УДК 008:316.7:316.774
DOI 10.32461/2226-3209.2.2026.362270

Цитування:
Щур Н. О. Роль мистецьких інституцій у формуванні культурного порядку денного в умовах цифрових трансформацій. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2026. № 2. С. 118–124.

Shchur N. (2026). The Role of Art Institutions in Shaping the Cultural Agenda under Conditions of Digital Transformations. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal, 2, 118–124 [in Ukrainian].

Щур Наталія Олегівна,
кандидат наук з державного управління,
завідувач відділу аспірантури та докторантури
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-7648-7893
n.shchur@dakkkim.edu.ua

РОЛЬ МИСТЕЦЬКИХ ІНСТИТУЦІЙ У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРНОГО ПОРЯДКУ ДЕННОГО В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Мета дослідження полягає в аналізі ролі мистецьких інституцій у формуванні культурного порядку денного в умовах цифрових трансформацій та виявленні механізмів їхнього впливу на культурну комунікацію і вироблення суспільних смислів у цифровому середовищі. **Методологія дослідження** реалізується через міждисциплінарний підхід із залученням культурологічного, соціокультурного та медіа-комунікаційного аналізу. Використано системний, структурно-функціональний, компаративний методи та дискурс-аналіз для дослідження трансформації мистецьких інституцій і формування культурного порядку денного в умовах цифровізації. Теоретичну основу становлять концепції цифрової культури, платформізації та алгоритмічної медіації. **Наукова новизна** полягає у теоретичному осмисленні трансформації культурного порядку денного в умовах цифрових змін та визначенні мистецьких інституцій як ключових посередників у взаємодії між алгоритмічно керованими цифровими платформами та мережевими аудиторіями. Уточнено роль цифрових платформ як інфраструктур культурної медіації, що впливають на механізми видимості, ієрархізації та циркуляції культурного контенту. **Висновки.** Культурний порядок денний у цифрову епоху формується як результат взаємодії мистецьких інституцій, цифрових платформ і мережевих аудиторій та набуває багаторівневого характеру. Під впливом цифровізації зростає роль алгоритмічних механізмів і економіки уваги, що змінює традиційні моделі культурної репрезентації. Мистецькі інституції трансформують свої функції, поєднуючи збереження культурної спадщини з активною участю у виробленні культурних смислів і публічного дискурсу. Цифрові платформи виступають ключовими механізмами культурної медіації, а аудиторія набуває статусу активного учасника культурної комунікації.

Ключові слова: культурний порядок денний, мистецькі інституції, цифрові трансформації, цифрові платформи, цифрова культура, культурна комунікація, мережеві аудиторії, культурна політика, цифрові медіа, культурні практики, цифрові архіви, онлайн-культурні формати.

***Shchur Natalia**, PhD in Public Administration, Head of the Department of Postgraduate and Doctoral Studies, National Academy of Culture and Arts Management*

The Role of Art Institutions in Shaping the Cultural Agenda under Conditions of Digital Transformations

The purpose of the study is to analyse the role of artistic institutions in shaping the cultural agenda in the context of digital transformations and to identify the mechanisms of their influence on cultural communication and the production of social meanings in the digital environment. **The methodology** is based on an interdisciplinary approach incorporating cultural studies, socio-cultural, and media communication analysis. Systemic, structural-functional, comparative methods, and discourse analysis are applied to examine the transformation of artistic institutions and the formation of the cultural agenda under conditions of digitalisation. The theoretical framework is grounded in the concepts of digital culture, algorithmic mediation, and platform-based infrastructures of culture. **The scientific novelty** lies in the theoretical conceptualisation of the transformation of the cultural agenda under conditions of digital change and in defining artistic institutions as key intermediaries in the interaction between algorithmically driven digital platforms and networked audiences. The study refines the role of digital platforms as infrastructures of cultural mediation that shape mechanisms of visibility, hierarchisation, and circulation of cultural content. **Conclusions.** The cultural agenda in the digital era emerges as a result of the interaction between artistic institutions, digital platforms, and networked audiences, acquiring a multi-layered structure. Digitalisation increases the role of algorithmic mechanisms

© Щур Н. О., 2026. CC BY 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

and the attention economy, transforming traditional models of cultural representation. Artistic institutions evolve by combining heritage preservation with active participation in the production of cultural meanings and public discourse. Digital platforms function as key mechanisms of cultural mediation, while audiences become active participants in cultural communication.

Keywords: cultural agenda, artistic institutions, digital transformations, digital platforms, digital culture, cultural communication, networked audiences, cultural policy, digital media, cultural practices, digital archives, online cultural formats.

Актуальність теми дослідження. Цифровізація сучасного суспільства суттєво трансформує культурний простір, впливаючи на процеси творення, комунікації та інтерпретації мистецтва. У цих умовах мистецькі інституції перестають виконувати виключно функцію збереження та презентації культурних цінностей і дедалі активніше беруть участь у формуванні суспільних смислів, культурних орієнтирів та інформаційного порядку денного. Музеї, галереї, театри, культурні центри, фестивальні й цифрові платформи стають важливими суб'єктами публічної культурної комунікації, визначаючи актуальні теми, візуальні наративи та моделі культурної взаємодії.

Розвиток цифрових технологій і мережевих комунікацій сприяв появі нових форматів мистецької діяльності та трансформував характер взаємодії між культурними інституціями й аудиторією. Онлайн-виставки, віртуальні музеї, цифрові архіви, соціальні мережі та мультимедійні платформи не лише розширили доступ до культурного продукту, а й посилили роль мистецьких інституцій у процесах інтерпретації соціокультурної реальності та формування культурного порядку денного. У цифровому середовищі такі інституції дедалі частіше виступають акторами символічного виробництва, культурного посередництва та суспільного діалогу.

Зазначені трансформації зумовлюють необхідність більш глибокого наукового осмислення ролі мистецьких інституцій у сучасному культурному процесі. За таких обставин особливого значення набуває аналіз механізмів впливу мистецьких інституцій на формування культурних пріоритетів, суспільних дискусій та колективних уявлень. Цифрові платформи змінюють не лише канали поширення мистецтва, а й саму логіку культурної взаємодії, у якій зростає значення швидкості комунікації, візуалізації інформації та активної участі аудиторії у створенні й інтерпретації культурного контенту.

Для України означена проблематика є особливо важливою в контексті сучасних суспільних змін, розвитку цифрової культури та процесів переосмислення національної культурної ідентичності. У сучасних умовах мистецькі інституції дедалі частіше виступають платформами суспільного діалогу, культурної пам'яті та соціальної консолідації, а їхня діяльність у цифровому просторі набуває важливого значення для репрезентації української культури як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Це свідчить про потребу подальшого теоретичного осмислення ролі мистецьких інституцій у формуванні культурного порядку денного в умовах цифрових трансформації.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика цифрової трансформації культури та ролі мистецьких інституцій у формуванні культурного порядку денного перебуває в центрі міждисциплінарних досліджень, що поєднують культурологію, медіадослідження, цифрові студії та політики культури.

У глобальному контексті важливою рамковою публікацією є звіт UNESCO Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good [10], у якому культура розглядається як глобальне суспільне благо в умовах цифровізації. У документі підкреслюється, що цифрові платформи трансформують доступ до культурного контенту, його видимість та економіку розповсюдження, водночас посилюючи нерівності у глобальному культурному обміні та актуалізуючи роль культурних інституцій як посередників між локальними практиками і цифровими інфраструктурами.

У вітчизняному науковому дискурсі В. Волинець [1] аналізує вплив цифрових технологій на сферу культурної спадщини, акцентуючи на трансформації архівних практик і зміні логіки збереження культурної пам'яті. Х. Плецан [4] розглядає діджиталізацію як системний чинник розвитку креативних індустрій в Україні, що змінює інституційні моделі функціонування культури та комунікацію з аудиторіями.

Цифрову трансформацію виставково-експозиційної сфери у своїй роботі досліджують А. Тормахова та О. Алексієнко [5], наголошуючи на зростанні ролі гібридних і дистанційних форматів у сучасному культурному просторі. Окремий напрям

сучасних досліджень присвячений процесам цифровізації суспільства та трансформації медіаспоживання. Зокрема, Ж. Денисюк та О. Яковлев [2] аналізують формування інформаційної культури в умовах цифровізації, тоді як М. Лисинюк та І. Байда [3] акцентують на фрагментації аудиторій та посиленні ролі алгоритмічної персоналізації контенту.

У дослідженнях цифрової культури важливе місце посідають праці Т. Ґіллеспі [8] та А. Гелмонд [9], у яких алгоритмічна логіка та платформізація розглядаються як ключові механізми функціонування й впливу цифрових платформ. У цьому контексті українські дослідники, зокрема М. Цілина [6], акцентують увагу на цифровізації як чиннику інституційного оновлення культурного сектору та трансформації практик культурного управління.

Узагальнення цих підходів дозволяє виокремити три ключові тенденції: цифровізація культури як системна інституційна трансформація; посилення ролі цифрових платформ як медіаторів культурного контенту; та переосмислення аудиторії як активного учасника культурного виробництва.

Таким чином, сучасний науковий дискурс формує уявлення про мистецькі інституції як про активних агентів мережевої екосистеми культурного порядку денного, де взаємодіють інституційні, алгоритмічні та аудиторні практики.

Мета дослідження полягає в аналізі ролі мистецьких інституцій у формуванні культурного порядку денного в умовах цифрових трансформацій та виявленні механізмів їхнього впливу на культурну комунікацію і вироблення суспільних смислів у цифровому середовищі.

Виклад основного матеріалу. У сучасних гуманітарних дослідженнях дедалі частіше використовується поняття культурного порядку денного для позначення процесів відбору, інтерпретації та публічного представлення культурно значущих явищ. У цифрову епоху ці процеси зазнають суттєвих змін, оскільки все меншою мірою залежать лише від державних інституцій або традиційних медіа і все більше формуються у взаємодії мистецьких інституцій, цифрових платформ та мережевих аудиторій. Як зазначають дослідники цифрової культури, цифровізація впливає не тільки на форми створення культурного продукту, а й на способи його поширення та сприйняття у суспільстві [10].

У межах українського наукового дискурсу значна увага приділяється ролі цифрових технологій у сфері культурної спадщини, зокрема процесам оцифрування музейних колекцій, архівних фондів та інших об’єктів культурної пам’яті. Формування цифрових архівів і віртуальних колекцій розглядається як одна з ключових трансформацій сучасної культурної інфраструктури, що забезпечує не лише збереження культурної спадщини, а й нові можливості її доступу, інтерпретації та репрезентації [1]. За таких умов цифрові технології виступають інструментом не тільки фіксації культурних об’єктів, а й їхнього включення у глобальний інформаційний обіг, у межах якого культурна пам’ять набуває мережевого та динамічного характеру.

Унаслідок цього мистецькі інституції — музеї, галереї, театри, арт-центри, фестивальні платформи — дедалі більше функціонують не лише як простори збереження культурної спадщини, а і як активні учасники виробництва культурних смислів. Їхня діяльність дедалі частіше розширюється та інтегрується у цифрове середовище, де формуються нові моделі взаємодії з аудиторією. Як показують дослідження цифрової трансформації культурного сектору, інституції культури виконують роль посередників між художньою практикою та цифровими каналами її поширення [4; 5].

В українських реаліях ці процеси набувають особливої актуальності у зв’язку з трансформаціями культурної політики, розвитком цифрової інфраструктури та необхідністю переосмислення культурної ідентичності. Мистецькі інституції в Україні дедалі частіше виконують функції платформ суспільного діалогу, простору культурної пам’яті та інструменту міжнародної культурної репрезентації. Як показують сучасні дослідження, цифровізація культурної сфери в Україні є одним із ключових чинників модернізації культурно-мистецьких інституцій.

Водночас формування культурного порядку денного в умовах цифрових трансформацій відбувається не лінійно, а в умовах конкуренції між різними акторами — державними інституціями, мистецькими організаціями, медіа та цифровими платформами. Це створює багаторівневу систему культурного управління, у якій мистецькі інституції змушені адаптувати свої комунікаційні стратегії до умов мережевого середовища та нових форматів культурної взаємодії [7, 60–62].

В межах цієї багаторівневої системи особливу роль набувають цифрові платформи як технологічні посередники культурної комунікації. Саме вони забезпечують інфраструктуру видимості та доступності культурного контенту, водночас задаючи алгоритмічні параметри його поширення. Як зазначається у сучасних дослідженнях цифрових медіа, платформи формують нові режими культурної уваги, де пріоритетність контенту залежить не лише від його художньої чи соціальної значущості, а й від алгоритмічних механізмів ранжування та персоналізації [8; 9].

У сучасних умовах цифрової культури особливого значення набувають нові форми культурної комунікації, серед яких TikTok-культура, як середовище швидкого візуального поширення контенту, системи AI-алгоритмів рекомендацій, що визначають логіку видимості культурних продуктів, а також практики цифрової меморіалізації, які набувають особливої актуальності в умовах війни. У цьому контексті актуалізується концепція «культури участі» [11, 3–24], що фіксує зростання ролі аудиторії як співтворця культурного змісту в цифрових мережах. Ці процеси свідчать про подальшу ускладненість механізмів культурної медіації у цифровому середовищі.

У теоретичному вимірі цих змін особливого значення набуває проблема співвідношення автономії мистецтва та платформної логіки його функціонування. У цифровому середовищі мистецтво дедалі рідше існує як повністю автономна сфера, оскільки процеси його виробництва, поширення та сприйняття все більше залежать від алгоритмічних механізмів видимості, логіки економіки уваги та правил функціонування цифрових платформ. Таким чином, художня практика виявляється включеною у систему зовнішніх структурних обмежень, що визначають її публічну присутність і соціальну значущість.

У цьому контексті відбувається формування нового типу культурної влади, який можна означити як алгоритмічну культурну владу. Вона проявляється у здатності цифрових платформ та їхніх алгоритмів впливати на відбір, ієрархізацію та репрезентацію культурного контенту, фактично визначаючи ступінь його видимості в публічному просторі. Поряд із цим формується феномен платформної медіації культури, коли саме інфраструктури цифрових сервісів стають посередниками між культурним виробництвом і аудиторією, задаючи умови доступу до культурних смислів. Це формує нові режими культурної репрезентації, у межах яких видимість культурного контенту визначається алгоритмічними механізмами його поширення та рівнем цифрової взаємодії аудиторії [6, 279–283; 2, 19–21; 3, 15–18].

Прикладом цього може слугувати функціонування платформ соціальних мереж (зокрема Instagram або YouTube), де культурні проєкти мистецьких інституцій отримують різний рівень видимості залежно від алгоритмів рекомендацій**.** Так, навіть високоякісні музейні або виставкові проєкти можуть мати обмежене охоплення аудиторії без активного цифрового просування, тоді як контент із високою взаємодією користувачів автоматично піднімається у стрічках і рекомендаціях. У результаті саме алгоритмічна логіка частково визначає, які культурні продукти стають частиною публічного порядку денного, а які залишаються поза увагою широкої аудиторії.

У ширшому контексті соціальні мережі, стрімінгові сервіси та цифрові архіви функціонують як інфраструктури культурного посередництва, що не лише забезпечують трансляцію мистецького контенту, а й впливають на його інтерпретаційні рамки. Вони виступають новими акторами культурного виробництва, беручи участь у формуванні символічної ієрархії культурних явищ та визначенні того, які з них набувають публічної видимості в цифровому середовищі.

У таких умовах мистецькі інституції змушені адаптувати свої комунікаційні стратегії до логіки платформного середовища. Це проявляється у переході до багатоканальної цифрової комунікації, активному використанні соціальних мереж, розвитку цифрових архівів, онлайн-виставкових форматів та інтерактивних медіапроєктів. Як показують дослідження українських науковців, цифрова трансформація культурних інституцій сприяє формуванню нових моделей взаємодії з аудиторією та модернізації інституційних практик [4].

Зокрема, прикладом такої трансформації є діяльність музейних інституцій у цифровому середовищі (наприклад, Національного художнього музею України), які під час реалізації онлайн-виставкових проєктів поєднують традиційні експозиційні практики з цифровими форматами презентації. Це дозволяє не лише розширити аудиторію, а й змінити характер взаємодії з культурним

контентом — від пасивного перегляду до інтерактивного залучення через коментарі, цифрові тури та мультимедійні матеріали.

Ще одним показовим прикладом є функціонування культурних проєктів у межах стрімінгових платформ, зокрема YouTube, де мистецькі інституції та окремі культурні організації змушені враховувати алгоритмічні механізми видимості. Так, відеоматеріали з виставок, лекцій або перформансів отримують різний рівень охоплення залежно від показників взаємодії аудиторії (перегляди, коментарі, час перегляду), що безпосередньо впливає на їхнє місце у рекомендаційних системах. У результаті навіть змістовно значущі культурні продукти можуть залишатися малопомітними без відповідної цифрової стратегії просування, тоді як контент із високою інтерактивністю швидше потрапляє у публічний інформаційний простір.

Водночас цифровізація змінює не лише механізми видимості культурного контенту, але й саму роль аудиторії у культурній комунікації [2, 19–21; 4, 93–96]. У цифровому середовищі аудиторія перестає бути виключно пасивним реципієнтом культурних продуктів і дедалі більше включається у процеси їхнього відбору, поширення та інтерпретації [3, 15–17]. Це означає перехід від вертикальної моделі культурної комунікації до більш горизонтальної, де значення культурного продукту формується у взаємодії між інституціями, цифровими платформами та мережевими спільнотами [8; 9].

Окремо слід відзначити трансформацію ролі аудиторії, яка у цифровому середовищі набуває ознак співтворця культурного контенту. Практики коментування, поширення, реміксування, створення користувацького контенту та участі у мережевих спільнотах формують нові форми культурної участі, що суттєво змінюють традиційні ієрархії «виробник — споживач». Аудиторія у цьому випадку виступає не лише як реципієнт, а як активний агент культурної комунікації, який впливає на циркуляцію смислів та їхню закріпленість у публічному просторі.

Показовим українським прикладом є діяльність культурних інституцій у соціальних мережах під час повномасштабної війни, зокрема використання Instagram і TikTok Національним художнім музеєм України та окремими регіональними музеями для оперативної комунікації з аудиторією. У цих форматах музейні установи не лише презентують цифрові копії експонатів або архівні матеріали, а й залучають користувачів до інтерпретації культурної спадщини через коментарі, відеореакції та поширення контенту. У результаті культурний продукт набуває багатошарової інтерпретації, де аудиторія фактично стає співучасником формування його значення в умовах кризової комунікації.

Такий досвід демонструє ширшу тенденцію, що фіксується в українському культурологічному дискурсі: цифровізація суттєво змінює характер культурної комунікації, посилюючи інтерактивність та розширюючи форми участі аудиторії у культурних процесах. Як показують дослідження науковців, цифровізація сприяє зростанню інтерактивності культурної комунікації, розширенню форм участі аудиторії та посиленню її ролі у процесах інтерпретації культурних явищ. Це, у свою чергу, актуалізує проблему переосмислення меж між професійним мистецьким виробництвом і аматорськими практиками в умовах мережевого суспільства [5, 70–72].

У результаті культурний порядок денний у цифрову епоху набуває багаторівневого та динамічного характеру, в якому взаємодіють інституційні стратегії, алгоритмічні логіки платформ та мережеві практики аудиторій. Мистецькі інституції в цих умовах виступають не лише виробниками культурного контенту, а й медіаторами між різними рівнями культурної комунікації.

Наукова новизна дослідження полягає у теоретичному осмисленні трансформації культурного порядку денного в умовах цифрових змін та визначенні мистецьких інституцій як ключових посередників у взаємодії між алгоритмічно керованими цифровими платформами та мережевими аудиторіями. Уточнено роль цифрових платформ як інфраструктур культурної медіації, що впливають на механізми видимості, ієрархізації та циркуляції культурного контенту.

Висновки. У результаті проведеного аналізу встановлено, що культурний порядок денний у цифрову епоху набуває багаторівневої конфігурації, яка формується у взаємодії мистецьких інституцій, цифрових платформ та мережевих аудиторій. Його трансформація пов’язана зі зменшенням домінування традиційних інституційних механізмів культурної репрезентації та посиленням впливу алгоритмічно опосередкованих цифрових процесів і

механізмів розподілу уваги в цифровому середовищі.

Мистецькі інституції в умовах цифрових трансформацій змінюють характер своєї функціональної діяльності. Поряд із збереженням та репрезентацією культурної спадщини вони дедалі активніше залучаються до процесів виробництва культурних смислів і формування публічного культурного дискурсу. Їхня діяльність інтегрується у цифрові комунікаційні середовища, що зумовлює появу нових форматів взаємодії з аудиторією та трансформацію інституційних практик.

Цифрові платформи виступають ключовими інфраструктурами культурної медіації, що забезпечують розподіл видимості, доступності та ієрархізації культурного контенту. Завдяки алгоритмічним механізмам ранжування та персоналізації формуються специфічні режими культурної уваги, у межах яких значущість культурних явищ визначається не лише їх змістовними характеристиками, але й ступенем цифрової взаємодії та залученості аудиторії.

Зазначені процеси супроводжуються трансформацією ролі аудиторії, яка дедалі частіше поєднує функції реципієнта та активного учасника культурної комунікації. Практики коментування, поширення та інтерпретації культурного контенту сприяють утвердженню більш горизонтальних моделей взаємодії у сфері культури, де аудиторія набуває впливу на циркуляцію та конструювання культурних смислів.

Отже, культурний порядок денний у цифрову епоху формується як результат взаємодії інституційних стратегій, алгоритмічних механізмів цифрових платформ та мережевих практик аудиторій. У цих умовах мистецькі інституції виступають медіаторами культурної комунікації, функціонування яких виходить за межі виключно репрезентативних функцій.

Література

1. Волинець В. Цифрові технології у сфері культури: теоретизація проблеми цифрових даних і культурної спадщини. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2021. 4(2). С. 195–205. DOI: https://doi.org/10.31866/2617-796X.4.2.2021.247481
2. Денисюк Ж.З., Яковлев О.В. Формування інформаційної культури суспільства в умовах цифровізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2021. № 2. С. 18-22.
3. Лисинюк М.В., Байда І. В. Трансформація культури медіаспоживання в умовах цифровізації суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв :* наук. журнал. 2024. № 2. С. 14–19. DOI: 10.32461/2226-3209.2.2024.308260
4. Плецан Х.В. Теоретико-методологічні засади діджиталізації культурного простору у процесі розвитку креативних індустрій в Україні. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2021. (22). С. 85–102. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897
5. Тормахова А., Алексієнко О. «Цифрова трансформація сучасних українських виставково-експозиційних практик». *Українські культурологічні студії* . 2025. 1 (16). С. 67-73. DOI: https://doi.org/10.17721/UCS.2025.1(16).10.
6. Цілина М. Цифровізація у сфері культури України: сучасні стратегії та практики. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2025. 8 (2). С. 277–288. DOI: https://doi.org/10.31866/2617-796X.8.2.2025.347863
7. Щур Н.О. Публічна політика у сфері мистецтва: соціокультурні засади та виклики сучасності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. 2025. № 3. С. 59–64. DOI 10.32461/2226-3209.3.2025.344216
8. Gillespie T. The relevance of algorithms. *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. MIT Press. 2014. DOI: https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009
9. Helmond A. The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*. 2015. DOI: https://doi.org/10.1177/2056305115603080
10. Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. Paris: UNESCO. URL: https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en (дата звернення: травень 2026)
11. Jenkins H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New MediaCollide. *New York: New York University Press*. 2006. 336 pp. URL: https://www.researchgate.net/publication/249737684_Jenkins_H_2006_Convergence_Culture_Where_Old_and_New_Media_Collide_New_York_New_York_University_Press_336_pp_2995_hardbound (дата звернення: травень 2026).

References

1. Volynets, V. (2021). Digital technologies in the field of culture: Theorisation of the problem of digital data and cultural heritage. *Digital Platform: Information Technologies in Sociocultural Sphere*, 4(2), 195–205. https://doi.org/10.31866/2617-796X.4.2.2021.247481 [in Ukrainian].
2. Denysiuk, Zh., & Yakovlev, O. (2021). Formation of the information culture of society under conditions of digitalisation. *Herald of the National Academy of Culture and Arts Management,* 2, 18–22 [in Ukrainian].
3. Lysyniuk, M., & Baida, I. (2024). Transformation of media consumption culture under

conditions of society digitalisation. *Herald of the National Academy of Culture and Arts Management,* 2, 14–19. https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308260 [in Ukrainian].

4. Pletsan, Kh. (2021). Theoretical and methodological foundations of digitalisation of cultural space in the process of creative industries development in Ukraine. *Culture and Arts in the Modern World*, 22, 85–102. https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897 [in Ukrainian].

5. Tormakhova, A., & Aleksiienko, O. (2025). Digital transformation of contemporary Ukrainian exhibition and exposition practices. *Ukrainian Cultural Studies,* 1(16), 67–73. https://doi.org/10.17721/UCS.2025.1(16).10 [in Ukrainian].

6. Tsilyna, M. (2025). Digitalisation in the cultural sphere of Ukraine: Modern strategies and practices. *Digital Platform: Information Technologies in Sociocultural Sphere*, 8(2), 277–288. https://doi.org/10.31866/2617-796X.8.2.2025.347863 [in Ukrainian].

7. Shchur, N. (2025). Public policy in the field of art: Socio-cultural foundations and contemporary challenges. *Herald of the National Academy of Culture and Arts Management,* 3, 59–64. https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2025.344216 [in Ukrainian].

8. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. *In Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009 [in English].

9. Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*. https://doi.org/10.1177/2056305115603080 [in English].

10. UNESCO (2022). *Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. UNESCO. UNESCO Report [in English].

11. Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New MediaCollide. New York University Press. https://www.researchgate.net/publication/249737684_Jenkins_H_2006_Convergence_Culture_Where_Old_and_New_Media_Collide_New_York_New_York_University_Press_336_pp_2995_hardbound [in English].

Стаття надійшла до редакції 06.03.2026
Отримано після доопрацювання 08.04.2026
Прийнято до друку 17.04.2026
Опубліковано 26.05.2026