

УДК 008 +[316.7:316.35:101.1]

DOI 10.32461/2226-3209.1.2025.327863

Цитування:

Янковський С. В. Суспільний ідеал людини в контексті сучасних культурних стратегій і практик. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2025. № 1. С. 32–39.

Янковський Степан Владиславович,

доктор філософських наук,

доцент кафедри культурології

Маріупольського державного університету

<http://orcid.org/0000-0002-4028-6037>

s.jankowski@mu.edu.ua

Yankovskyi S. (2025). The Public Ideal of Humanity in The Context of Contemporary Cultural Strategies and Practices. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 32–39 [in Ukrainian].

СУСПІЛЬНИЙ ІДЕАЛ ЛЮДИНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНИХ СТРАТЕГІЙ І ПРАКТИК

Мета роботи – дослідити актуальні культурні стратегії та практики як чинники формування суспільного ідеалу людини в контексті «людиновимірності» соціокультурного простору, спільного ціннісно-смыслового поля та атмосфери порозуміння. **Методологія дослідження** ґрунтується на застосуванні міждисциплінарного та системного підходів, а також сукупності методів: аналітичного, синтетичного, культурологічного, що дає комплексний погляд на означену проблематику та можливість сформулювати обґрунтовані висновки. **Наукова новизна** дослідження полягає в систематизації розгляду культурних стратегій та практик як важливих факторів формування суспільних моделей буття та суспільних ідеалів людини в соціокультурному просторі. **Висновки.** Встановлено, що в точках перетину інформаційного та соціально-культурного середовищ, актуалізованих культурною взаємодією, виникають нові культурні феномени. У цьому контексті одним з таких феноменів є сучасна міжнародна комунікація, що опосередковується культурними стратегіями та практиками і являє собою процес становлення національної культури країни в міжнародному соціокультурному просторі шляхом міжкультурної взаємодії інституцій, організацій, спільнот та персоналій, а також обміну культурними продуктами з унікальними смислами й конотаціями окремої національної культури. Сучасні культурні стратегії та практики сприяють подоланню суперечностей між країнами та їх виходу за межі суто географічних рамок існування, зниженню екзистенційних ризиків, формуванню прийнятного спільного ціннісно-смыслового поля та атмосфери порозуміння в системі міжкультурної комунікації країн різного культурного досвіду, утворенню нових форм втілення та реалізації культурного потенціалу країн, є результатом взаємодії творчих особистостей, мистецьких спільнот, культурних інституцій, який ґрунтується на принципах спільного добробуту, універсальних суспільних ідеалах і цінностях та їх поширенні серед загалу. Внаслідок чого, не лише формуються нові типи міжкультурних інтеракцій, а й зберігається національна культурна ідентичність, що забезпечує сталість та узвичаєність повсякденності, залишаючи їй право бути одним з фундаментальних компонентів цілісності суспільного життя. Сучасні культурні стратегії та практики активно впливають на внутрішнє та міжнародне соціокультурне середовище, аксіосферу міжкультурної комунікації, визначають формати взаємодії з аудиторією в процесі трансляції та обміну ідеями, сенсами та ціннісними орієнтирами, даючи змогу людям задовольняти потреби в інформації, комунікації і творчій дії. Отже, сучасні культурні стратегії та практики є факторами культуротворення актуального соціокультурного простору, опосередкованого в глобалізованому культурному діджитал-середовищі.

Ключові слова: суспільний ідеал людини, ціннісні орієнтири, культурні стратегії, репродуктивні практики, творча особистість, добробут, ідеал співіснування, аксіосфера міжкультурної комунікації.

Yankovskyi Stepan, Doctor of Philosophy, Associate Professor of the Department of Cultural Studies Mariupol State University

The Public Ideal of Humanity in The Context of Contemporary Cultural Strategies and Practices

The purpose of the study is to analyse current cultural strategies and practices as factors in the formation of the public ideal of a human being in the context of the ‘human dimensions’ of the socio-cultural space, the common value and meaning field and the atmosphere of understanding. **The research methodology** is based on the application of interdisciplinary and systemic approaches, as well as a set of methods: analytical, synthetic, cultural, which provides a comprehensive view of the problem and the ability to formulate reasonable conclusions. **The scientific novelty** of the study lies in the systematic consideration of cultural strategies and practices as important factors in the formation of social models of life and public ideals of a person in the socio-cultural space. **Conclusions.** The study has established that new

cultural phenomena emerge at the intersection of the information and socio-cultural environments, actualized by cultural interaction. In this context, one of such phenomena is modern international communication, which is mediated by cultural strategies and practices and is the process of formation of a country's national culture in the international socio-cultural space through intercultural interaction of institutions, organization, communities and individuals, as well as the exchange of cultural products with unique meanings and connotations of a particular national culture. Contemporary cultural strategies and practices help to overcome contradictions between countries and move them beyond the purely geographical limits of existence, reduce existential risks, create an acceptable common value and meaning field and an atmosphere of understanding in the system of intercultural communication between countries of different cultural backgrounds, create new forms of embodiment and realization of the cultural potential of countries, and are the result of interaction between creative individuals, artistic communities, cultural institutions based on the principles of common welfare, unity, and common good. As a result, not only are new types of intercultural interactions formed, but the national cultural identity is preserved, which ensures the sustainability and conventionality of everyday life, leaving it the right to be one of the fundamental components of the integrity of social life. Contemporary cultural strategies and practices actively influence the domestic and international socio-cultural environment, the axiosphere of intercultural communication, determine the formats of interaction with the audience in the process of broadcasting and exchanging ideas, meanings and values, enabling people to meet their needs for information, communication and creative action. Thus, modern cultural strategies and practices are factors of cultural formation of the current socio-cultural space mediated in the globalized cultural digital environment.

Keywords: public human ideal, value orientations, cultural strategies, reproductive practices, creative personality, well-being, ideal of coexistence, axiosphere of intercultural communication.

Актуальність теми дослідження. Одна з питомих задач гуманітарного пізнання станом на початок XXI століття є осмислення та створення актуальних культурних стратегій та практик, які відповідають соціокультурним запитам суспільств. Саме осмислення особливостей проєктивних соціокультурних активностей дає розуміння транзакції між процесом трансформації соціокультурного простору та збереженням людського виміру в ньому. Соціокультурні практики постають як спосіб взаємодії творчої особистості та навколишнім середовищем, так і результатом її конкретної діяльності. Культурні практики можна розглядати як вид соціальних практик, пов'язаних з отриманням, передачею та творчим відтворенням культурної інформації в процесі комунікації. Культурна комунікація є не тільки процесом передачі інформації від одного соціального суб'єкта до іншого, а й процесом інтерпретації сенсів та конструювання нових ціннісно-символьних кодів, а також механізмом створення нових норм і правил міжкультурної взаємодії. Отже, основним результатом міжкультурної комунікації є аксіологічні орієнтації її суб'єктів, що глибоко пов'язані з людським буттям і свідомістю та входять в парадигмальні виміри культури людини, визначаючи сенси її практичної діяльності. Культурні практики лежать також в основі системи культурної стратегічної комунікації як інструменту розбудови комунікаційної платформи культуротворення та інноваційності, генерації культурних продуктів в парадигмі соціальної символічної інтеракції та поширення їх в соціокультурному середовищі, зокрема для синергії спільних дій, які сприяють

покращенню іміджу країни та визначають її культурну суб'єктність в світовій ієрархії країн.

Аналіз досліджень і публікацій. На підставі теоретико-методологічних досліджень класичних та сучасних зарубіжних та українських авторів загальних характеристик феномену культури (З. Бауман, Ж. Бодріяр, Г. Дебор, М. Маклюен, А. Моль, Х. Ортега-Гассет, Е. Тоффлер, Е. Фромм, Т. Хофстеде та ін.), актуальних креативних індустрій, ролі та особливостей трансформації соціокультурних процесів (Д. Белл, Дж. Гелбрейт, О. Копієвська, П. Герчанівська, І. Доннікова, С. Садовенко), ціннісно-комунікаційної дії (Н. Луман, Ю. Габермас, Л. Аза, О. Вишняк, Є. Головаха, Н. Костенко, М. Наумова, А. Ручка, Л. Скокова, В. Степаненко, Б. Слющинський, М. Шульга, В. Щербина), феномену віртуальності (Ф. Джеймсон, Ж.-Ф. Ліотар, П. Вірільйо, Ж. Дельоз, С. Жижек, М. Хейм, Ж. Денисюк, І. Сальник), медійності (В. Бен'ямін, М. Кастельс, Н. Луман, О. Бугайова, А. Гольцов, В. Жугай, В. Кавун, В. Савчук) створюються основи культурологічного парадигмального аналізу «життєсвіту» людей та забезпечується продуктивний процес осмислення новітніх культурних тенденцій в гуманітарному дискурсі початку XXI століття. Отже, еволюція конотацій понять в контексті наукового дискурсу щодо соціокультурних трансформацій вказує на фіксацію мислителями та дослідниками сутнісних змін в різних аспектах культури суспільства.

Мета роботи – проаналізувати актуальні культурні стратегії та практики як чинники формування суспільного ідеалу людини в контексті «людиновимірності» культури,

спільності ціннісно-смислового поля та атмосфери порозуміння в соціокультурному просторі.

Виклад основного матеріалу. Еволюція дефініцій категорії «культура» співвідноситься з трактовками сутнісного розуміння людини: античний погляд на культуру як технологічне створення людського буття (τέχνη (tékhne) – ремесло та вивчення майстерності), плекання моральності та сили розуму людини; культове ототожнення культури з людською душею та вірою християнськими теологами; абсолютизація позитивної сутності людини та логічно-позитивне розуміння культури, осмислення людського розуму як інструменту досконалості і виведенням на авансцену культури свободи, творчості, моральності в Новий час, і далі, в новітній час, поступова відмова від сутності людини на користь її існування з маніфестацією «смерті людини» як суб'єкта і «перевідкриттям» творчого осердя культури в людській суб'єктності, висвітлення людиновимірності та символізму «життєвого світу», смислоутворюючої діяльності людини культурної. Якщо вважати Постмодернізм окремим етапом досліджень культури, перед людиною знову постало питання щодо її онтологічного «нуля» та (не)суб'єктності людини. Слушним є резюме українського філософа-антрополога В. Табачковського щодо всіх можливих конотацій «полісутності» людини та її «неевклідової» культури: «Будь-яка одинична екзистенціалія має здатність «усутнюватися», відтак наріжним для питання про людську сутність є не те, яка екзистенціалія усутнюється сьогодні, чи може бути усунена згодом, а як вона, ця нова екзистенціал-есенціалія співвідноситься з уже наявними» [12, 358].

Отже, культура «наслідує» амбівалентну людську сутність і репрезентує «людське» повною мірою за фактом визнання цього «все» феноменами людської культури. З іншого погляду, культура як складний процес осмислення, рефлексії, творчого пізнання, комунікації є запобіжником саморозпаду людського буття, алгоритмом оновлення, оскільки постає з потреби розкриття онтологічної таїни з прагнення людини самореалізації в конкуренції. Людина отримує нею ж створене ціннісне поле культури, в якому вона конструює, обумовлює та стандартизує своє буття в спільноті. Виникає повсякденність буття, яка «здатна переродитись в безглуздість» [5], проте є необхідним станом людини, коли «мовою повсякдення» інтерпретується людський досвід та фіксуються стійкі значення

життєвого світу в смислах, символах, творах мистецтва перетворюються природні речі на культурні об'єкти. В процес культуротворення буття людиною наперед закладені періоди переоцінки ситуації, що призводить до нестабільності, порушення рівноваги, і в цій граничній ситуації культура виконує захисну функцію, продовжуючи бути «людиновимірним» простором, але «перемикається на турботу» про уособлені в людині смисли та ідеали, створює для людини *потенціальну* можливість відбутись в сутнісному «переродженні» – пройти оновлення чи деструкцію. В будь-якому разі, відбувається чергове становлення культури людини. Отже, «людиновимірність» культурного простору створює потенціал для амбівалентного розвитку, але амбівалентною є суть тільки людини, перетворювальна діяльність якої наперед закладає ситуації виходу «на межу або за межі», момент творчоруйнівної самореалізації себе. Таким чином, екзистенція людини в станах повсякденності (сталості) та граничності (нестабільності) означає різну репрезентацію культури: як смислову оформленість та впорядкованість людського буття, в першому випадку, і втрату ціннісно-смиислової однозначності буття, розрив зв'язку людини та культури, в другому. «Плинна сучасність» (в термінології З. Баумана), на перший погляд, контролює бажання людини, контролюючи її практики та нав'язуючи їй санкціоновані бажання. Однак саме плинність контексту та феноменів соціокультурного простору створює для людини ситуацію вибору в системі координат «інформація», «щастя», «творча особистість».

Людство ХХІ століття свою картину світу як багатогранне уявлення про дійсність засновує на інформації (від лат. *informātiō* – роз'яснення, уявлення, поняття про щонебудь), створює її за даними інформаційних джерел, коли не інформація є відповіддю на питання людини, а людина є відповіддю на інформацію, оскільки інформаційні повідомлення створюються не для пізнання, а для інших мотивацій (наприклад, отримання переваг, промоуції). Історії передаються одними людьми іншим, отже залежать від того, хто розповідає. Люди, «бомбардовані» інформаційними повідомленнями, обмежуються в можливості «дивитись вгору» і вибудовувати власну історію. Власне динамічний культурний простір людини перетворюється на відчужено статичний інформаційний простір людини. Проте, простір є людським за причини амбівалентності людської сутності.

Буття людини в культурному просторі фрагментів та розривів між ними потребує експертної думки інтелектуалів, здатних на володіння технологією творення послідовності шляхів пізнання істини, на бачення шляхів наближення до неї через багато точок входження, на прагнення творчого пізнання множинності істини. Множинність істини може бути представлена як система модуляцій її складових, які змінюють тональність, демонструючи відтінки істини. Цей процес – безперервний, творчий, але чітко структурований (темперований, як в 24 прелюдях та 24 фугах Й.-С. Баха). Перехід від одного фрагменту картини світу (однієї тональності) до наступного стає можливим, оскільки всі фрагменти мають схожу структуру, хоча різних «персонажів» (тоніка, домінанта, субдомінанта в кожній тональності). Цей момент переходу від однієї тональності загальної картини світу до іншої і є осердям процесу творення – процесу людського прагнення пізнати істину загальної картини світу, процесу унікального, особистісно-індивідуального, і процесу колективного, оскільки людина, зокрема, створена своїм прагненням соціуму та комунікації і є усвідомленим конструктом «Я – Інший». Якщо перехід відбувається за законами гармонії Всесвіту, відкритим нам Й.-С. Бахом та Г. Ляйбніцом, людина постає творчою, оскільки сприймає та «переживає» цей перехід в місці фокусу Краси, Істини та Добра – найвищих ідеалів, а значить і вибудовує власну ціннісну картину світу за цими ж ідеальними канонами, встановлює комунікацію з іншими людьми, творить суспільний ідеал простору, відкриває призабуту таїну Гармонії.

Продовжуючи послуговуватись музикознавчою термінологією, визначимо однією з домінант культурного коду суспільного ідеалу людини переживання нею стану щастя як самовідчуття себе творчою особистістю. З початком XXI століття в зарубіжній науковій літературі теми щастя людини стали «гарячою» проблематикою. Дослідженнями стратегій досягнення, факторів та чинників впливу, зв'язок між щастям та можливостями людини, «генетики» щастя, щастя окремої людини та цілого суспільства в різний час займались Т. Айраксинен, М. Аграйл, П. Брюкнер, Р. Веенховен, Д. Гілберт, Е. Десі, І. Джидар'ян, Е. Дінер, Л. Кінг, С. Любомирська, Р. Лейард, М. Селігман, М. Чиксентмігаї, К. Шелдон тощо. Зокрема, М. Аграйл, І. Бонівелл, Е. Діннер досліджували проблематику щастя як

мети і вищого блага. За даними Київського міжнародного інституту соціології, станом на грудень 2021 року щасливими або скоріше щасливими себе відчували 71% жителів України, 13% почувалися частково щасливими, частково ні, і 15% скоріше або зовсім не вважали себе щасливими. В травні 2023, попри понад рік повномасштабної війни, показники лишаються практично такими ж самими. Зараз 70% українців вважають себе щасливими, і не вважають себе такими 16% [7].

Українські дослідники В. Сіверс та О. Бугайова вказують на три основні етапи акту творчості: втілення ціннісної енергії індивідуальної таємниці в творчий процес, інтенції надії та бажання здійснитись та взаємодія з іншими творчими особистостями [8]. Отже, творчість як стан – це є триваюча, здійснювана діалектична суперечність, яка не переривається впливом зовнішніх чинників. Проте, сучасне соціокультурне середовище в агресивній формі продовжує нав'язувати та кодифікувати контекст стану щастя людини. Постійна провокація відчуття соціального задоволення відволікає людей від осмислення тендітності істинного благополуччя, але саме такого благополуччя, що завжди дозволяє людині зберігати свою унікальність, культурну ідентичність, творчо проєктувати власний щасливий світ в суголосності з вищими ідеалами Краси, Добра та Істини і в дотриманні умови «нерівної рівності» людської натури як ідеалу співіснування.

В арсеналі культурних досягнень людства є приклади застосування певних соціокультурних практик, що призводило до створення системи суспільного добробуту і розвитку потенціалу людини. Такою, до прикладу, є «системна перспектива», більдунг (з нім. – Bildung, 'bildʊŋ – освіта, формування образу, традиція самокультивування, процес особистісного та культурного дозрівання) – виразне соціокультурне полотно, створене в нордичних країнах за більш ніж 200 років (Данія, Фінляндія, Ісландія, Норвегія та Швеція, починаючи з 1800 рр.). Як зазначається авторами дослідження «Більдунг. Нордичний секрет краси і свободи», в основі концепції – процес розвитку Его: для розвитку ідентичності, національної вірності та згуртованості, відповідального ставлення до себе та суспільства, а також морального, емоційного та інтелектуального зростання людині необхідне становлення її багатого та складного внутрішнього світу. Вагомий чинник успішного здійснення концепції більдунг – інтелектуали «верхівки нордичних суспільств»,

натхненні філософами Великої Британії, Німеччини, США, Франції та Швейцарії XVIII – початку XIX століть, які прагнули розвивати в загалу почуття відповідальності та гурту, але не диктували людям, що ті мали думати та як діяти, «щоб населення могло стати «автором» власного життя і брало участь у створенні нового суспільства» [1, 9]. Отже, виникло розуміння того, що люди повинні інтерналізувати норми суспільства, вміти брати на себе індивідуальну моральну відповідальність, приймаючи норми, цінності, погляди, які зовні нав'язуються батьками, вихователями, суспільною групою.

Ще один приклад – філософська концепція щастя як повноцінного стилю життя через віднайдження справжньої рівноваги шведським суспільством. П. Екстрьом у роботі «Книга Лагом. Шведські секрети щасливого життя» описує основоположну силу лагому як фундаменту для досягнення оптимального способу життя, за яким людина дає стільки, скільки отримує, не порушуючи рівновагу між індивідуальністю та групою динамікою. Цей спосіб життя глибоко вкорінений у свідомість шведів, зауважує авторка, зокрема в старих шведських прислів'ях-настанових («Давай стільки, скільки отримуєш, відповідай згідно із запитом», «Там, де помірність, там і чеснота»), став кодексом поведінки людей в усіх аспектах життя і який можна описати одним словом – «належність» в суспільному житті, дозволі, бізнесі, фінансах, екологічному світогляді, культурі емоційності, «Не щось середнє. Не щось посереднє. Не недбало. Саме в міру... Не просто жити збалансованим життям, а знайти для себе ідеальну рівновагу» [6, 7].

М. Вікінг, науковець з Інституту дослідження щастя (Данія), знайомить нас з данською культурною практикою хюге (hygge – з норвезьк. «добробут») як атмосферою життя та досвідом данського суспільства: відчуття дому та безпеки від перебування з людьми, які та яких люблять. Автор наголошує, що мешканці країни загалом підтримують таку орієнтовану на добробут життєву модель, оскільки свідомі того, що колективний достаток спільнот перетворюється на загальнодержавне благо. «Ключ до розуміння високого рівня добробуту в Данії, – пише М. Вікінг, – полягає в тому, що така модель спроможна знизити ризики, невпевненість і тривожність серед населення та, як наслідок, запобігти загальному нещастю» [2, 9]. На нашу думку, є досить знаковим, що основним з рецептів та першою асоціацією данців з хюге автор визначає «світло» (85% опитаних), «живі

світла» (levende lys, свічки) і наводить спеціальний данський термін lyseslukker («той, хто гасить свічки»), тому ми розуміємо, немає швидшого способу створити або зруйнувати атмосферу хюге. Хоча хюге являє собою нематеріальне, абстрактне поняття, М. Вікінг виводить п'ять його вимірів: «...ми можемо його визначити всім своїм чуттям. Хюге має смак, звук, запах, текстуру...і...ви таки навчитеся бачити його в усьому довкола» [2, 259].

Отже, яку модель добробуту та щасливого буття може запропонувати українська культурна традиція? На наш погляд, в основу власне української моделі доцільно застосувати філософію «сродної праці» Г. Сковороди: людині необхідно робити в житті те, що приносить їй радість, щастя та задоволення. Шлях до щастя людини пролягає в просторі поєднання зовнішньої та внутрішньої натури (потенціалів ціннісної енергії внутрішнього та зовнішнього світ(л)опереживання), пізнання себе, своєї природи, буття в спорідненості зі своїм ділом, перебування в злагоді і з ним, і з загальною потребою (Г. Сковорода, «Розмова, звана Алфавіт, чи Буквар миру», 1774 рік). Людина – більше, ніж сума її знань про себе, ніж соціокультурна структура, яку вона творить і в яку включає себе. Суспільний ідеал людини та мета її взаємодії з іншими спирається на духовні й моральні засади, внутрішні переконання, вчить Г. Сковорода, на здатність людини скеровувати тілесні пристрасті, які суперечать «божественному людському» в людині. Пошуки Г. Сковороди справжньої, істинної людини заглиблює нас далі, з рівня внутрішнього (аналітичних та творчих здібностей, аналітичних та логічних міркувань) на рівень центрального суб'єкта свідомого духовного творення життя – у світ «внутрішньої людини», її Серце. «Зовнішня людина», вчить Г. Сковорода, любить Серце іншої «зовнішньої людини», хоча вони відрізняються. Джерелом нещастя людини, попереджає філософ, є «безсовітє: оно-то нас пліняє, представляє горькое сладким, а сладкое горьким», але цього не стається, якщо людина пізнала «внутрішню людину» в собі і «розуміє сердечні поради», сама з собою «совітується» в ціннісних координатах ідеалів Добра, Щастя та Істини [9].

Тож сучасні практики соціокультурної взаємодії, орієнтовані на здійснення щасливих проєктів життів особистостей, так чи інакше підводять до висновку в межах теорії «сродностей» надзвичайного українського

любомудра та поета-філософа Г. Сковороди: необхідність вільної творчої самореалізації самобутньої особистості, яка пізнала «внутрішню людину», «внутрішнє світло світу», оскільки самобутність особистості людини має не тільки «божественне» походження, але є корисною людству, бо її самореалізація множить досягнення колективної самобутньої «сродної» праці.

Культурологічний підхід до виявлення причин «стану речей» в сучасному соціокультурному просторі дозволяє відступити від пошуків відповідей на питання «чому такий стан речей існує» і зосередитись на проблематиці «чому людина сприймає даний стан саме так», оскільки сама культура є позначенням існуючого стану речей. Головна задача культурологічних студій полягає в тому, щоби здійснити опис культури людини «з позиції визнання рівнозначності розмаїтості культурних практик, способів світовідтворення інтелектуального, релігійного, і життєвого досвіду» [11, 100]. У цій конотації культурні стратегії виступають інструментами формування процесу дійсності в свідомості людини, встановлення її зв'язку з навколишнім середовищем і визначення людиною свого місця та сенсу існування в ньому, створення ціннісного контенту суспільного ідеалу людини в різних культурних формах світосприйняття свідомістю людини та аспектах конструювання дійсності. Основними «стейкхолдерами» культурних стратегій та практик є всі компоненти соціокультурного простору, що мають вплив чи інтерес у їхній реалізації та підтримці (державні органи, громади, культурні організації та інституції, освітні установи, дослідники та діячі культури, міжнародні організації, інституції та фонди, мас-медіа).

Проблематика культурних стратегій країни є доволі популярною темою для сучасних панельних дискусій, але слід зауважити, що іноді в цьому контексті поняття «культурна дипломатія», «публічна дипломатія», «soft power», «імідж країни», «бренд країни», «репутація країни», «стратегічні комунікації» змішуються. Ці поняття стосуються однієї галузі знань і мають окрему наукову методологію, але для того, щоб мати правильні очікування від кожної з стратегій, слід розмежовувати їх сутнісні значення.

Так, за класичним визначенням, публічна дипломатія – це діяльність однієї країни по відношенню до громадян інших країн у вигляді прямої комунікації з ними, розповсюдження

інформації про країну, де культурна дипломатія є частиною публічної дипломатії.

Поняття soft power сформульовано і введено до наукового обігу на позначення сфери діяльності країн, яка не стосується здійснення «жорсткого» впливу, використання не примусу, а стилю приваблювання до взаємодії через використання можливостей бізнесу та торгівлі, врядування, міжнародних відносин, культури та спадщини, медіакомунікації, науки та освіти, людських цінностей. Але за методологією «soft power» не оцінюється вплив культури з точки зору позитивної або негативної (Global Soft Power Index). В наслідок чого, наприклад, станом на березень 2022 року, рф ввійшла в Топ-10 націй м'якої сили світу, перемістившись з 13-го на 9-те місце, а Україна в 2023 році ввійшла в Топ-20, піднявшись з 61-го на 37-е місце за рахунок впізнаваності та впливовості. Таким чином, впізнаваність, створена країною шляхом «м'якого впливу», в будь-якому разі працює на підвищення її міжнародного статусу, проте питання моральної ціни, як в наведеному порівнянні, лишається поза увагою.

Поняття «імідж», «бренд» та «репутація» країни екстрапольовані в поле дипломатії зі сфери маркетингу комерційних та некомерційних організацій і є пов'язаними між собою. Репутація країни в значній мірі залежить від безпосереднього досвіду взаємодії. Репутація країни «живе довше», ніж її імідж, оскільки це рівень усвідомлення та ставлення людей, а не лише їх уявлень. Але на імідж країни складно впливати, оскільки існує різний досвід, знань та історії взаємовідносин країни (напр., Україна в оптиці бачення її жителями Японії, Туреччини, Канади або Польщі). Бренд країни формується і транслюється через комунікаційні інструменти та засоби, зокрема шляхом культурної дипломатії. Наприклад, бренд-кампанія «Britain is Great» як частина публічної дипломатії Великої Британії, була запущена в 2012 році, напередодні Олімпійських Ігор в Лондоні. Кампанія позиціонувалась на брендуванні Великої Британії для різних іноземних аудиторій та фокусів соціокультурних просторів: інвестицій, туризму, освіти, кіноіндустрії тощо. Станом на 2025 рік відбувається дослідження ефективності інвестиційних витрат бренд-кампанії за певною методологією, наприклад, за кількістю іноземних студентів, що навчаються в країні, кількістю відвідування туристичних DESTINACIЙ. Прикладом використання «вікна можливості» є успішна

реалізація міжнародної польської культурної програми «I, Culture» під час головування Польщі в Раді Європи у 2011 році (Інститут Адама Міцкевича, Департамент публічної та культурної дипломатії МЗС та Департамент міжнародного співробітництва Міністерства культури Польщі). Поза тим, пріоритетом Департаменту публічної і культурної дипломатії при МЗС Польщі стала внутрішня культурна дипломатія (domestic public diplomacy) – робота з суб'єктами громадянського суспільства і регіональними центрами культури.

Україна має власний досвід брендування країни: у 2014 році була запущена айдентика «Ukraine Now», за візуальною стилістикою якої стояли певні наративи та ідеї, які використовувались в туристичних, культурних, спортивних подіях, на зовнішніх рекламних носіях. Проте потенціал бренд-кампанії лишився не розкритий, і цей проєкт не став наскрізною айдентикою для всієї України. Отже, тут логічно згадати про поняття «стратегічні комунікації» країни. Стратегічні комунікації – фундамент для всієї системи комунікації країни з громадянами, країни з іноземцями, громадянами з іноземцями в координованому полі. Україна знаходиться на шляху створення широкої системи стратегічних комунікацій, коли відбувається визначення стратегічних орієнтирів культурної політики як ціннісного фундаменту культури в умовах кризи ідентичності, що детермінована соціокультурною ентропією, міжнародною міграцією, гібридною війною, коли «сучасне українське суспільство опинилося на порозі формування нового культурного коду нації та нової української ідентичності» [3, 7]. Проте неспростовним є факт, що не існує в світі країни, яка має ідеально вибудовану систему стратегічних комунікацій. Отже, для України є важливою, особливо в умовах війни, культурна стратегічна комунікація. Головними напрямками підтримки культури, стратегічних комунікацій як основ національної ідентичності та процесу модернізації соціокультурного простору України на 2025 рік визначені наступні: суспільне мовлення, Український культурний фонд (УКФ) та культурні креативні індустрії, Український інститут книги та книговидавництво, інформаційна безпека та євроінтеграційні процеси, збереження нерухомої культурної спадщини, охорона та підтримка музеїв та заповідників. Як наголошують сучасні українські дослідниці феноменів культури П. Герчанівська та Ж. Денисюк, створення

стійкої культурної політики та конкурентної на національному та міжнародному рівнях культурної індустрії в Україні вимагають орієнтації на інноваційний розвиток, застосування діджитал- та новітніх управлінських технологій [3; 4].

Культурна дипломатія як стратегія дотична до понять «імідж», «репутація», «бренд» та «стратегічні комунікації». За Стратегією Українського інституту, поняття культурної дипломатії експлікується як обмін ідеями, інформацією, знаннями, культурними продуктами та творами мистецтва заради побудови порозуміння з іншими країнами на перетині багатьох дисциплін та інтересів: інституцій у сфері культури, освіти і науки, організацій громадянського суспільства, закордонних українців, медіа, науковців, митців, бізнесів, органів державної влади, експертного середовища за європейською моделлю trans-cultural, inter-cultural, connection or relationship [10]. Як діє інструмент «культурна дипломатія» в інтересах сучасної України? На думку фахівців Українського інституту, для того щоб сформувалось позитивне ставлення, добре розуміння, впізнаваність, адвокація та дія іноземця щодо України (наприклад голосування за вступ України в ЄС), необхідно, щоби протягом 5–7 років людина мала регулярні позитивні досвіди взаємодії з українською культурою, як-от: читання книжок, відвідування культурно-мистецьких акцій, знайомство з експертною думкою українських діячів культури та мистецтв. З огляду на те, що Український інститут був створений у 2018 році, перші результати впливу культурної дипломатії можна очікувати в 2025 році. Серед успішних кейсів Українського інституту є: Публічна програма на 59-й Венеційській бієнале «How Russian War Against Ukraine Changed The [Art] World?» (2022 рік); Виставковий проєкт In The Eye of The Storm, присвячений українському авангардному мистецтву кінця XIX – початку XX століть і подоланню стереотипів та хибних наративів в сучасному культурно-мистецькому просторі (з 2022 року виставка вже була представлена в Мадриді, Кельні, Брюсселі, Лондоні, Відні); Міждисциплінарний культурний проєкт «Україна. Іжа та історія» в колаборації Українського інституту з українським видавництвом «Іжа–Культура»; Концерт Shchedryk / Carol of The Bells в Карнегі Гол (Нью-Йорк).

Діючи на кожному з напрямів культурних стратегій, слід виходити за межі такої діяльності, як «популяризація», яка підважує значення процесу і не працює на становлення української культури в міжнародному соціокультурному середовищі,

натомість сприяє спрощеному сприйняттю ціннісних складових культурних феноменів і суттєво заважає створенню уявлень людьми, гальмує формування позитивного ставлення. Про популяризацію як позитивну практику йдеться лише у випадках, якщо символічна цінність культурного феномену вже закріплена в часопросторі і не вимагає аксіологічного осмислення та актуалізації, а також у ситуації просування бренду, яке може принести певні дивіденди. Тому доцільним буде обережно вживати поняття «популяризація культури», оскільки в протилежному випадку, відбувається узагальнення багатозначних культурних феноменів і примітивізація перцепції.

Висновки. У результаті проведеного дослідження в аспекті систематизації розгляду культурних стратегій та практик як важливих факторів формування суспільних моделей буття та суспільних ідеалів людини в соціокультурному просторі підтверджено, що завдяки впровадженню національної культурної стратегії та використання інструментів культурних репродуктивних практик забезпечується впізнаваність країни, формується позитивне ставлення та розвивається сталий інтерес до національної культури, встановлюються стосунки довіри, що викликає бажання отримати власний досвід, а також підтримується міжнародний культурний діалог, розширюється рамка культурно-мистецької, едукативної та наукової співпраці (і все це відбувається за умови продуманої культурної політики країни та проукраїнської позиції культурних діячів, публічних осіб та митців). Сучасні культурні стратегії та практики мають можливість та ресурс визначати формати взаємодії з аудиторією в процесі трансляції та обміну ідеями, сенсами та цінностями, надавати змогу людям задовольняти потреби в інформації, комунікації і творчій дії, активно впливати на аксіосферу міжкультурної комунікації. Отже, культурні стратегії та практики є факторами культуротворення сучасного соціокультурного простору, опосередкованого в глобалізованому культурному дигітал-середовищі.

Література

1. Андерсен Л.-Р., Бйоркман Т. Більдунг. Нордичний секрет краси і свободи / перекл. з англ. О. Олійник-Андрусак. Київ : «Наш формат», 2021. 222 с.
2. Вікінг М. Маленька книга Хюге. Як жити добре по-данськи / перекл. з англ. К. Бабкіна. Харків. 2017. 288 с.
3. Герчанівська П. Е. Стратегічні проблеми культурної політики в повоєнній Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 2. С. 3–8.
4. Денисюк Ж. З. Hi-hume technology in the paradigm of value transformations of society. *Вісник*

Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2020. № 2. С. 3–9.

5. Доннікова І. А. Культура і людина в онтології становлення. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2015. № 60. С. 63–72.
6. Екстрьом П. Книга Лагом. Шведські секрети щасливого життя / перекл. з швед. Наталя Лавська. Київ, 2018. 192 с.
7. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://surl.li/xcmhxq> (дата звернення: 25.12.2024).
8. Сіверс В. А., Бугайова О. І. Виміри людської творчості в контексті порівняльного аналізу праць М. Гайдеггера та А. Бергсона. *Культура і сучасність*. 2023. № 1. С. 9–16.
9. Сковорода Г. Повне зібрання творів: У 2-х т. Київ : Наукова думка, 1973. Т. 1. 532 с.; т. 2. 576 с.
10. Стратегія Українського інституту 2020–2024. Ukrainian institute. URL: [https://ui.org.ua/strategy2020–2024/](https://ui.org.ua/strategy2020-2024/) (дата звернення: 15.12.2024).
11. Сучасна культурологія: постмодернізм у логіці української гуманітаристики : кол. монографія / ред.-уклад.: Ю. Сабадаш, І. Петрова. Київ, 2021. 432 с.
12. Табачковський В. Г. Полісутнісне homo: філософсько-мистецька думка в пошуках «неевклідової рефлексивності». Київ, 2005. 432 с.

References

1. Andersen, L.-R., Bjorkman, T. (2021). Bildung. The Nordic Secret of Beauty and Freedom. Kyiv : Nash Format, 222 [in Ukrainian].
2. Viking, M. (2017). The Little Book of Hygge. How to live well in Danish. Kharkiv: Family Leisure Club. 288 [in Ukrainian].
3. Herchanivska, P. (2023). Strategic Issues of Cultural Policy in Post-War Ukraine. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal, 2, 3–8 [in Ukrainian].
4. Denysiuk, Zh. (2020). Hi-hume technology in the paradigm of value transformations of society. National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal, 2, 3–9 [in Ukrainian].
5. Donnikova, I. (2015). Culture and human in the ontology of formation. Humanitarian Herald of EIZNU, 60. 63–72 [in Ukrainian].
6. Ekström, P. (2018). The Book of Lagom. Swedish secrets of a happy life. Natalia Lavska. Kyiv: KM-BOOKS. 192 [in Ukrainian].
7. Kyiv International Institute of Sociology. Retrieved from: <https://surl.li/xcmhxq> [in Ukrainian].
8. Sivers, V., Bugaiova, O. (2023). Dimensions of human creativity in the context of a comparative analysis of the works of M. Heidegger and A. Bergson. Culture and Contemporaneity: an almanac. 1, 9–16 [in Ukrainian].
9. Skovoroda, H. (1973) Complete works: In 2 vols. Kyiv: Naukova Dumka, 1. 532; 2. 576 [in Ukrainian].
10. Strategy of the Ukrainian Institute 2020–2024. Ukrainian institute. Retrieved from: [https://ui.org.ua/strategy2020–2024/](https://ui.org.ua/strategy2020-2024/) [in Ukrainian].
11. Contemporary Cultural Studies: Postmodernism in the Logic of Ukrainian Humanities: a collective monograph (2021) / Y. Sabadash; edited by Y. Sabadash, I. Petrova Kyiv: Lira-K Publishing House, 432 [in Ukrainian].
12. Tabachkovsky, V. (2005). Polypresence homo: philosophical and artistic thought in search of «non-Euclidean reflexivity» / V.G. Tabachkovsky. Kyiv: PARAPAN, 432 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 02.01.2025
Отримано після доопрацювання 05.02.2025
Прийнято до друку 12.02.2025