – формують нові мови комунікації, де візуальний образ, звук та інтерактивність превалюють над традиційним вербальним текстом. У цьому контексті інформаційна культура особистості трансформується у здатність до миттєвої дешифровки складних символічних систем. Сучасний суб'єкт культури має оперувати не окремими фактами, а цілісними образами та метаданими.

Це ставить нові вимоги до мистецької та гуманітарної освіти. Культурна політика в цьому розрізі має бути спрямована на фундаментальну модернізацію освітніх програм. Йдеться не лише про опанування софту, а про виховання «критичного погляду». Мистецька освіта повинна інтегрувати курси з візуальної антропології, цифрової естетики та семіотики медіа. Випускник культурного вишу сьогодні має бути водночас аналітиком і креатором, здатним проектувати складні інформаційні світи. Стратегічний вимір тут полягає у створенні мережі освітніх хабів, де гуманітарне знання синтезується з технологічним, готуючи фахівців, здатних створювати конкурентоспроможний національний продукт.

Освітня парадигма в умовах домінування креативних індустрій зазнає докорінних змін: від моделі «трансляції знань» ми переходимо до моделі «розвитку творчого інтелекту». Інформаційна культура стає ядром сучасної освіти, де ключовою компетенцією є дизайн-мислення – здатність розв'язувати складні завдання через призму людських потреб та естетичної доцільності. Освіта має стати безперервною, оскільки інструментарій креативних індустрій оновлюється швидше, ніж триває один навчальний цикл. Державна політика повинна стимулювати створення відкритих онлайн-платформ та програм перепідготовки для працівників культурного сектору, щоб запобігти професійній маргіналізації. Освіта в сфері креативних індустрій – це не лише підготовка кадрів для ринку, це інструмент виховання свідомого споживача контенту, який володіє високим рівнем «інформаційного імунітету».

На аксіологічному рівні відбувається докорінна зміна ціннісних орієнтирів, що визначають місце особистості в системі сучасної культури. У креативному середовищі інформація перестає бути лише статичним джерелом істини, об'єктом зберігання чи пасивного засвоєння; вона сприймається як динамічна, пластична «сировина» для безперервної творчості. Це зумовлює виникнення феномену «просумеризму», де межа між професійним деміургом-автором і пасивним реципієнтом-глядачем стає дедалі більш ефемерною. Користувач цифрових платформ, учасник інтерактивних перформансів або гравець у метавесвіті трансформується в активного співтворця культурного про-

дукту, наділяючи його власними суб'єктивними змістами.

Така зміна аксіології вимагає від державної стратегії рішучого переходу до підтримки творчого активізму. Держава має вбачати у постаті «просумера» не загрозу системі авторського права чи традиційним мистецьким канонам, а потужний потенціал для виховання активної громадянської позиції. Впровадження державних цифрових інструментів для самовираження – від грантів для мікро-інфлюенсерів до підтримки молодіжних медіа-стартапів – є найбільш дієвим шляхом спрямування суспільної енергії в конструктивне та державотворче русло. Свідома участь особистості у створенні сенсів формує природний імунітет до зовнішніх маніпуляцій, оскільки суб'єкт, залучений до творчого процесу, значно успішніше чинить опір нав'язуванню деструктивних ідеологем.

Фундаментом для реалізації цих засад у межах креативних індустрій стає культурна партисипація. Вона передбачає розбудову дієвих механізмів, які дозволяють громадянам та спільнотам стати повноцінними суб'єктами культурного будівництва. Залучення людей до циклів виробництва, споживання та дистрибуції культурних благ не лише розширює аудиторію та посилює економічну ефективність креативного сектору, а й сприяє розвитку справжньої інклюзивності. Завдяки партисипативним ініціативам аудиторія отримує реальні важелі впливу на змістовне наповнення культурних подій, що стимулює ріст культурної компетентності та зміцнює соціальну солідарність через досвід спільної діяльності (Трач, 2024: 50).

Практичне втілення учасницьких практик у креативних індустріях охоплює широкий спектр форматів: від інтерактивних перформансів, воркшопів та професійних тренінгів у межах фестивальних платформ до масштабних громадських проєктів. Яскравим прикладом є колективне створення арт об'єктів у публічному просторі, зокрема під час фестивалів вуличного мистецтва, де міське середовище перетворюється на простір спільної творчості (Сварник, 2022: 312).

Важливим вектором культурної політики є також модернізація інституцій пам'яті через впровадження інтерактивних музейних моделей. Такий підхід дозволяє відвідувачам ставати співавторами експозицій, доповнюючи їх власними рефлексіями, родинними історіями або артефактами, що перетворює музей із «храму минулого» на живий комунікативний простір. Окрім того, стратегічне значення має розбудова мережі культурних хабів – універсальних просторів для майстер-класів та діалогу між різними віковими й соціальними групами. Це не лише стимулює творчий потенціал громади, а й посилює соціальну інтеграцію, перетворюючи інформаційну культуру на живий інструмент суспільної єдності.

Важливим аспектом трансформації інформаційної культури є роль креативних індустрій у формуванні інформаційної гігієни. У світі «постправди», де межа між фактом і симулякром стерта, здатність критично оцінювати контент перетворюється на питання національної безпеки. Креативні індустрії мають унікальний арсенал засобів для боротьби з дезінформацією – через інструменти сторітелінгу, інфографіки та візуалізації великих даних складні істини стають очевидними. Культурна політика має стимулювати проєкти на перетині журналістики, сучасного мистецтва та інформаційних технологій. Прикладом можуть бути інтерактивні виставки про механізми пропаганди або освітні ігри, що вчать верифікувати новини. Таким чином, інформаційна культура трансформується з пасивного накопичення знань у практичну навичку «безпечного маневрування» в цифровому океані.

Прагматичний рівень трансформації інформаційної культури безпосередньо пов'язаний з економікою інтелектуальної власності. Креативні індустрії привчають суб'єкта до того, що ідея – це найцінніший актив. Формування високої правової культури є одним із найскладніших стратегічних завдань. Перехід від «культури безкоштовного доступу» до етики легального користування контентом є маркером цивілізаційної зрілості суспільства. Культурна політика держави має поєднувати регуляторні механізми з просвітницькими. Важливо пропагувати цінність творчої праці не через заборони, а через підтримку національних брендів, пояснюючи споживачеві, що купівля легального контенту – це пряма інвестиція в розвиток власної культури.

У цьому контексті, доречним є звернення до проблеми розвитку штучного інтелекту у сфері культурних та креативних індустрій, що відкриває нову, ще не осмислену до кінця сторінку в історії інформаційної культури. Сьогодні виникає гостра потреба у формуванні «алгоритмічної грамотності» як фундаментальної компетентності сучасної особистості. Людина має не просто механічно користуватися результатами роботи нейромереж, а розуміти базові принципи функціонування цих систем. Це критично важливо для запобігання інтелектуальній деградації та здатності ідентифікувати алгоритмічні упередження, що можуть викривлювати культурні смисли.

Культурна політика майбутнього – це тонка межа між заохоченням технологічного прогресу та збереженням гуманістичного ядра культури. Держава має ініціювати широкі суспільні дискусії щодо етики використання штучного інтелекту у творчих процесах, захищаючи людську унікальність як вищу онтологічну цінність.

Синергія креативних секторів із безмежними ресурсами цифровізації створює унікальний про-

стір для інноваційного стрибка, проте реалізація цього потенціалу вимагає від суспільства значних інтелектуальних та організаційних зусиль. Впровадження інтелектуальних систем у творчу площину неминуче актуалізує глибокі філософські та етичні дилеми. Вони стосуються самої природи креативності, походження ідей та сутності мислення. Ключовий акцент у сучасних наукових та публічних дебатах зміщується на пошук демаркаційної лінії між когнітивними процесами людини та алгоритмічними операціями машини.

Попри стрімкий прогрес, домінує переконання, що штучний інтелект на поточному етапі не володіє здатністю до автентичного генерування принципово нових, оригінальних ідей. Тому розвиток ІТ-рішень для творчої сфери залишається людиноцентричним. Цифрові інструменти проєктуються як розширення та підсилення інтелектуального потенціалу митця, а не як його повноцінна заміна. Водночас тотальна присутність штучного інтелекту в культурному просторі змушує представників творчих професій до безперервного професійного оновлення. Опанування новітніх технологій тепер має відбуватися через призму етичної відповідальності, з чітким усвідомленням того, як саме автоматизовані системи трансформують соціокультурні норми та впливають на майбутнє людської цивілізації (Трач, 2024: 117).

Тому, стратегічне завдання державної культурної політики полягає у формуванні такого середовища, де цифрова трансформація не нівелює авторську суб'єктність, а навпаки – створює нові форми медіаграмотності, що дозволяють людині залишатися сувереном у світі алгоритмів. Таким чином, інформаційна культура XXI століття постає як мистецтво гармонійного співіснування з високими технологіями, де етика та гуманізм залишаються головними критеріями творчої діяльності.

Для України стратегічний вимір культурної політики в контексті розвитку креативних індустрій має виразний державотворчий характер. В умовах глобальної конкуренції та екзистенційної війни за смисли, креативні індустрії стають головним інструментом переосмислення та ретрансляції національної ідентичності. Використання традиційних мотивів, архаїчної орнаментики та автентичних фольклорних образів у сучасному промисловому дизайні, високій моді, електронній музиці чи гейм-дизайні робить українську культуру «видимою», зрозумілою та актуальною у світовому масштабі.

Слід зазначити, що інформаційна культура українця XXI століття – це культура гордості за власну спадщину, яка подана мовою високих технологій. Це не просто механічна реставрація минулого, а його глибока творча деконструкція та подальша збірка в нових, естетично привабливих для світу

формах. Стратегічна роль держави тут полягає у системній підтримці експорту креативних послуг, що дозволяє Україні вийти з ролі пасивного споживача глобальної масової культури та утвердитися як впливовий суб'єкт її творення. Таким чином, трансформація інформаційної культури стає запорукою не лише внутрішнього соціокультурного згуртування, а й геополітичного успіху держави через розширення її символічного впливу.

Аналізуючи глобальний досвід, варто зауважити, що світова та європейська практики державного управління культурою пройшли тривалий шлях еволюції. В результаті сформувалися різноманітні моделі, де ступінь державного втручання варіюється від жорсткого централізованого регулювання до ролі «покровителя на відстані витягнутої руки». Сучасна тенденція, як вже було зазначено, демонструє поступовий відхід від монополії держави на користь партисипації. Сьогодні дедалі вагомішого значення набувають недержавні суб'єкти – громадські організації, приватні фонди та креативні кластери. Вони стають активними учасниками культурного будівництва, забезпечуючи життєздатність як цілих індустрій, так і точкових інноваційних проєктів.

У цифрову епоху формування сильного національного бренду нерозривно пов'язане з успішністю культурного продукту. Культура стає фундаментом для державної репрезентації на міжнародній арені, виконуючи роль «м'якої сили» та ефективного інструменту культурної дипломатії. Показовим у цьому контексті є феномен Південної Кореї. Завдяки стратегічній підтримці масової культури («корейська хвиля»), країна змогла перетворити свій культурний бренд на потужний геополітичний актив, що конвертується у світове визнання та економічні переваги (Мельник, 2022: 68).

Для України процес оновлення засад державної культурної політики має базуватися на критичному засвоєнні таких успішних зарубіжних стратегій. Переформатування вітчизняних підходів потребує імплементації перевірених моделей, які б дозволили ефективно поєднати державну підтримку з ініціативністю приватного сектору. Це дозволить не лише модернізувати інформаційну культуру всередині країни, а й вибудувати цілісну стратегію просування українського культурного продукту як ключового елемента національної безпеки та міжнародного престижу.

Трансформація інформаційної культури в такому розрізі постає як процес перетворення національних символів на конкурентоспроможні медіа-активи, що здатні домінувати у глобальному інформаційному просторі, зберігаючи при цьому свою автентичну сутність. Держава ж має виступати фасилітатором цього процесу, створюючи сприятливе середовище для взаємодії митців,

ІТ-фахівців та креативних підприємців у межах єдиної стратегії культурного поступу.

**Висновки.** Підсумовуючи, можна стверджувати, що трансформація інформаційної культури в умовах розвитку креативних індустрій є складним антропологічним переходом від лінійного споживання знань до багатоканальної партисипації, де ключовими компетентностями стають алгоритмічна грамотність, дизайн-мислення та здатність до етичної взаємодії зі штучним інтелектом. У цьому контексті державна культурна політика має змістити фокус із консервативного збереження артефактів на стратегічне управління сенсами,

стимулюючи розвиток партисипативних практик, інтерактивних інституцій пам'яті та креативних хабів, що дозволяють громадянам-просумерам стати активними суб'єктами культурного будівництва. Для України такий підхід набуває особливої ваги, оскільки конвертація національної спадщини у високотехнологічний креативний продукт не лише зміцнює внутрішню соціальну згуртованість та «інформаційний імунітет» нації, а й виступає потужним інструментом «м'якої сили» та культурної дипломатії на світовій арені, забезпечуючи геополітичний успіх держави через утвердження її суб'єктності в глобальному цифровому просторі.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Л. С., Лазакович І. І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 63. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
2. Гончаренко Н. К., Гриценко О. А., Демешенко В. В. Інституційний аспект державної культурної політики в країнах Європейського Союзу та його уроки для реформування системи забезпечення розвитку культури в Україні. *Культурологічна думка*. 2018. № 13. С. 57-72.
3. Горбань Ю. І., Олійник О. М. Інформаційна культура особистості в цифрову епоху: до питання академічної доброчесності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 1. С. 63-70. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302030>
4. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. № 3. С. 110-120. <https://doi.org/10.31866/2616-745x.3.2019.159110>
5. Мельник І. В. Механізми формування державної культурної політики: зарубіжний досвід. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. № 2. С. 65-69. <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2022.2/11>
6. Прудникова О. В. Інформаційна культура сучасної молоді: філософська рефлексія проблемного поля. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2024. № 2 (61). <https://doi.org/10.21564/2663-5704.61.304628>
7. Сварник Б. В. Партисипативні практики сучасної видовищної культури. *Питання культурології*. 2022. Вип. 40. С. 312-320. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.40.2022.269388>
8. Тадля О. М. Культурні і креативні індустрії в закладах вищої освіти України: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2024. № 4. С. 98-105. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2024.322815>
9. Трач Ю. В. Креативні індустрії як сфера реалізації культурної партисипації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2024. № 4. С. 47-52. URL: <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/5971> (дата звернення: 12.04.26).
10. Трач Ю. В. Культурні та креативні індустрії в цифровому середовищі: можливості й перспективи. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2024. № 7 (1). С. 110-122. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.7.1.2024.307013>
11. Хіріна Г. О., Калашник М. П. Сучасна інформаційна культура: актуальні аспекти. *Scientific research: modern challenges and future prospects: Proceedings of XIII International Scientific and Practical Conference (Munich, Germany, 4-6 August 2025)*. Munich, 2025. Pp. 166-170. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/19631> (дата звернення: 10.04.2026).
12. Шмиголь М. Ф., Юшкевич Ю. С. Світоглядні основи феномену ідентичності та проблеми її трансформації в сучасному інформаційному суспільстві. *Гілея: науковий вісник*. 2020. Вип. 153 (2). С. 396-399. URL: <http://gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=221> (дата звернення: 11.04.2026).
13. Adorno T., Horkheimer M. *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Amsterdam : Querido, 1947.
14. Baudrillard J. *Simulacres et Simulation*. Paris : Éditions Galilée, 1981.
15. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. I: The Rise of the Network Society. Malden ; Oxford : Blackwell Publishers, 1996.
16. Debord G. *La Société du spectacle*. Paris : Buchet/Chastel, 1967.
17. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York : Basic Books, 2002.
18. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London : Penguin Books, 2001.
19. McLuhan M. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto : University of Toronto Press, 1962.
20. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York : McGraw-Hill, 1964.
21. Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge : Cambridge University Press, 2001.
22. Throsby D. The Concentric Circles Model of the Cultural Industries. *Cultural Trends*. 2008. Vol. 17, No. 3. P. 147-164.

### REFERENCES

1. Bezugla L. S., Lazakovych I. I. (2024) Kreatyvni industrii ta kreatyvna ekonomika: dosvid Ukrainy v umovakh viiny [Creative industries and creative economy: Ukraine's experience in the conditions of war]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 63. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30> [in Ukrainian].

2. Honcharenko N. K., Hrytsenko O. A., Demeshchenko V. V. (2018) Instytutsiinyi aspekt derzhavnoi kulturnoi polityky v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu ta yoho uroky dlia reformuvannia systemy zabezpechennia rozvytku kultury v Ukraini [Institutional aspect of state cultural policy in the countries of the European Union and its lessons for reforming the system of ensuring cultural development in Ukraine]. *Kulturolohichna dumka*, 13. 57-72. [in Ukrainian].
3. Horban Yu. I., Oliinyk O. M. (2024) Informatsiina kultura osobystosti v tsyfrovu epokhu: do pytannia akademichnoi dobrochesnosti [Information culture of personality in the digital age: on the issue of academic integrity]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, 1. 63-70. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2024.302030> [in Ukrainian].
4. Karasiova N. A. (2019) Kreatywni industrii yak element stratehii postindustrialnogo rozvytku [Creative industries as an element of post-industrial development strategy]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*, 3. 110-120. <https://doi.org/10.31866/2616-745x.3.2019.159110> [in Ukrainian].
5. Melnyk I. V. (2022) Mekhanizmy formuvannia derzhavnoi kulturnoi polityky: zarubizhnyi dosvid [Mechanisms of formation of state cultural policy: foreign experience]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Publichne upravlinnia ta administruvannia*, 2. 65-69. <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2022.2/11> [in Ukrainian].
6. Prudnykova O. V. (2024) Informatsiina kultura suchasnoi molodi: filosofska refleksii problemnogo polia [Information culture of modern youth: philosophical reflection of the problem field]. *Visnyk NYuU imeni Yaroslava Mudroho. Serii: Filosofiia, filosofiia prava, politolohiia, sotsiolohiia*, 2 (61). <https://doi.org/10.21564/2663-5704.61.304628> [in Ukrainian].
7. Svarnyk B. V. (2022) Partysypatyvni praktyky suchasnoi vydovyshechnoi kultury [Participatory practices of modern performance culture]. *Pytannia kulturolohii*, 40. 312-320. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.40.2022.269388> [in Ukrainian].
8. Tadia O. M. (2024) Kulturni i kreatywni industrii v zakladakh vyshchoi osvity Ukrainy: suchasni tendentsii ta perspektyvy rozvytku [Cultural and creative industries in higher education institutions of Ukraine: modern trends and development prospects]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, 4. 98-105. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2024.322815> [in Ukrainian].
9. Trach Yu. V. (2024) Kreatywni industrii yak sfera realizatsii kulturnoi partysypatsii [Creative industries as a sphere of implementation of cultural participation]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, 4. 47-52. [in Ukrainian].
10. Trach Yu. V. (2024) Kulturni ta kreatywni industrii v tsyfrovomu seredovyshchi: mozhlyvosti i perspektyvy [Cultural and creative industries in the digital environment: opportunities and prospects]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi*, 7 (1). 110-122. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.7.1.2024.307013> [in Ukrainian].
11. Khirina H. O., Kalashnyk M. P. (2025) Suchasna informatsiina kultura: aktualni aspekty [Modern information culture: current aspects]. *Scientific research: modern challenges and future prospects: Proceedings of XIII International Scientific and Practical Conference*. Munich. 166-170. [in Ukrainian].
12. Shmyhol M. F., Yushkevych Yu. S. (2020) Svitohliadni osnovy fenomenu identychnosti ta problemy yii transformatsii v suchasnomu informatsiinomu suspilstvi [Worldview foundations of the identity phenomenon and problems of its transformation in the modern information society]. *Hileia: naukovyi visnyk*, 153 (2). 396-399. [in Ukrainian].
13. Adorno T., Horkheimer M. (1947) *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente* [Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments]. Amsterdam: Querido. [in German].
14. Baudrillard J. (1981) *Simulacres et Simulation* [Simulacra and Simulation]. Paris: Éditions Galilée. [in French].
15. Castells M. (1996) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society*. Malden; Oxford: Blackwell Publishers.
16. Debord G. (1967) *La Société du spectacle* [The Society of the Spectacle]. Paris: Buchet/Chastel. [in French].
17. Florida R. (2002) *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
18. Howkins J. (2001) *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
19. McLuhan M. (1962) *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
20. McLuhan M. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
21. Throsby D. (2001) *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
22. Throsby D. (2008) The Concentric Circles Model of the Cultural Industries. *Cultural Trends*, 17(3). 147-164.

Дата першого надходження статті до видання: 30.04.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 22.05.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026

Стаття поширюється на умовах  
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

