

Цитування:

Майструк Б. Ю. Креативність і культура: трансформація цінностей у XXI столітті. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2025. № 2. С. 174–180.

Майструк Богдан Юрійович,
аспірант Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
<https://orcid.org/0009-0009-0978-2364>
dkr3124.bmaystruk@dakkkim.edu.ua

Maistruk B. (2025). Creativity and Culture: Transformation of Values in the 21st Century. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 2, 174–180 [in Ukrainian].

КРЕАТИВНІСТЬ І КУЛЬТУРА: ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННОСТЕЙ У XXI СТОЛІТТІ

Мета дослідження: визначити креативність як соціокультурний ресурс XXI століття, що трансформує систему цінностей сучасного суспільства; проаналізувати приклади культурної політики у сфері креативних індустрій у провідних країнах світу та в Україні. **Методологічною основою дослідження** є методи культурології, філософії культури, соціології, а також теорії креативних індустрій, що дає змогу комплексно осмислити феномен креативності як соціокультурного ресурсу та визначити його вплив на трансформацію ціннісних систем у глобалізованому світі. Кейс-метод (case study) використано для аналізу конкретних прикладів реалізації креативних програм, ініціатив, платформ та кластерів, що мають культурно значущий вплив на суспільство. **Наукова новизна** дослідження полягає у комплексному осмисленні креативності як глобального соціокультурного ресурсу, що відповідає викликам сучасності та сприяє сталому розвитку. Вперше окреслено можливості використання результатів для формування державної політики у сфері культури та інновацій, а також підвищення ефективності культурних проєктів на місцевому рівні. **Висновки.** Креативність у XXI столітті виконує функцію інтегратора інновацій, культури та ідентичності. Успішне впровадження креативного потенціалу на державному рівні сприяє розвитку культурної сфери, соціальній згуртованості та стійкості національних культур. Україна має значний потенціал для використання світового досвіду у формуванні власної моделі креативної політики. Світовий досвід показує, що інвестування у креативність сприяє культурному розмаїттю, інклюзивному зростанню та подоланню соціальних розривів. В українському контексті, особливо в умовах війни, креативність набуває етичного значення, виступає засобом культурної стійкості та репрезентації національної гідності. Сучасна креативність формує нову систему цінностей, яка ґрунтується на гібридній культурі, глобалізації та соціальних змінах. Ефективна культурна політика повинна поєднувати глобальний досвід із локальними ініціативами, спираючись на принципи відкритості, інклюзивності, сталого розвитку та культурної автономії.

Ключові слова: креативність, культура, цінності, креативні індустрії, культурна політика, культурна ідентичність, глобалізація, XXI століття.

Maistruk Bohdan, Postgraduate Student, National Academy of Culture and Arts Management

Creativity and Culture: Transformation of Values in the 21st Century

Research aim: To define creativity as a socio-cultural resource of the 21st century that transforms the system of values in contemporary society; to analyze examples of cultural policy in the field of creative industries in leading countries worldwide and in Ukraine. **Methodology:** The study is based on an interdisciplinary approach combining methods of cultural studies, philosophy of culture, sociology, and theories of creative industries. This allows for a comprehensive understanding of creativity as a socio-cultural resource and its impact on the transformation of value systems in a globalized world. The case study method was used to analyze specific examples of creative programs, initiatives, platforms, and clusters with significant cultural influence on society. **Scientific novelty:** The research presents a comprehensive conceptualization of creativity as a global socio-cultural resource that responds to contemporary challenges and contributes to sustainable development. For the first time, the possibilities of using the results for shaping state policy in culture and innovation, as well as increasing the effectiveness of cultural projects at the local level, are outlined. **Conclusions:** Creativity in the 21st century functions as an integrator of innovation, culture, and identity. Successful implementation of creative potential at the state level promotes the development of the cultural sector, social cohesion, and the resilience of national cultures. Ukraine possesses significant potential to utilize global experience in forming its own model of creative policy. Global experience shows that investing in creativity fosters cultural diversity, inclusive growth, and the bridging of social divides. In the Ukrainian context, especially amid

the war, creativity acquires an ethical dimension, serving as a means of cultural resilience and a representation of national dignity. Contemporary creativity shapes a new system of values based on hybrid culture, globalization, and social changes. Effective cultural policy should combine global experience with local initiatives, relying on principles of openness, inclusivity, sustainable development, and cultural autonomy.

Keywords: creativity, culture, values, creative industries, cultural policy, cultural identity, globalisation, 21st century.

Актуальність теми дослідження. У XXI столітті креативність зазнала глибокої трансформації: від розуміння її як індивідуального таланту – до усвідомлення її як стратегічного соціокультурного ресурсу, здатного впливати на розвиток суспільства, економіки та культурної ідентичності. Така еволюція пов'язана з глобальними викликами сучасності: цифровізацією, глобалізацією, соціальними та ціннісними зрушеннями. Світовий досвід провідних країн, зокрема Великої Британії, Канади, Південної Кореї, Нідерландів, переконливо свідчить про важливість креативності як чинника інноваційного розвитку, культурної дипломатії та соціальної інтеграції. У глобальному контексті вона дедалі більше позиціюється як рушій сталого розвитку, що забезпечує культурну адаптацію до актуальних викликів — від кліматичних криз до військових конфліктів, від цифрової революції до переосмислення традиційних цінностей.

Особливої актуальності проблема креативності набуває в Україні, де вона функціонує як засіб культурного опору, інструмент репрезентації національної ідентичності та стратегія мобілізації суспільства в умовах війни. Синтезуючи світові практики з локальним культурним досвідом, українські митці, куратори та культурні інституції демонструють нову модель креативної суб'єктності, що поєднує естетичну експресію з етичною відповідальністю. Такий підхід вимагає системного культурологічного осмислення креативності як соціокультурного ресурсу глобального масштабу.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика культурної політики в Україні, зокрема у повоєнний період, детально розглядається П. Герчанівською [1], яка підкреслює стратегічну важливість підтримки культурних ініціатив для національної ідентичності та відновлення суспільства. Ця ідея перегукується з поглядами Н. Доброєра [3], що визначає креативність як ключовий спосіб самоідентифікації на прикладі сучасного українського музичного соціокультурного простору, де творчість стає формою суспільного діалогу та опору.

В епоху цифрових технологій культурні трансформації набувають нових рис, що

зумовлено як змінами у способах споживання культури, так і її виробництва. І. Гурова [2] аналізує вплив цифрових технологій на популярну культуру, підкреслюючи значення цифрової комунікації для формування нових культурних моделей. Подібну тезу підтримує Д. Лись [4], котрий акцентує увагу на соціокультурній трансформації людини в цифрового користувача, що впливає на процеси творчості і колективної ідентифікації.

Історично креативність трактувалася як індивідуальна здатність до оригінального мислення, але з розвитком гуманітарних наук вона набула більш широкого соціокультурного значення, ставши чинником трансформації суспільств. Зокрема, Н. Доброєр [3] акцентує увагу на музичній творчості як засобі формування спільних ідентичностей, а Х. Плеан [6] розглядає креативність як детермінанту культурних трансформацій і символічного обміну в межах креативних індустрій.

Зокрема, Р. Флорида у своїй роботі «The Rise of the Creative Class» [8] акцентує увагу на ролі креативної діяльності у формуванні конкурентоспроможності міст і країн у глобалізованому світі. Він розглядає креативність як ресурс, що сприяє економічному розвитку, соціальній динаміці та інноваціям, формуючи динамічне культурне середовище. Ця ідея була підхоплена в культурологічних концепціях, де, зокрема, М. Тейлор [11] і С. Лаш [10] підкреслюють значення креативності як фактору культурної інновації і продукування нових сенсів у постіндустріальному суспільстві.

Відтак культура перестає бути пасивним збереженням традицій і перетворюється на динамічний простір інновацій. Цю ідею підкріплює і М. Тейлор [11], який акцентує на ролі креативності у культурних інноваціях та трансформації парадигм. Саме тому в багатьох країнах, зокрема у Великій Британії та Нідерландах, креативні індустрії виділяються як пріоритетний напрямок культурної політики. Там створено спеціальні інституції (Creative Industries Federation [7], програма Creative Holland), що підтримують творців і підприємців, сприяючи розвитку креативної економіки та культурного виробництва.

Суттєвим є і перехід від індивідуального до колективного розуміння креативності. Вона

дедалі більше розглядається як соціальний процес, що реалізується у культурній комунікації, співтворчості та обміні знаннями. У цифровому середовищі виникають нові форми творчої взаємодії — від мережевого активізму до генеративного мистецтва з використанням штучного інтелекту [4].

Особливо актуальним є аналіз креативності в умовах воєнних конфліктів, зокрема в Україні. Тут творча діяльність набуває ролі не лише символічного опору, а й формує нові ідентичнісні смисли, сприяє переосмисленню національної історії і колективної травми (ініціативи «Культура проти агресії», Ukrainian Institute, «Дія.Культура»). Як зазначає Н. Доброєр [3], мистецтво сприяє формуванню спільних ідентичностей і підтримує культурну суб'єктність на міжнародній арені. Цю позицію підтримує й Х. Плецан [6], наголошуючи на креативності як чиннику культурних трансформацій і нових форм символічного обміну.

Цифровізація істотно змінює культурні моделі, розмиваючи межі між локальним і глобальним, традиційним і новітнім. Водночас зростає цінність інноваційних культурних практик, але існує й ризик девальвації глибоких сенсів через надлишок інформаційного шуму. У контексті глобалізації креативність набуває універсального значення, що ілюструє приклад Південної Кореї з її державною стратегією Hallyu, де культура стає важливим експортним ресурсом і фактором формування позитивного національного іміджу [9].

Мета дослідження. Визначити креативність як соціокультурний ресурс ХХІ століття, що трансформує систему цінностей сучасного суспільства; проаналізувати приклади культурної політики у сфері креативних індустрій у провідних країнах світу та в Україні.

Виклад основного матеріалу. У сучасному науковому дискурсі поняття «креативність» розглядається як багатовимірна категорія, що охоплює психологічні, філософські, культурологічні, мистецькі та соціальні аспекти. Його етимологічне коріння походить від латинського *creare* — творити, створювати. Історично термін використовувався для опису індивідуальної здатності до оригінального мислення, однак із розвитком гуманітарного знання він набув нового значення — як чинник соціокультурної трансформації.

Креативність у сучасному культурному дискурсі виходить за межі мистецтва або індивідуальної інноваційності — вона стає

інституціоналізованою цінністю, що включена в політику, освіту, урбаністику, цифрові медіа. Р. Флорида у праці *The Rise of the Creative Class* [8] наголошує, що творча діяльність визначає конкурентоспроможність міст і країн у глобальному світі. Відтак, культура розглядається не як пасивне збереження традицій, а як динамічний простір інновацій.

У таких країнах, як Велика Британія та Нідерланди, вже на початку 2000-х креативні індустрії були виокремлені як пріоритетна галузь культурної політики. У Великій Британії, зокрема, було створено спеціальне міністерство з питань культури, медіа та спорту, що координує розвиток креативних секторів (музика, мода, дизайн, відеоігри, телебачення). Аналогічно, в Нідерландах діє програма *Creative Holland*, яка об'єднує державні та приватні ініціативи.

Культурологічні концепції креативності, зокрема у працях Р. Флориди [8], М. Тейлора [11] та С. Лаша [10], акцентують увагу на її ролі як чинника культурної інновації, здатного трансформувати усталені парадигми й продукувати нові культурні смисли. У постіндустріальному суспільстві креативність виступає ключовим ресурсом економіки, освітніх стратегій та культурного виробництва. Її інституціоналізація проявляється у формуванні креативних індустрій, мистецьких резиденцій, інноваційних просторів міждисциплінарної співпраці, фестивальних платформ та інших форм культурного об'єднання.

Суттєвим є перехід від індивідуалістичного до колективного розуміння креативності. Вона набуває рис соціального процесу, що реалізується в культурній комунікації, співтворчості, обміні знаннями та сенсами. Наприклад, у цифрових спільнотах виникають нові типи креативної взаємодії: від мережевого активізму до мистецтва генеративного штучного інтелекту.

У цьому контексті креативність перестає бути виключно естетичним або технічним феноменом — вона набуває значення інструменту культурного спротиву й переосмислення соціальної реальності. Сьогодні вона дедалі частіше виступає як реакція на одноманітність, рутину та маніпулятивні наративи, що характеризують масову культуру. Креативність формує механізм індивідуальної та колективної ідентифікації, сприяючи визнанню культурного плюралізму. Це твердження підтримує Н. Доброєр, яка акцентує на тому, що творчість у музиці виконує функцію формування спільних ідентичностей і

переосмислення культурної реальності [3, 21]. Подібної позиції дотримується і Х. Плецан, яка у своєму дослідженні виокремлює креативність як ключовий чинник культурного продукування в умовах сучасності, наголошуючи на її ролі як детермінанти культурних трансформацій, ідентифікаційних процесів та нових форм символічного обміну в межах креативних індустрій [6].

Одним із ключових аспектів розвитку креативного потенціалу є формування інституційних механізмів підтримки творчості. У країнах із розвиненими креативними індустріями функціонує широка мережа державних, приватних та громадських організацій, які координують підтримку митців, стартапів і культурних ініціатив. Наприклад, у Великій Британії діє Creative Industries Federation — платформа, що об'єднує урядові структури, бізнес та творчі спільноти задля стимулювання розвитку креативної економіки й формування культурної політики [7]. Така системність дозволяє ефективніше інвестувати в культурні проекти, створювати нові робочі місця та посилювати культурний вплив країни на міжнародній арені.

Цифровізація істотно вплинула на зміну культурних моделей. З одного боку, зростає цінність самовираження, креативного підходу до ідентичності, а з іншого — постає загроза девальвації глибоких культурних змістів у надлишку симуляцій та інформаційного шуму.

У контексті цифрової революції креативність дедалі більше виходить за межі національних кордонів і набуває глобального масштабу. Цифрові платформи відкривають нові можливості для поширення культурних продуктів і формування міжнародних аудиторій. У Південній Кореї, де цифрові технології та креативність поєднані в державній стратегії Hallyu (Korean Wave), спостерігається перетворення культури на експортний ресурс. Музика (K-pop), кіно, анімація та мода стали не лише засобами культурного вираження, а й механізмами формування національного іміджу й економічного зростання. Така модель демонструє, як креативність здатна інтегрувати цінності модерності й традиції, створюючи нову культурну синергію [9]. Цей культурний бренд сприяє формуванню позитивного іміджу країни та залученню інвестицій у креативний сектор.

Нідерланди демонструють ефективну модель підтримки творчих ініціатив через розвиток культурних центрів, арт-резиденцій та креативних хабів, які об'єднують митців і

підприємців. Такі платформи сприяють обміну ідеями, міжнародній кооперації та впровадженню інновацій у мистецтві і культурі [6, 214–217]. Ця модель також включає активне використання грантових програм та освітніх ініціатив, що допомагають формувати нові компетенції у сфері креативності. Завдяки цим середовищам відбувається формування динамічних творчих спільнот, які здатні адаптуватися до викликів сучасності та відповідати на зміни глобального культурного середовища.

Крім того, ця модель передбачає активне використання грантових програм, що забезпечують фінансову підтримку як молодим митцям, так і досвідченим творцям, а також освітніх ініціатив, які спрямовані на підвищення кваліфікації та розвиток нових компетенцій у сфері креативності. Такий комплексний підхід дозволяє не лише підтримувати існуючі таланти, але й формувати кадровий потенціал, необхідний для сталого розвитку креативних індустрій та їх інтеграції у світову культурну і економічну систему.

Особливої актуальності набуває аналіз креативності в контексті війни, яка спричинила не лише гуманітарну та економічну кризу, а й глибоку трансформацію культурного середовища. У цей період креативність українських митців і культурних інституцій виконує функцію не лише символічного опору, а й формування нових ідентичнісних смислів. Мистецтво стає платформою переосмислення національної історії, колективної травми, а також засобом міжнародної комунікації. Такі ініціативи, як «Культура проти агресії», мультимедійні проекти культурної дипломатії (наприклад, Ukrainian Institute), численні благодійні артаукціони, мобільні виставки у країнах ЄС сприяють зміцненню української культурної суб'єктності на глобальній арені.

У такому контексті креативність виявляється не ізольованим феноменом, а складовою ширших культурних процесів, які змінюють структуру сучасного соціуму. Саме в культурі XXI століття, яка дедалі більше тяжіє до гібридності, цифровізації та глобалізації, ці зрушення стають особливо помітними. Культура нашого часу характеризується розмиттям меж між високим і масовим, локальним і глобальним, аналоговим і цифровим. Зміни соціальних практик, розвиток комунікаційних технологій, зростання мобільності та гібридність культур призводять до глибоких зсувів у системі цінностей [5, 45–47]. Індивід втрачає сталі

орієнтири, натомість формується мозаїчна картина світу, у якій цінності стають мобільними, ситуативними, контекстуальними.

У культурному полі з'являються нові доміанти: креативність, інноваційність, інклюзивність, екологічність, дигітальність. Це не означає повного зникнення традиційних цінностей — радше їх перегляд і адаптацію до викликів часу. Зокрема, трансформується уявлення про свободу, відповідальність, ідентичність. Наприклад, свобода дедалі частіше тлумачиться не лише як автономія, а як здатність до діалогу та співдії у полікультурному середовищі. Креативність у цьому контексті виступає не лише естетичною, але й етичною категорією. Вона забезпечує здатність до критичного мислення, пошуку альтернатив, конструктивної взаємодії. Візуальне мистецтво, цифрові практики, перформативні форми, еко-дизайн, соціальні інсталяції — усе це простори, в яких відбувається осмислення нових цінностей.

В Україні ці трансформації мають особливу динаміку. В Україні креативність має унікальні риси, обумовлені історичними, культурними та соціальними викликами, зокрема, воєнним конфліктом і трансформаціями суспільства. Застосування світового досвіду, зокрема організація культурних просторів за прикладом Нідерландів чи формування державних інституцій за британським зразком, може допомогти підсилити інституційний потенціал українських креативних індустрій [6, 215]. Водночас важливо враховувати локальні особливості та потреби громад, створюючи гнучкі і адаптивні стратегії розвитку творчості.

Для України креативність у XXI столітті стала не лише ресурсом інновацій, а й формою культурного опору. В умовах війни та постколоніальних трансформацій зростає роль мистецьких ініціатив, що спрямовані на переосмислення ідентичності, повернення до витоків, актуалізацію національного символізму.

Приклади таких ініціатив – фестиваль сучасного мистецтва *ГогольFest*, платформа *IZOLYATSIA*, креативні простори у Львові, Харкові, Дніпрі, а також діяльність молодих художників і дизайнерів, які звертаються до локальних форм (вишивка, орнамент, фольклор) в сучасному контексті. Культурна дипломатія України також дедалі більше спирається на креативні підходи – зокрема, через музику, архітектуру, цифрове мистецтво.

Креативні ініціативи під час повномасштабної війни стали не лише

інструментами підтримки, а й способом репрезентації національної ідентичності та опору культурному знеособленню. Проекти на кшталт «Культура проти агресії», платформи «Дія.Культура», діяльність культурних активістів і митців є прикладами ціннісних інтервенцій у нову реальність. Крім того, ініціативи на кшталт «Мапа культурної пам'яті» чи інтерактивні архіви знищених культурних об'єктів демонструють, як креативність сприяє не лише репрезентації втрат, а й збереженню історичної пам'яті через інноваційні медіа.

Ці явища свідчать про глибоку внутрішню перебудову культурного простору, де креативність виступає не тільки інструментом технологічних змін, а й механізмом переосмислення та репрезентації культурних сенсів. У культурі XXI століття формуються нові цінності, які відзначаються гнучкістю, відкритістю до інтерпретацій та потребою у нових критеріях оцінювання, що базуються на діалозі, етичній відповідальності та інноваційному мисленні [5, 65].

Водночас сучасний культурний простір відзначається своєю складністю та багатшаровістю: різноманітні ідеї, традиції й практики постійно перетинаються й взаємодіють. Це ставить під сумнів раніше усталені моделі ідентичності й цінностей, що базувалися на стабільності, ієрархії та універсальності, адже вони дедалі більше втрачають актуальність. Натомість зростає значення релятивізму та контекстуальності, адже цінності дедалі більше стають мобільними, ситуативними й багатогранними. Під впливом глобалізаційних процесів, цифрових технологій та соціальних змін ця динаміка перетворює не лише способи репрезентації культури, а й механізми сприйняття, інтерпретації й поширення її сенсі [2, 71–73].

У сучасному культурному середовищі дедалі виразніше простежується множинність і взаємопроникнення ідей, традицій та практик, що створює складну, динамічну і фрагментовану картину культурного буття. Така трансформація ставить під сумнів усталені моделі ідентичності й цінностей, які ґрунтувалися на стабільності та ієрархічності. Натомість все більшої актуальності набувають гнучкі та ситуативно обумовлені підходи до розуміння цінностей, які дедалі частіше сприймаються як залежні від конкретного контексту і множинних інтерпретацій, цінності стають гнучкими, ситуативними та багатовимірними. Під впливом глобалізаційних процесів,

цифрових технологій та соціальних зрушень змінюються не лише форми репрезентації культури, а й способи її сприйняття, інтерпретації й поширення — як засвідчено у дослідженнях, присвячених стратегічним викликам культурної політики в повоєнній Україні [1, 3–8].

У контексті таких глобальних трансформацій особливу увагу варто приділити проблематиці творчості як ресурсу сталого розвитку та взаємодії культур у постмодерному світі. У сучасних умовах креативність стає не просто рисою окремої особистості або естетичною категорією, а визначальним чинником у виробленні культурної політики та реалізації інноваційних соціальних проєктів. Вона забезпечує нові можливості для розвитку локальних і глобальних спільнот, стимулює інклюзивність і міжкультурний діалог, сприяє активізації культурного капіталу та креативної економіки.

Особливо важливим є розгляд креативності як складової стратегії сталого розвитку, що орієнтується на збереження культурної спадщини та водночас на адаптацію до нових технологічних і соціальних викликів. Інноваційні культурні практики, що базуються на співтворчості і взаємодії різних акторів, стають інструментами розбудови соціальної згуртованості і створення нових форм колективної ідентичності.

З огляду на це, сучасна культурна політика має базуватися на принципах відкритості, гнучкості та етичної відповідальності, що неможливо без активного залучення креативних ресурсів суспільства. Успішна реалізація такої політики потребує діалогу між державними інституціями, культурними спільнотами та креативним сектором, який дедалі більше виступає не просто як виробник культурного продукту, а як агент соціальних змін. Цифрові платформи відіграють ключову роль у сучасному культурному процесі: вони не лише слугують каналом для поширення культурного контенту, а й формують нові моделі взаємодії. Йдеться про створення динамічних цифрових середовищ, де відбувається горизонтальна комунікація між учасниками, розвиваються практики колективного творення та забезпечується активна участь користувачів у культурному житті — так звана цифрова партисипація, що отримала наукове обґрунтування у дослідженнях цифрової культури в Україні [4, 353–354].

Отже, креативність XXI століття — це не лише інструмент естетичного вираження, а

багатофункціональний ресурс, що охоплює стратегічні виміри культурного розвитку. Вона здатна підтримувати сталий розвиток культурного середовища, сприяти інтеграції традиційних і новітніх форм культури, а також забезпечувати соціальну інновацію, модернізацію публічної сфери та розширення можливостей для громадянської участі. У контексті глобальних викликів — від воєн до кліматичних змін — креативність постає як ключовий чинник адаптивності та культурної стійкості, що формує нові моделі ціннісного співіснування.

Наукова новизна полягає у комплексному осмисленні креативності як соціокультурного ресурсу глобального масштабу, здатного відповідати на виклики сучасності та сприяти сталому розвитку. Вперше визначено можливості застосування отриманих результатів для формування державної політики у сфері культури та інновацій, а також підвищення ефективності культурних проєктів і ініціатив на місцевому рівні. Особливий акцент зроблено на українському контексті — війні, культурному опорі та адаптації світового досвіду до локальних умов. Запропоновано концептуальні підходи до розвитку креативних індустрій в Україні, що враховують як глобальні тенденції, так і специфіку національного культурного простору.

Висновки. Креативність у XXI столітті стала стратегічною цінністю, що формує нові культурні парадигми, впливає на освіту, політику, економіку. У центрі цих трансформацій — людина як творець нових смислів, носій гнучкої, мультикультурної ідентичності. Світовий і український досвід показує, що креативність здатна слугувати інструментом культурної стійкості, збереження і водночас оновлення цінностей.

Аналіз світових і українських практик свідчить, що креативність у XXI столітті трансформується з індивідуальної когнітивної здатності в багатофункціональний соціокультурний феномен. Вона набуває системного характеру, охоплюючи сфери культурної політики, мистецтва, освіти, урбаністики, цифрових технологій. Світовий досвід підтверджує, що інвестування в креативність не лише сприяє культурному розмаїттю, а й забезпечує інклюзивне зростання, міжкультурну комунікацію та подолання соціальних розривів.

Український контекст підтверджує ці тенденції: в умовах війни та глобальних трансформацій креативність набуває етичного виміру, стає каналом колективного

переживання й осмислення, репрезентацією національної гідності та культурної суб'єктності. Такі ініціативи, як арт-резиденції, мобільні виставки, цифрові архіви культурної пам'яті, показують потенціал української культури як інтегративної сили у світовому гуманітарному дискурсі.

Таким чином, сучасна креативність — це не просто естетичний ресурс, а основа нової системи цінностей, яка формується в умовах гібридної культури, глобалізованого простору і соціальних зрушень. Успішна культурна політика майбутнього повинна базуватися на синтезі глобального досвіду та локальних ініціатив, орієнтуючись на принципи відкритості, інклюзивності, сталого розвитку та культурної автономії. У цьому контексті креативність постає як ключ до формування гнучкого, стійкого та етично орієнтованого культурного середовища.

Література

1. Герчанівська П. Е. Стратегічні проблеми культурної політики в повоєнній Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 2. С. 3–8. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2023.28686>.
2. Гурова І. В. Цифрові технології та їх вплив на трансформацію популярної культури. *Культурологічний альманах*. 2022. № 2. С. 20–22. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.2.5>.
3. Доброєр Н. Креативність як спосіб самоідентифікації (на прикладі сучасного українського музичного соціокультурного простору). *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрям культурологія)*, (27). С. 17–21. DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi27.46>.
4. Лись Д. А. Еволюція комунікаційних технологій: соціокультурна трансформація людини в цифрового користувача. *Культурологічний альманах*. (1). С. 352–359. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.1.40>.
5. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*, (39), 63–77. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902>.
6. Плекан Х. В. Концептуальні підходи до визначення детермінант креативних індустрій у контексті культурологічного аналізу. *Культурологічний альманах*. 2022. № 4. С. 210–225. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.4.27>.
7. Creative Industries Federation. URL: <https://www.creativeindustriesfederation.com> (дата звернення: 27.04.2025).
8. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. 404 p.
9. Jin D. Y. *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media*. Urbana: University of Illinois Press, 2016. 240 p.

<https://archive.org/details/newkoreanwavetra0000jind> (дата звернення: 27.04.2025).

10. Lash S. *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge: Polity Press, 1994. 224 c.

11. Taylor M. C. *The moment of complexity: Emerging network culture*. Chicago: University of Chicago Press, 2003. 352 c.

References

1. Herchanivska, P. E. (2023). Strategic problems of cultural policy in post-war Ukraine. *Bulletin of the National Academy of Cultural and Arts Management*, (2), 3–8. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2023.28686> [in Ukrainian]
2. Hurova, I. V. (2022). Digital technologies and their impact on the transformation of popular culture. *Cultural Studies Almanac*, (2), 20–22. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.2.5> [in Ukrainian]
3. Dobroier, N. (n.d.). Creativity as a way of self-identification (on the example of the contemporary Ukrainian musical socio-cultural space). *Ukrainian Culture: Past, Present, and Development Paths* (Cultural Studies direction), (27), 17–21. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi27.46> [in Ukrainian]
4. Lys, D. A. (2025). Evolution of communication technologies: socio-cultural transformation of a person into a digital user. *Cultural Studies Almanac*, (1), 352–359. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.1.40> [in Ukrainian]
5. Petrova, I. V. (2022). Cultural and creative industries: the problem of definitions. *Cultural Studies Issues*, (39), 63–77. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902> [in Ukrainian]
6. Plecan, Kh. V. (2022). Conceptual approaches to defining determinants of creative industries in the context of cultural analysis. *Cultural Studies Almanac*, (4), 210–225. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.4.27> [in Ukrainian]
7. Creative Industries Federation. (2025). Retrieved June 27, 2025, from <https://www.creativeindustriesfederation.com> [in English].
8. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, and Everyday Life*. New York: Basic Books. [in English].
9. Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media*. Urbana: University of Illinois Press. URL: <https://archive.org/details/newkoreanwavetra0000jind> [in English].
10. Lash, S. (1994). *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press. [in English].
11. Taylor, M. C. (2003). *The Moment of Complexity: Emerging Network Culture*. Chicago: University of Chicago Press. [in English].

Стаття надійшла до редакції 15.05.2025
Отримано після доопрацювання 16.06.2025
Прийнято до друку 24.06.2025