

інформації між поколіннями, що забезпечує самотність українців як європейської нації. Це допоможе усвідомити сутність нашого минулого і збагнути своє місце у цьому світі.

1. *Борисенко В. К.* Весільні звичаї та обряди на Україні / В. К. Борисенко. – К.: Наук. думка, 1988. – 192 с. 2. *Гавришук А.* Весілля у подністровських селах на Кам'янецьчині (20-ті роки ХХ ст.) // Науково-краєзнавчий альманах Хмельниччина подільська / А. Гавришук. – Випуск другий, 1997 р. – С. 73–78. 3. *Герус Л.* Український коровай: форма, типи і стилістичні особливості пластичних елементів // Мистецтвознавство'06: Науковий збірник / Л. Герус. – Львів, 2006. – 265 с. 4. *Жайворонок В. В.* Знаки української етнокультури: Словник-довідник / В. В. Жайворонок. – К.: Довіра, 2006. – 703 с. 5. *Іваницький А.* Українська народна музична творчість: Посіб. для вищ. та серед. учбов. Закладів / А. Іваницький. – К.: «Музична Україна», 1990. – 333 с. 6. *Кравець О. М.* Сімейний побут і звичаї українського народу / Олена Михайлівна Кравець. – К.: «Наукова думка», 1966. – 198 с. 7. *Малихін А.* Народньо-педагогічні традиції українського весілля / А. Малихін, В. Ткач // Рідна школа. – Науково-педагогічний журнал. – 2009. – № 10. – С. 57–68. 8. *Марчук З. В.* Генеалогія українського весілля / З. В. Марчук. – Луцьк: Інститут культурної антропології, 2005. – 284 с. 9. *Порицька О. А.* Славен

коровай красний як на небі місяць ясний / О. А. Порицька // Культура слова. – 1989. – Вип. 36. – С. 60. 10. *Потебня А. А.* О мифическом значении некоторых поверий и обрядов / А. А. Потебня. – Москва: «Университетская типография», 1865. – 419 с. 11. *Славянские древности: Этнолингвистический словарь в 5-ти томах.* Под общей ред. Н. И. Толстого. – Москва: «Международные отношения». – Т. 2. – 1999. – 704 с. 12. *Сорочук Л. В.* Цінність хліба в бутті українців / Л. В. Сорочук // Українознавство – 2004. Календар-щорічник / Упорядн. Валентина Піскун, Анатолій Ціпко, Олена Щербатюк. – К.: Українська Видавнича Спілка, 2003. – С. 110–114. 13. *Сумцов Н. Ф.* Религиозно-мифическое значение малорусской свадьбы / Н. Ф. Сумцова. – Киев: Изд. ред. «Киев. старини», 1885. – 20 с. 14. *Сумцов Н. Ф.* Хлеб в обрядах и песнях / Н. Ф. Сумцов. – Харьков: Тип. М. Зильберга, 1885. – 137 с. 15. *Суханов И. В.* Обычаи, традиции и преемственность поколений / И. В. Суханов. – М.: Политиздат, 1976. – 216 с. 16. *Творун С. О.* Українські обрядові хліби: На матеріалах Поділля / С. О. Творун. – Вінниця, 2006. – 96 с. 17. *Українська етнологія: Навч. Посібник / За ред. В. Борисенко.* – К.: Либідь, 2007. – 400 с. 18. *Чубинський П. П.* Мудрість віків: (Укр. народознавство у творчій спадщині Павла Чубинського): У 2 кн.: Кн. 2 / П. П. Чубинський. – К.: Мистецтво, 1995. – 224 с. 19. *Чумарна М.* Тройдеро. Обряд хрещення, весільний та поховальний обряди українців: Навч. Книга / М. Чумарна. Тернопіль: Богдан, 2008. – 104 с.

Галина Фесенко

Стратегії культурного розвитку українських міст як цивілізаційний вибір

Культурні форми міського буття розглядаються у контексті цивілізаційного вибору України. Наголошується, що креативність городян забезпечує духовний розвиток, економічне зростання, соціальну стабільність міста у цілому. Сталий розвиток міст багато у чому залежить від здатності культури трансформуватися з містообслуговуючої у містоутворюючу галузь. Розглядаються стратегічні напрямки культурного розвитку міста – створення умов для творчості, підвищення рівня людського капіталу, формування комфортного середовища для життєдіяльності.

The article analyzes the cultural forms of urban life in the context of civilization choice of Ukraine. It is noted that the creativity of citizens provides spiritual development, economic growth and social stability. Sustainable urban development depends on the ability to transformation of culture from server sector to forming industry of urban development sector. The conditions for creativity, improving of human capital, formation of comfortable environment for life are consider to be the strategic direction of cultural development.

Сучасні урбаністичні трансформації, що здійснюються під впливом глобалізації, відбуваються по різному: якщо в Азії промислові міста усе ще зростають, то в Європі стара промисловість зникає, а «додаткову вартість» створюють усе більше за рахунок використання інтелектуального капіталу у виробництві продуктів, процесів, послуг [7, с. 16]. Європейські міста набувають характерної ідентичності, стаючи «збирачами людських ресурсів» та відтворюючи «людський капітал». Високий рівень інтегрованості людини у міський простір виявляється через наявну у ньому можливості відтворити «якісний образ життя». У такому контексті можна стверджувати, що євроінтеграційна перспектива української нації (70 % громадян якої мешкають у містах) багато у чому залежить від способів соціокультурної організації міського простору, від здатності місцевих громад відтворювати «людські активи» для функціонування високотехнологічного бізнесу. У такому випадку українські міста будуть здатними відігравати й роль «двигунів» національної економіки.

Оскільки від характеру організації міського простору в Україні багато у чому залежить євроінтеграційна перспектива української нації, то сам феномен постіндустріального міста з його особливим антропологічним контекстом, потребує спеціального культурно-філософського осмислення вітчизняною гуманітаристикою.

Філософсько-антропологічні дослідження урбаністичних процесів в Європі виокремлюють проблематику рівня залученості городян до формування якісного життєвого простору. Осмислюється, зокрема, «право на місто», сформульоване А. Лефевром, не стільки з точки зору можливостей європейця отримати житло, роботу, освіту, а й у більш ширшому сенсі –

право належати місту, існувати у ньому та його змінювати. В Україні загальна криза ідентичності виявляється й у кризі локальної ідентичності, коли наводяться такі характеристики, як «місто без городян», у якому перебувають «просто мешканці» [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що місто, як символ сучасної цивілізації, набуває у культурно-філософських дослідженнях, як позитивних [5], так і негативних рис [1]. Разом з тим, формулюються ідеї, спрямовані не проти міста/цивілізації, а культури, відчуженої від особистості. Обґрунтовуються ідеї, що саме постіндустріальні міста стають джерелом нових потужних процесів культурогенези, виникнення і розвитку нових вікових, дозвіллевих, професійних і т. ін. субкультур [8]. Культурний простір міста постає як освоєний людиною, значимий для неї ціннісно-смысловий світ, зокрема, окреслений виявленням креативності (К. Лендрі). Американський дослідник Р. Флоріда довів безпосередню залежність економічного успіху від рівня культури у містах (толерантності, розмаїтості, відкритості) [12].

В Україні історична трансформація міста – від індустріального до постіндустріального – обумовила науково-практичні розвідки соціокультурного простору, зокрема, Києва, Дніпропетровська, Харкова, в контексті вибору стратегій їх розвитку до 2030 р. Обираються амбітні стратегічні цілі – «створення системних умов для відтворення і залучення якісного людського капіталу як основного чинника розвитку міста» [10]. Успішна урбаністика розглядається через особливі принципи культурного проектування життєвого простору як «відкритого міста» [2]. Вітчизняні дослідники, пильно

вдивляючись у міські ареали, включають в урбаністський аналіз найрізноманітніший візуальний матеріал – літературні образи [4], просторові структури [9], символічні карти повсякденності [13]. Разом з тим, недостатньо з'ясованим залишається розуміння зсередини об'ємного і щільного середовища сучасного міста. Нова соціокультурна реальність міста ще не стала об'єктом спеціальних вітчизняних дослідницьких практик.

Метою дослідження є осмислення соціокультурного простору українських міст у контексті процесів європейського неоурбанізму.

Розвиток великих міст привертає увагу фахівців різних галузей знань, у тому числі й культурологів, які відзначають зміни пріоритетів у їх соціокультурному розвитку, територіальній організації міського простору у цілому [7, с. 17]. У соціокультурних трансформаціях міського життя спостерігаються глибинні зміни, як у взаємодії суб'єктів культури, так й у системі цінностей, норм і правил, культурних потреб і засобів їх задоволення. Так, нова соціокультурна реальність постіндустріального міста вибудовується завдяки цифровій мобільності: комп'ютерні мережі уможливили створення «віртуальних робочих місць», й разом з тим, задоволення права людини перебувати у тих містах, які їм подобаються.

Найтривалішу історію урбаністичного розвитку мають міста Західної Європи. У 1990-ті роки починає формуватися другий – «східний хребет» міст на території Центральної Європи, що складається в основному з центрів другого покоління (столиць). Більшість східноєвропейських міст продовжують мати якість життя нижчу за своїх західних сусідів, проте постійно вдосконалюються. Прага, Будапешт, Любляна, Братислава, Варшава та балтійські столиці стають найбільш ефективними у конкуренції із Західною Європою за рівнем життя. За результатами дослідження консалтингової групи Mercer, столиця України посідає 161 місце серед провідних міст світу (global cities), у першій сотні рейтингу – три міста пострадянського простору – Вільнюс (79), Таллін (89), Рига (91) [16].

Ключову роль у формуванні привабливого і комфортного міського середовища, зокрема, для висококваліфікованих працівників постіндустріальної економіки, відіграє культура – вона формує позитивний імідж територій, підвищує рівень розвитку людського капіталу. Культура сучасного міського простору, здатного відтворити економічний успіх та «якісний образ життя», передбачає особливу складову – креативність. Глобальні міста розвивають високо спеціалізовані «креативні» послуги [7, с. 257–260], розробниками яких є «креативні люди доби нової економіки» (за Ч. Лендрі). До «креативного класу» К. Лендрі відносить не тільки художників і тих, хто займається художнім бізнесом безпосередньо, а й усіх тих, хто пов'язаний з творчою діяльністю, нехай і не на ключових рівнях: соціальних працівників, бізнесменів, вчених, держслужбовців [7, с. 8]. Створюється нова топографія міста, що виявляється через креативні комунікації, генерування нових ідей (інноваційні бізнес-моделі, винаходи, нові послуги, художні твори). Комерціалізація творчих ідей (відбувається, перш за все, у містах з розвинутою інфраструктурою) сприяє економічному зростанню міста за рахунок креативної індустрії. Зокрема, до креативних послуг відносять: дизайнерські послуги (архітектура, цивільне будівництво, індустріальний дизайн та мода); масові перфоманси (фестивалі, концерти), музеї, галереї і виставки, друковані та електронні засоби масової інформації; туризм (діловий та пізнавальний), а також відповідну інфраструктуру (засоби розміщення,

система громадського харчування, об'єкти індустрії розваг, транспорт і т. ін.).

Креативні люди потребують соціокультурного простору, який заохочує до взаємодії й призводить до розвитку нових ідей. Оскільки «креативники» прагнуть оселятися там, де існує певний набір культурних активів, то сучасні умови життя в містах оцінюються відповідно до багатьох критеріїв, у тому числі, можливості для людини бути у центрі культурного життя, мати можливості для повноцінного дозвілля та розваг тощо. Місто, у якому відсутнє таке середовище, яке не здатне забезпечити екзистенційні потреби, трактується як населений пункт низького рівня, зі статусом індустріальної забудови.

Отже, у реалізації європейського вектору розвитку українських міст особливого значення набуває формування креативного соціокультурного простору. По мірі розвитку постіндустріального інформаційного суспільства екстенсивне зростання міст має припинитися, а на місці «кам'яних джунглів» – з'явитися неантагоністичні агломерації міських кварталів, промислових зон, паркових та природних територій. Особливості формування міського простору, окремих культурних тенденцій в урбанізованому просторі Європи мають спонукати українські міста до максимально повного задоволення мешканців міським середовищем.

Посилення креативної складової культурного ландшафту міста має відбуватися у двох вимірах: по-перше, особистісному (через формування «креативного класу» [12]); по-друге, соціальному (через вибудовування своєрідних культурних форм спільного життя – публічного простору – мешканців міст, можливостей для комунікації, різнобічного дозвілля і творчості). Крім того, «успіх міст» залежить не лише від спроможності конкурувати, а й від прагнення та вміння співпрацювати: із сусідньою провінцією, з найближчими містами й містечками, а також із мережами спеціалістів у світі. Таке комплексне практичне й політичне партнерство вимагає креативного прагматизму та мислення за межами короткострокової вигоди [8].

Слід також зазначити, що європейськість урбаністичних процесів відбивається у гуманістичній площині, адже головним суб'єктом містоутворення стає людина, її життя, здоров'я, добробут і духовний розвиток. Мова йде про своєрідне «лікування містом» через культурний розвиток людини у якісному життєвому просторі міста. Саме тому актуальним напрямком стратегії сталого розвитку українських міст має стати включення творчої активності в систему цінностей городян і формування у них потреб у творчій самореалізації, духовно-культурному розвитку. Нажаль, в Україні роль художніх практик у життєвому просторі міст залишається недооціненою. Наприклад, українці рідко відвідують музеї, за даними УНІАН: 28,1 % мешканців великих міст України відвідували музей протягом одного-двох років, 26,4 % опитаних останній раз були у музеї три-п'ять років тому. Кожний п'ятий респондент (21,5 %) заявив, що відвідував музей більш як п'ять років тому, а кожний десятий (11,2 %) – півроку назад, а 8,3 % заявили, що ніколи не відвідували музеї [15]. Зали з історичними експонатами відвідують здебільшого науковці чи мистецтвознавці. Постає стратегічне завдання: зробити візит у музей типовим явищем дозвілля для українців (для європейських міст стандартним є такий показник відвідування музеїв – кожен мешканець міста має один раз на рік відвідувати музей).

Ознакою європейського неоурбанізму є також особливим чином організований міський центр як «нейтральне

місце зустрічей для усіх частин міста» [7, с. 17]. Публічне використання простору збільшує багатство міст за рахунок посилення взаємодії, зв'язків та інтенсивності життя. Місто, як система, що самоорганізується та саморозвивається, здатне до продукування синергетичного ефекту, перевищуючи індивідуальні можливості особи. Креативне мислення та креативні рішення відіграють значну роль у пошуку вирішення питань економічного розвитку, соціальних проблем, освіти, міського управління [7, с. 42]. Європейські підходи до розвитку міст передбачають активну участь громади у різноманітних міських проєктах.

Важливим для формування творчого середовища міста є освіта й розвиток талантів. Різноманітні культурні практики доводять, що залучення до естетичного виховання з дитячих років є найкращою передумовою майбутньої участі людини в культурному житті, а також має безліч інших переваг. Наприклад, у європейських загальноосвітніх школах усіх дітей (від 6 до 16 років) вчать співу, гри на музичному інструменті. Творча освіта учня позначається на кращому опануванні природничими науками, а також розвитку навичок спільної роботи, почутті власної гідності. Стратегічним завданням для українських міст має стати, на нашу думку, досягнення євростандартів у художньо-естетичній освіті молоді (є обов'язковою у шкільній освіті Європи), оскільки сьогодні в українській системі середньої освіти предмети естетичного виховання мають статус вибіркових. Участь у культурному житті також є корисною і для людей похилого віку. Дослідження доводять, що літні люди, які беруть участь в мистецьких програмах, покращують здоров'я, зменшують кількість візитів до лікаря, мають більш активну життєву позицію. У цілому реалізація в Україні стратегій на забезпечення естетичних потреб протягом життя сприятиме процесу перетворення мешканців міста з простих споживачів послуг культури на активних суб'єктів, носіїв потенціалу креативного розвитку міста.

Культурний простір сучасного міста – це своєрідні форми співжиття людей. Залежно від «масштабу присутності» людини у місті, зокрема, у організованих містом формах культурного буття, окреслюються перспективи співпричетності до цілого. Театри, кінотеатри, філармонії намагаються віднайти нові форми спілкування із публікою: концерти влаштовують у незвичних місцях, просто неба (у старовинних замках, у спеціальних міських кварталах). Часто культурні установи міста, аби підвищити ефект «присутності», організують спільні заходи (фестивалі музики, театру і кіно). У музейній справі спостерігаються інновації через репрезентації повсякденного життя (музей пива, одягу, ляльок і т. ін.). Збільшується кількість музеїв просто неба (музеїв побуту, техніки тощо). Елементом креативного простору міста стають «мобільні музеї», що розгортають свої експозиції у просторі повсякденного буття мешканця міста (в залізничних вокзалах, метро [14] тощо).

У креативному місті має бути багато публічного простору (де виникають різноманітні соціокультурні зв'язки), саме він відрізняє справжнє місто від простої локальності з певною кількістю людей, які мешкають у багатоповерхівках на обмеженій площі. Утворені культурними практиками публічні місця надають людині, за висловом О. Трубіної, «повсякденної впевненості» [11]. Такі місця – і видовище, і місце зустрічі різних людей, вони відкривають доступ до «душі міста», у них можна відчувати одночасно безпеку і довіру. За оцінкою експертів, Київ відстає від східноєвропейських столиць за чисельністю кав'ярень, простих і книжкових, ресторанів, клубів та інших

місць для «соціалізації» [8]. Розвиток інфраструктури творчої самореалізації городян у сфері культури має включати, як збереження існуючих, так і створення нових публічних місць для культурно-творчої діяльності, які надають відвідувачам можливості для вияву творчості.

Найбільш актуальною стає метафора культури міста – її «життєздатність». Отже, соціокультурний простір міста можна вимірювати, як своєрідними відносинами між суб'єктами культури, так й новими умовами (в тому числі й матеріальними), системою цінностей, культурних потреб і засобів їх задоволення. Слід також зазначити, що культурні трансформації міста мають відбуватися у межах балансу інтересів до власної історії (не відмовляючись від «пам'яті місця») та культурних інновацій [7, с. 142]. Так, історичні міста мають певні переваги – структурні нашарування історії, пам'ятки архітектури, що утворюють неповторний ландшафт. «Нові» міста можуть забезпечити власну унікальність іншими засобами. Автор «Креативного міста» К. Лендрі наводить приклад Флоренції, «надто заглибленої у свою історію, яка утворює певний імунітет міста до сучасності» та породжує відчуття закритості та недостатності нових ідей. У той же час, розташоване поряд місто Прато відоме в Італії успішними інноваціями у сфері сучасного мистецтва та організації бізнесу [7, с. 180]. Отже, самобутність міста, перероджуючись у вузькість поглядів, здатна зруйнувати основи творчого середовища.

За аналогією, Кам'янець-Подільськ має виразне культурне середовище, що відрізняє його від інших міст. Це місто, підкреслюючи історико-культурну специфіку, активно рекламує унікальні архітектурні та історико-культурні об'єкти, які дісталися у спадок, формує специфічне «обличчя міста». Культурно-історичні об'єкти стають домінантою міста, навколо них створюється відповідна культурна зона (ресторани, зони відпочинку та розваг), вони стають метою туристичної поїздки для певної кількості гостей міста. Разом з тим, креативне місто характеризується, перш за все, не кількістю прийнятих містом туристів, кількістю музеїв, різноманітних культурних заходів, а якісним життєвим простором. В українських містах, зокрема, у м. Кам'янці-Подільському, ми ще не спостерігаємо сталих креативних тенденцій, оскільки у його розвитку виявляються тенденції до «культурної асиметрії» якості життя. У 2011 р. у рейтингу 55 «кращих для життя» міст України Кам'янець-Подільськ посів 25-е місце, у тому числі маючи високі показники (при максимальному 55) у «культурі» – 41, «туристській привабливості» – 51. Разом з тим, інші показники: «безробіття» – 10, «бюджет» (видатки місцевого бюджету у розрахунку на одного мешканця – 16, «ділова активність» (кількість приватних підприємств, створених нових робочих місць) – 21, «інфраструктура» – 22, «міграція» – 32 [6].

Креативність має бути не ознакою лише певного сектору економіки чи групи професіоналів, яких визнають творчими особистостями, а міської політики у цілому. Культура, як інструмент соціально-економічного розвитку міста, спирається не тільки на ініціативи професіоналів або органів влади, а й значною мірою на мешканців міста та їх об'єднання (через розширення доступу до інших людей та їхніх ідей). Також креативність має бути укоріненою в повсякденності міста й виявлятися як громадянська активність [7, с. 40]. В успішних містах поширено лідерство, що пронизує державний, приватний та некомерційний сектори. Це виявляється у сміливих громадянських ініціативах, у мережах, що утво-

рюють переплетіння комерційних та суспільно корисних проектів з метою покращення життєдіяльності міст.

Отже, оскільки євроурбаністика демонструє високий рівень інтегрованості людини у міський простір, актуальною для вітчизняної практики видається модернізації міст засобами культури і творчості. Серед стратегічних цілей урбаністської політики України належне місце має посісти розвиток культури, здатної до функціонування у «координатах» креативності громади міста. Креативність при цьому стає властивою не тільки ознакою вузькопрофесійної діяльності, але перетворюється на сферу можливостей для формування творчого насиченого життя кожного мешканця сучасного міста.

Цивілізаційний вибір України на користь європейського розвитку міст передбачає своєрідний мистецький розвиток: мистецтво розуміння людських потреб, мистецтво створення багатства, мистецтво організації руху та пересування, мистецтво здорового способу життя, мистецтво поєднання фізичних об'єктів у єдиний міський ландшафт, мистецтво створення святкової атмосфери, мистецтво рухатися у майбутнє, не забуваючи про минуле і т. ін. У підсумку українські міста мають розвивати «мистецтво зростання людської цінності». Важливим аспектом культурного розвитку міст є також просторова зацікавленість їх мешканців (поки що мало виявлена в українських мегаполісах), що виявляється у турботі про своє оточення, а також потребі в комфорті не тільки своєї квартири, будинку, але й того, що зовні, за їх межами, потреба в комфортності міського середовища. У підсумку соціокультурний ландшафт сучасного міста має сприяти самоактуалізації людини.

1. Бодрийяр Ж. Город и ненависть [Електронний ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступу: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Gor_Nas.php.
2. Болдусева О. Відкрите світу європейське місто Миколаїв [Електронний ресурс] / О. Болдусева. – Режим доступу: <http://www.frgn.mk.ua/wp-content/uploads/2012/04/Boldyseva.doc>.
3. Гоманюк М. У місті N: молоді драматурги зробили українські міста героями своїх п'єс, і театральний експеримент набув рис соціального проекту / М. Гоманюк // Український тиждень. – 2012 – № 24 (241) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/52951>.
4. Демська-Будзуляк Л. М. Топос міста та літературний контекст раннього модернізму / Л. М. Демська-Будзуляк // Наукові праці. Філологія. Літературознавство. – Миколаїв: Чорноморський державний університет ім. Петра Могили, 2009. – Т. 118. – Вип. 105. – С. 11–16.
5. Коган Л. Б. Лечение городом / Л. Б. Коган // Городское управление. – 2003. – № 6. – С. 2–9.
6. Лучшие города [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://focus.ua/charts/188428/>.
7. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с.
8. Мюррей К. Урбаністика майбутнього: культура та креативність є ключовими чинниками розвитку міст світу / К. Мюррей // Український тиждень. – 2012. – № 47 (212) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/35588>.
9. Пасацький Б. Простір міста і міська культура в Україні (на зламі ХХ–ХХІ ст.): монограф. / Б. Пасацький. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2007. – 208 с.
10. Техническое задание на выполнение работы «Разработка стратегии развития города Харькова до 2030 года» (проект). 19.10.2011. – Харьков: Харьковский городской совет, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.city.kharkov.ua/documents/43389.doc>.
11. Трубина Е. Город сквозь призму теории [Електронний ресурс] / Е. Трубина. – Режим доступу: <http://russ.ru/Mirovaya-povestka/Gorod-skvoz-prizmu-teorii>.
12. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 254 с.
13. Хвиль А. Г. Транспортна система пострадянського міста як соціокультурний феномен (за матеріалами Києва) / А. Г. Хвиль // Наукові записки НАУКМА. – 2012. – Т. 127. Теорія та історія культури – С. 49–53.
14. Щур О. Поети житимуть у метро [Електронний ресурс] / О. Щур. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/52794>.
15. Як часто туристи відвідують музеї? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tour-cn.com.ua/news/jak_chasto_turisti_vidvidujut_muzeji/2010-05-26-908.
16. Mercer's 2011 Quality of Living survey – Europe [Electronic Resource]. – Access mode: <http://www.mercer.com/articles/quality-of-living-survey-europe-1436425>.

Василь Чабанов

Етнокультурний вимір європейськості українців

У статті характеризуються особливості європейськості українців в етнокультурному вимірі. Процеси формування нових ідентичностей є досить складними і вимагають відкритої активної позиції і зовнішньої українського суспільства до етнокультурної взаємодії.

The features of Europeanness by Ukrainians in the ethnocultural terms are characterized in the article. The formation of new identities are complex and it require an active open position and readiness of Ukrainian society to ethnic and cultural interaction.

Питання цивілізаційного інтеграційного вибору українців є особливо актуальним на сучасному етапі розвитку суспільства. Адже в період розбудови державності Україна стоїть на шляху подальшого розвитку визначення місця нашої держави в системі міжнародних відносин та руху до європейської спільноти. Поряд з політичною й економічною інтеграцією чи не найважливішу роль відіграють процеси саме етнокультурної інтеграції, які є досить складними й суперечливими.

Аналіз публікацій з даної проблематики свідчить про те, що найбільше уваги сучасні вітчизняні дослідники звертають на питання: якою має бути державна політика в сфері етнокультурного розвитку українського суспільства?; які шляхи збереження і розвитку національної культури?

Теоретико-методологічну основу дослідження становлять праці вітчизняних учених, які висвітлюють питання етнокультурної взаємодії: Л. Нагорної, Т. Воропаєвої, М. Козловця; в контексті євроінтеграційного розвитку особливої уваги заслуговують роботи В. Кременя, М. Поповича, Л. Губерського, О. Пахльовської.

Незважаючи на значну кількість наукових публікацій, які аналізують етнокультурні особливості розвитку українців,

залишаються недостатньо дослідженими питання власне особливостей формування європейськості українців.

Систематизація інформації з даної проблематики дає підстави стверджувати, що глобалізаційний розвиток світу є закономірним об'єктивним процесом в силу колосальних досягнень науково-технічної революції, розширення міжнародних соціально-економічних, політичних і, звичайно, етнокультурних зв'язків.

Метою статті є розкриття європейськості українців в етнокультурному вимірі під впливом сучасних трансформаційних процесів.

Сучасна епоха модернізації суспільства в останні десятиліття характеризується появою на світовій геополітичній мапі великої кількості національних держав. При цьому, з іншого боку, спостерігаємо за процесами розмиття етнічних меж і зменшення кількості народів, асиміляції одних етносів іншими [2, с. 191].

Зі здобуттям Україною незалежності, перед державою постало завдання вироблення й пошуку принципово нових світоглядних орієнтирів й вироблення національної концепції для самобутнього етнокультурного розвитку. Однією з основних в межах таких пошуків стала теза про «європейськість»