

КУЛЬТУРОТВОРЧА МІСІЯ ІНІЦІАТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ «ЄВРОПЕЙСЬКА КУЛЬТУРНА СТОЛИЦЯ»

2.1. Європейська ініціатива щодо програми «Культурна столиця»: досвід розробки і втілення проекту

Вперше положення про співпрацю в області культури на рівні ЄС були закріплені у ст.128 договору про Європейський Союз, або так званого Маастрихтського договору 1992 року. Вказана стаття висвітлює вкрай важливі питання, які актуалізують проблему збереження культурних ідентичностей. Адже Європа, будучи конгломератом культур, усвідомлює загрозу розмивання свого культурного поля та втрати культурної ідентичності розмаїтих європейських народів під натиском неупинного процесу глобалізації, що охопив сучасний світ. Тому збереження та захист національної самобутності культур держав-членів ЄС є одним з основних завдань Союзу. Можливо, саме з цієї причини ні Амстердамський договір 1997 року, ні Ніццький договір 2001 року, ні Лісабонській договір 2007 року, який є чинним і регулює діяльність Європейського Союзу у сфері культури (стаття 167 розділу «Культура» Договору про функціонування Європейського Союзу, більш відомого як Лісабонський договір), не внесли суттєвих змін у положення про політику ЄС у сфері культури.

Стаття 128 Маастрихтського договору включає чотири основні норми. У п. 1 наголошується, що Союз сприяє розквіту культур держав-членів, поважаючи їх національне та регіональне різноманіття та висуваючи на перший план спільну культурну спадщину.

У п. 2 статті закріплені засоби реалізації даного положення, а саме: поглиблення та поширення знань про культуру та історію європейських народів; збереження та захист культурної спадщини європейського значення;

некомерційний культурний обмін; художня та літературна творчість, включаючи аудіовізуальний сектор.

У п. 3 актуалізується тема зміцнення співпраці ЄС з третіми країнами та компетентними міжнародними організаціями у сфері культури.

У п. 4 наголошується на тому, що Союз, здійснюючи будь-які дії, що базуються на інших положеннях Договору про ЄС, враховує культурні аспекти держав-членів та прагне підтримувати різноманіття їхніх культур [106].

Наведена у вищезазначених нормах ініціатива підтримується рядом дієвих програм, в котрих, за бажанням, можуть брати участь країни-члени ЄС. Ці комплексні програми, направлені на реалізацію цілей, поставлених в Маастрихтському договорі 1992 року, – таких як збереження європейської культурної спадщини, розвиток мистецтва та літератури тощо. Найпотужнішими програмами ЄС в області культури є: «Європейська столиця/місто культури» (з 1985), «Калейдоскоп» (1996-1999), «Аріан» (1997-1999), «Рафаель» (1997-1999), програма «Культура 2000» (2000-2006) «Культура» (2007-2013), програма «Творча Європа» (2014-2020).

Отож, політика ЄС у сфері культури розпочалась і впроваджувалась в рамках трьох основних програм. Програма «Калейдоскоп» підтримувала художню творчість; програма «Аріан» розширювала співробітництво в області книжкової справи та перекладацької діяльності; програма «Рафаель» діяла щодо охорони культурного спадку європейського значення.

Масштабна програма «Культура 2000», яка згодом перейшла у програму «Культура», була впроваджена з метою створення в Європі єдиного культурного простору, підтримки проектів та заходів у культурному секторі, сприяння культурному різноманіттю та збагаченню культурної спадщини через міждержавне співробітництво, а також залучення країн-партнерів ЄС. Програма сприяла культурному співробітництву у різних напрямках: мистецтво, література,

культурна спадщина тощо та підтримувала багаторічні проекти та заходи, так само як і різноманітні ініціативи та культурні організації [105].

«Творча Європа» – нова програма Європейської комісії, створена для підтримки секторів культури і масмедіа. Програма з бюджетом майже у півтора мільярди євро підтримуватиме ініціативи культурного, аудіовізуального секторів та міжгалузеві напрямки [104]. Найтривалішою серед вищезазначених програм є досліджувана нами ініціатива «Культурна столиця».

Комплексні програми, втілені у процес культурної розбудови Європейського простору і націлені на збереження культурної ідентичності європейських народів та демонстрації спільного європейського культурного надбання, вже стали катализатором економічного та культурного відродження багатьох європейських країн [244]. Ініціатива ЄС «Європейська культурна столиця», яку також називають «Європейська столиця культури», чи «Культурна столиця Європи» (що є варіаціями перекладу англійської назви «European capital of culture»), визнана різними стейкхолдерами, які зацікавлені у розвитку культурних ідентичностей, найбільш відомою і впливовою з європейських ініціатив у сфері культури.

Аналіз джерельної бази, що має безпосереднє відношення до ініціативи ЄС «Європейська культурна столиця» дозволив констатувати, що значна кількість наукових і організаційно-практичних робіт розкриває питання щодо функціонального спрямування в реалізації досліджуваної ініціативи. Західноєвропейські дослідники та практики, які висвітлюють проблемні питання культурної столиці, у переважній більшості обмежуються вивченням досвіду одного міста-культурної столиці, лишаючи поза увагою підґрунтя цієї ініціативи, її зміни, організаційно-правові засади, а також вплив програми на політичну стратегію іміджування і позиціонування як самого міста так і держави.

Брак наукових розвідок з окресленої тематики пояснюється постійною ротацією та тимчасовим характером проекту, адже статус «Європейської культурної столиці» надається певному місту терміном в один рік. Крім офіційних

звітів Єврокомісії, спроби наукового дослідження ініціативи “Європейська культурна столиця” належать закордонним дослідникам та практикам. Так, Моніка Сасателлі розглядає феномен культурної столиці у контексті проблеми європейської ідентичності. Катрін Оертерс досліджує внутрішнє перетворення програми “Європейська культурна столиця” з 1985 року, яка з події, що презентує місцеву культуру, перетворилася на масштабний проект, здатний змінити локальну культуру, вписуючи її у європейську культурну мапу. Юрген Міттаг, Беатріс Гарсія та Томсон Кокс наводять періодизацію історії існування програми, розділяючи її на певні етапи. Вартим уваги є також доробок таких авторів як Г. Річардс, Дж. Вілсон, Д. Додд, Р. Палмер, Р. Мелвілл, Дж. Майєрско та інших.

Програма «Європейська культурна столиця» стала засобом урівноваження двох існуючих тенденцій, які домінують у культурному полі сучасних Європейських держав. З одного боку, всупереч процесам глобалізації, європейські національності прагнуть культурної самобутності, а з іншого, потребують спільного для західноєвропейських країн культурного простору. Зрештою, культурна столиця забезпечує доступ представників різних культур до спільної європейської культурної спадщини та одночасний розвиток унікальної національної культури.

У 1980-ті роки в Європі виникла проблематика соціально-економічного, а також культурного занепаду малих і середніх міст. Багато європейських міст зіткнулися з проблемами скорочення робочих місць, відтоку населення і загального занепаду соціальної активності. Такі міста потребували нових стратегій соціально-культурного та економічного розвитку.

У зв’язку з цим окремі міста почали процес брендингу й ребрендингу, при якому рушійною силою економічного розвитку стала сфера культури. Індустріальні центри перетворювалися на центри відпочинку і комфортного життя. У містах починали організовувати яскраві культурні події, створювати символічні логотипи та слогани, заохочувати самовираження городян творчих професій.

Економічна регенерація міст базувалася на наступних компонентах розвитку культурно-креативного сектору:

- непромислові культурні галузі, що виробляють невідтворювані блага, серед яких – культурна спадщина, візуальне, виконавське мистецтво, ринки мистецтва та антикваріату;
- промислові культурні галузі, що виробляють продукти культури, спрямовані на масове відтворення, поширення та експорт, – такі як кінематограф, музика, телебачення, друкована продукція;
- креативні галузі, що використовують культуру для виробництва товарів, відмінних від суто культурних (реклама, дизайн, архітектура тощо).

Однією з найбільш результативних та довготривалих ініціатив став проект Євросоюзу «Європейська культурна столиця», завдяки якій міста перетворювалися на культурні центри згідно із заздалегідь розробленою програмою, схваленою і частково фінансово підтриманою Комітетом Єврокомісії з питань культури та освіти. Проект стимулював конкуренцію між окремими містами за право представляти себе в якості культурної столиці. Багато територій змогли використати цю можливість для створення стійкої бази для економічного зростання, розвитку туристичної галузі, збільшенні населення, в тому числі молодих освічених фахівців, створення нових робочих місць як у культурно-креативній, так і в інших галузях.

Наприклад, Глазго є одним з найбільш успішних прикладів ініціативи. Це місто стало культурною столицею 1990 року, яка з обезлюдненого колишнього індустриального центру перетворилася в одне з найбільш привабливих міст для життя і праці та стало яскравим туристичним об'єктом. Протягом перших десяти років після проведення заходу, безробіття у Глазго знизилося більш ніж у два рази (з 22,7 % у 1991 році до 10,5 % в 2001 році), збільшилися туристичні потоки,

сформувався потужний бренд, місто стало привабливим для мешканців, студентів, туристів.

Серед інших столиць, які продемонстрували приклад трансформації з раніше маловідомих міст в, як мінімум, популярні місця культурного відпочинку – французький Лілль (культурна столиця 2004), ірландський Корк (культурна столиця 2005), австрійський Лінц (культурна столиця 2009), німецький Ессен (культурна столиця 2010) та багато інших.

Практика показала, що програма «Європейська культурна столиця» у тих містах, де вона була проведена на високому рівні, принесла в масштабі не тільки самого міста, а й цілої країни значні економічні, соціальні та культурні вигоди та переваги. Географічний простір, з його культурним ландшафтним і розмаїттям, стає для туриста джерелом нових вражень. Після проведення заходів у межах проекту «культурної столиці» в переважній більшості європейських міст-учасників стрімко зростав потік туристів. Досягаючи піку у рік проведення заходу, він залишався на високому рівні у подальші роки та продовжував зростати. Туристична індустрія є одним з головних чинників розвитку регіональної економіки різних країн. Досвід втілення програми «Європейська культурна столиця» вказує на те, що вона корисно впливає на розвиток культури, на рівень інвестицій, інтерес з боку ЗМІ та на сприйняття міста городянами як цікавого і привабливого. Хоча також відомо, що деякі міста були менш успішними в плані реалізації потенціалу цієї програми.

Активізуючи та задіюючи культурно-креативний сектор, окремі міста, а отже, й країни отримують цілий ряд довгострокових позитивних результатів. Практика запровадження вищезазначеної програми, ініційована ще 1985 року, спонукала розвиток і підтримку близько 50 міст у 30 країнах. За десятиліття свого існування проект залучив велику кількість людей до планування, здійснення, а також участі у різних міських проектах та культурних заходах. Він підняв інтерес до культури

місцевих, регіональних та національних засобів масової інформації, вплинув на міське планування і розвиток у містах, активізував так звані культурні та креативні індустрії, наукові дослідження, а також нову політику і практику управління у культурному секторі. Натхненні європейським прикладом, подібні програми були створені в Канаді, Сполучених Штатах, Латинській Америці, Австралії, Росії, на разі розробляються у південно-східній Азії та Китаї.

На сучасному етапі «Європейська культурна столиця» — це почесний статус, що надається Європейським Союзом одному чи декільком містам Європи терміном на один календарний рік на основі попередньої заявки та конкурсного відбору, що здійснюється Радою незалежних експертів. Як засвідчив досвід впровадження зазначеної ініціативи, впродовж року титуловане місто має можливість стати центром культурного життя Європи, створюючи стійкий бренд не тільки регіонального, але й національного рівня. Культурна столиця на основі національних культурних досягнень, спираючись на локальні та спільноєвропейські культурні традиції, а також використовуючи місцеві, територіальні культурні ресурси, здатна презентувати країну у світовому масштабі.

Разом з культурними проектами, окремі країни та міста, що вибороли право носити почесний титул та провести низку заходів, можуть реалізувати інфраструктурні проекти, націлені на регенерацію міст, реставрацію об'єктів історико-культурної спадщини, реконструкцію наявних та створення нових культурних майданчиків.

Базова схема «Європейського міста/столиці культури», яка була запроваджена на міжурядовому рівні у 1985 році, в подальшому була неодноразово зміненою і доповненою. Простежуючи та аналізуючи ці зміни, різні європейські дослідники і практики, серед яких Юрген Міттаг, Катрін Оертс, Беатріс Гарсія, Томсон Кокс, Моніка Сасателлі, Грег Річардс, Роберт Палмер та інші, здійснюють власні спроби періодизації історії розвитку ініціативи, виокремлюючи від трьох до чотирьох етапів її розвитку, що різняться своїми хронологічними рамками.

Наприклад, німецький дослідник, професор Юрген Міттаг у своїй праці «European Capitals of Culture as Incentives for the Construction of the European Identity» виокремлює 3 етапи розвитку ініціативи та встановлює 1983–1990 роки хронологічними межами першого етапу, називаючи його «початковим». Дослідник стверджує, що цей період характеризується спонтанними, законодавчо не підкріпленими формами організації та низьким рівнем втручання в ініціативу уряду ЄС. Другий етап, який, за Ю. Міттагом, починається з 1990 і триває до 1993 року, вчений називає періодом спроб та помилок, що відзначається появою більш стабільної процедури відбору кандидатів та поліпшенням структури прийняття рішень, а також орієнтацією на інституціональні рамки Європейського співтовариства.

Згідно із запропонованою періодизацією Ю. Міттага, проект сьогодні перебуває на третьому етапі свого розвитку, названому періодом узаконення, що розпочався у 1993р., коли набрав чинності Маастрихтський договір. В цей період проект перетворюється на ініціативу ЄС, а також отримує свою першу законодавчу базу [232].

Проаналізувавши праці вищевказаних європейських дослідників і практиків, документи та постанови, що складають нормативно-правову базу ініціативи, вважаємо доцільним розглянути зародження, становлення та розвиток ініціативи ЄС «Європейська столиця культури», умовно виділивши чотири основні етапи її існування. Початок кожного нового етапу позначений вступом у дію певного офіційного документу, що вносить зміни до чинних процедур.

Потрібно зауважити, що з огляду на те, що міста подають заявки на участь у проекті завчасно, то документи, що формують легітимну базу проекту на певний період часу, теж затверджуються заздалегідь. Тому є деяка невідповідність у хронології розвитку ініціативи та документами, що уможливили ті чи інші зміни. Отож, основні зміни в нормативно правовому полі проекту не розглядатимуться в якості фактичних «етапів».

Етап 1 (1983-1996). Програма «Європейська культурна столиця» на момент своєї появи мала назву «Європейське місто культури». Концепцію цього проекту запропонували на неофіційній зустрічі міністрів культури ЄС у листопаді 1983 року Меліна Меркурі, грецька актриса та міністр культури Греції. М. Меркурі стверджувала, що культура настільки ж важлива як торгівля та економіка (які була в центрі уваги ЄС до цього часу), тому наголошувала на важливості розвитку культури в рамках Європейського проекту, зокрема у просуванні європейської інтеграції. Пропозиція була підтримана міністром Франції Джеком Ленгом та схвалена Європейськими міністрами культури. В результаті, 13-го червня 1985 року міністри культури ЄС започаткували міжурядовий проект «Європейське місто культури» в якості щорічного міжурядового заходу [208].

Базовим документом, на основі якого була запущена початкова схема проекту, стала постанова міністрів культури ЄС 85/C153/02, що визначала особливу роль міста в культурі та представляла концепцію заходу. Мета проекту полягала у сприянні зближенню народів країн ЄС, підкресленні багатства та різноманітності, а також спільних рис європейської культури, приверненні уваги до певної території, привабленні туристів, сприянні міжкультурному діалогу, популяризації кращих культурних досягнень різних європейських народів [206].

Програма діяла за межами чинної законодавчої бази діяльності Європейського Співтовариства, що не давало повної можливості дій в області культури. У початковому варіанті було обрано перший цикл міст, що представляють кожну з 12 країн, які входили до ЄС в той час. Статус присвоювали по черзі, і кожна держава самостійно призначала місто для проведення заходу і мала менше двох років на його підготовку.

Як зазначають Беатріс Гарсія та Томсон Кокс у своєму дослідженні 2013 року «European Capitals of Culture: success strategies and long-term effects» у вказаний період обрані міста зосереджували свою мистецьку та культурну програму на «високому» мистецтві (англ. «high» art). У цей час, через брак коштів та часу на

підготовку, проведення самих заходів у межах програм часто припадало лише на літні місяці. Великобританія стала першою країною, що запропонувала конкурсний відбір та термін у чотири роки для планування події [216].

У 1990-ті роки, завдяки збільшеному періоду, що виділявся на планування заходу, а також очевидній економічній вигоді його проведення, ситуація змінилася. У своїх працях європейські дослідники Р. Палмер [244], Б. Гарсія [215], К. Оертерс [238], Ю. Мітгаг [232] відзначають, що 1990 рік, коли Глазго презентував Європейську столицю культури, став поворотним моментом, оскільки ця подія зазнала внутрішніх змін. Слідуючи позитивному прикладу Глазго, подальші «столиці культури» почали використовувати програму як можливість відродити місто, інвестуючи в різні галузі культури. Міста, котрим було присвоєно почесний титул, почали спонукати власний розвиток і відновлення через просування культурних і творчих індустрій. Після успіху Глазго, для другого етапу почали номінувати міста, які ще не були визнаними культурними центрами.

Варто зазначити, що Грег Річардс і Роберт Палмер у своїх дослідженнях підкреслюють, що у 1980-ті роки, ініціатива, в основному, зосереджувалася на високих культурних подіях. Дослідники називають цей перший етап в історії Європейської столиці культури періодом «дорогих фестивалів». А наступний, другий етап, що тривав, згідно з періодизацією Річардса та Палмера, з 1990 по 2004 рік, характеризувався інвестиціями у культурне відродження [247].

У 1990 році Рада Міністрів ЄС прийняла постанову № 90/C162/01, вирішивши майбутнє програми на період з 1997 року, коли вже всі 12 призначених міст отримають почесне звання та проведуть свої програми [206]. Далі, у відповідь на зростаючу популярність ініціативи не тільки серед країн Євросоюзу, але й за його межами, Рада ЄС у 1992 році започатковує проект «Європейський культурний місяць», який триває до 2003 року [201]. Це стало помітною зміною в правилах, що регламентували програму до цього моменту. Європейський культурний місяць був створений строго за зразком Європейської столиці культури і, доповнюючи

проект, проводився щорічно у різних країнах, що не були членами ЄС. У період з 1992 по 1996 рік, п'ять міст провели культурний місяць (Краків, Грац, Будапешт, Нікосія, Санкт-Петербург) [235].

У продовж першого етапу статус «Європейської культурної столиці» отримали наступні міста: Афіни, Греція (1985); Флоренція, Італія (1986); Амстердам, Нідерланди (1987); Західний Берлін, Німеччина (1988); Париж, Франція (1989); Глазго, Шотландія (1990); Дублін, Ірландія (1991); Мадрид, Іспанія (1992); Антверпен, Бельгія (1993); Лісабон, Португалія (1994); Люксембург, (1995); Копенгаген, Данія (1996) [206].

Другий етап (1997-2004). Другий етап (1997-2004) розпочав новий цикл, за участю 19-ти міст в 14-ти країнах. Оскільки постанова 1990 року більше не задовольняла цілі ініціативи на новому етапі, в 1992 році Міністри культури ЄС прийняли постанову № 92/С336/02, де окреслили критерії відбору та терміни подачі заявки на участь у програмі. Документ був уведений в дію 1998 року, надавши можливість покращити програми міст-кандидатів, збільшити масштаби ініціативи, а також залучати більшу увагу та фінансування ЄС. Критерії відбору були розроблені для забезпечення балансу між столицями і провінційними містами, а також містами, що входять до ЄС, і тими, які до Союзу не належать, різними географічними зонами по всій Європі [там само].

Постанову міністрів культури Євросоюзу можна розглядати як значний крок вперед у створенні регламентуючої бази для ініціативи. Ще одним таким ключовим моментом, що дав поштовх подальшому розвитку проекту, стало підписання Маастрихтського договору 1992. Зокрема, стаття 128 стала визначною для культурної політики на європейському рівні [208]. Вперше ЄС був здатний діяти більш активно у сфері культурної політики, сприяючи культурному обміну в Європі та підкреслюючи спільноєвропейську культурну спадщину.

Одним із результатів цієї новоствореної правової бази для діяльності Співтовариства в галузі культури стало створення починаючи з 1995 р. першого

покоління довгострокових культурних програм. У 1996 році 1-ю статтею постанови № 719/96/ЕС, проект «Європейська культурна столиця» і проект «Європейський культурний місяць» були включені до нової програми Калейдоскоп, покликаної "заохочувати художню та культурну творчість, а також розповсюдження знань про культуру і культурне життя європейських народів" [206]. Відтак, обидва проекти фінансувалися Європейським співтовариством, залишаючись міжурядовими ініціативами, а отже вони, як і раніше, входили виключно до компетенції Ради Міністрів ЄС.

У 2000 році програма «Культура 2000» замінює «Калейдоскоп», відтоді з прийняттям постанови № 508/2000/ЕС «Європейська культурна столиця» проводиться під егідою нової культурної програми, в рамках «особливих культурних подій з європейським та / або міжнародним виміром» [248]. У вказаний період статус «Європейської столиці культури» отримали Салоніки, Греція (1997); Стокгольм, Швеція (1998); Веймар, Німеччина (1999); Авіньйон, Франція (2000), у тому ж році – Берген, Норвегія; Болонья, Італія; Брюссель, Бельгія; Гельсінкі, Фінляндія; Краків, Польща; Прага, Чехія; Рейк'явік, Ісландія; Сантьяго-де-Компостелла, Іспанія; у 2001: Роттердам, Нідерланди; Порту, Португалія; у 2002: Брюгге, Бельгія; Саламанка, Іспанія; у 2003: Грац, Австрія; у 2004: Генуя, Італія; Лілль, Франція [206].

Етап 3: 2005-2019. Третій етап є найбільшим, включаючи 29 міст з 29 країн, 10 з яких є новими членами ЄС, які приєдналися після 2004 (Чехія, Естонія, Кіпр, Латвія, Литва, Угорщина, Мальта, Польща, Словенія, Словаччина).

Значні зміни у програмі були введені в 1999 році, вплинувши на Європейські столиці культури, номіновані починаючи з 2005 року. Європейські дослідники К. Оертерс і Ю. Міттаг стверджують, що ці зміни були викликані наступними тенденціями:

- протягом 1990-х років, завдяки підвищенню інформованості громадськості, міста стали більш зацікавлені в отриманні титулу «Європейське місто культури». Відтак, необхідність злагодженого процесу відбору стала більш актуальною.
- Маастрихтський договір, що набрав чинності у 1993 році, створив для ЄС правову основу проведення політики, спрямованої на розвиток культурного сектору. Стаття 128 даного договору підкреслювала культурну різноманітність всієї території ЄС і закликала до культурного співробітництва між країнами ЄС [208].
- Критика, висловлена відносно непрофесійної підготовки і невдалих культурних заходів в деяких культурних столицях, спричинила потребу введення чітких правил задля забезпечення якості і стійкого розвитку ініціативи [238].

У травні 1999 року в рамках спільного рішення Європейського парламенту і Ради, вперше була введена законодавча база для ініціативи, визначивши її проектом спільноти на період з 2005 по 2019 рр. (постанова № 1419/1999/ЕС) [206]. Хоча назву програми було офіційно змінено на «Культурна столиця Європи», мета, зафіксована у 1-й статті постанови № 1419/1999/ЕС, залишилася незміною: підкреслення багатства та різноманітності, а також спільних рис європейської культури, сприяння міжкультурному діалогу та зближенню народів країн Євросоюзу.

Перетворення міжурядового проекту на офіційну ініціативу ЄС (постанова № 1419/1999 / ЕС) дозволило сформулювати більш докладний набір правил, інструкції та пропозиції щодо її реалізації. Зміна назви проекту на «Європейська культурна столиця» може бути інтерпретована як спроба підняти значення цієї ініціативи і як символічний жест посилення згуртованості європейських країн, адже столиця відіграє особливу роль в усіх державах, бо є не лише головним містом, адміністративно-політичним центром країни, а й певним символом, візитівкою держави. Столиці є символами єднання нації, загальнодержавними культурними, духовними, історичними, науковими, освітніми центрами. Євросоюз

не має офіційної столиці, хоча часто до неї відносять Брюссель. Разом з оновленням програми, ЄС, принаймні, отримала офіційну культурну столицю, розташування якої, однак, щорічно змінюється. Загалом, вибір і призначення столиці культури є частиною культурної політики ЄС, спрямованої на культурний, політичний, економічний та соціальний розвиток не тільки на регіональному, а й на всеєвропейському рівнях. Прийнята постанова підкреслювала символічну важливість заходу, а також його значення для зміцнення місцевої та регіональної ідентичності та сприяння європейській інтеграції.

Крім того, прийняття постанови № 1419/1999/ЄС дозволило врегулювати наступні питання:

1. Встановлено систему ротації, згідно з якою, кожного року одній державі-члену ЄС надавалася можливість участі у проведенні заходу.
2. Розширено межі проведення ініціативи. У постанові зазначалося, що проект міг бути організований у співпраці з іншими європейськими містами.
3. Створено відбіркову комісію, до якої кожною європейською інституцією висувалися незалежні експерти з культурного сектора: два Комісією, два Європейським Парламентом, два Радою і один Комітетом Регіонів.
4. Розроблено чіткі настанови для відбіркової комісії щодо висування міста-кандидата на розгляд Єврокомісії, Європейського Парламенту та Ради.
5. Запроваджено нові критерії відбору та оцінки міст-кандидатів, у яких зазначалося, що міста повинні:
 - організувати програму культурних заходів, яка не тільки підкреслює власну культурну спадщину міста, а й її місце у спільній європейській культурній спадщині;
 - заохочувати мистецькі інновації та створення нових форм культурної діяльності та діалогу;
 - заохочувати до участі молодь та організовувати конкретні культурні проекти, спрямовані на підвищення соціальної згуртованості;

- робити внесок у розвиток економічної діяльності (зокрема, у сфері зайнятості і туризму);
- заохочувати розвиток зв'язків між архітектурною спадщиною і стратегіями нового міського розвитку. Відтоді, номінація повинна була включати до себе культурний проект з європейським виміром, заснований, головним чином, на культурному співробітництві, відповідно до цілей, передбачених статтею 128 Маастрихського Договору.

6. Врегульовано механізми відбору та надання державі-члену ЄС почесного титулу. Удосконалена правова база окреслила наступний порядок дій: за чотири роки до початку події до Європейського Парламенту, Ради, Комісії та Комітету регіонів подавалася кандидатура або кандидатури міст, в супроводі відповідних рекомендацій. Після цього Відбіркова комісія опубліковувала доповідь про кандидата (чи кандидатів). Не пізніше, ніж через три місяці після отримання цієї доповіді, Парламент відправляв рекомендації до Єврокомісії, яка складала рекомендації, враховуючи думку Парламенту і доповіді Відбіркової комісії. На заключному етапі Рада призначала європейську столицю культури певного року [там само].

Хоча Рада залишалася формально відповідальною за фінальне призначення, це все ж було суттєвим відхиленням від колишньої практики, в якій Комісія призначала міста на основі рішень, прийнятих міністрами культури ЄС. Це являє собою більш прозорий процес відбору порівняно з попередніми.

Розширення ЄС у 2004 році призвело до необхідності розробити нові поправки до правової основи програми. Тому правова база була змінена в 2005 році, щоб у повній мірі залучити нові держави-члени до ротації та надання почесного титулу (постанова № 649/2005/ЕС) [там само]. За період з 2009 по 2019 рік, нові держави-члени ЄС були включені до ротації, а до програми були офіційно внесені поправки, що уможливлювали призначення двох столиць культури щороку: одну зі старих і одну з нових держав-членів ЄС. Постанова № 1419/1999/ЕС

підтримувала раніше прийняте рішення Ради про те, що програма повинна бути відкритою для міст з усіх європейських країн, включаючи країни, які не є членами ЄС (постанова діяла до 2010 року). Це надало можливість Румунії (Сібіу 2007), Норвегії (Ставангер 2008) та Туреччині (Стамбул 2010) отримати титул «Європейської культурної столиці» на рівні з призначеними містами країн ЄС.

Подальші зміни в процесі відбору були зроблені в 2006 році, коли нове рішення представило розширену основу для новоствореної Відбіркової та Моніторингової Комісії, а також схему процесу подачі заявки і критерії для культурної програми міста-кандидата. Постанова № 1622/2006/ЕС відміняла постанову № 1419/1999/ЕС, хоча старі правила продовжували застосовувати до міст, призначених на 2007, 2008 і 2009 роки. Постанова вдосконалювала цілі Програми «Європейська культурна столиця», вводила двоступеневий конкурс та розширювала склад Відбіркової та Моніторингової Комісії з 7 до 13 членів. Тобто на додачу до семи членів, обраних від інституцій ЄС, як це викладено в попередньому рішенні, нові держави, які було обрано для проведення програми, призначали шість експертів, погоджених Європейською Комісією. Крім того, обов'язки Комісії було розширено, включивши моніторинг процесу підготовки обраної столиці культури до проведення програми названого року, роблячи це умовою отримання фінансової підтримки. З 2010 року всі обрані міста проходили цю фазу моніторингу [там само].

У 2013 році Комісія продовжує відігравати контролюючу роль у наданні титулу, щоб оцінити прогрес ініціативи і, зокрема, відповідні аспекти європейського виміру програми. Критерії для культурної програми розроблено у двох напрямках : «Європейський вимір» і «Місто і громадяни» (постанова № 1622/2006 / ЕС, стаття 4). У той час як попередні критерії, як зазначено у постанові № 1419/1999 / ЕС (зокрема, стаття 3), базувались тільки на вимірі «місто і городяни», який вперше окреслював необхідність програми кожного міста, бути сталою і орієнтованою на досягнення довгострокових вигод для мешканців міста

[там само]. Відтепер, ініціатива прагнула поставити в основі ініціативи постать європейського громадянина, а також парадигму європейської культури. З 2014 по 2020 рік «Європейська культурна столиця» фінансується новою програмою ЄС «Творча Європа» [201].

На думку Г. Річардса і Р. Палмера, третій період в історії програми, який розпочався у 2005 році, характеризується інвестиціями в культурну інфраструктуру [247]. Поділяючи цю думку, Моніка Сасателлі описує поточний стан ініціативи, як період своєрідного «остоличення»: міста конкурують, щоб стати впізнаваними як столиці культури. Як зазначає Сасателлі, культурні столиці інвестують свої активи у сподіванні більшої економічної, а також культурної віддачі [248].

З 2005 по 2014 рік Європейськими столицями культури вже стали 29 міст: 2005 – Корк, Ірландія; 2006 – Патри, Греція; 2007 – Сібіу, Румунія; Люксембург; 2008 – Ліверпуль, Англія; Ставангер, Норвегія; 2009 – Вільнюс, Литва; Лінц, Австрія; 2010 – Ессен, Німеччина; Стамбул, Туреччина; Печ, Угорщина; 2011 – Турку, Фінляндія; Таллінн, Естонія; 2012 – Гімарайш, Португалія; Марибор, Словенія; 2013 – Марсель, Франція; Кошице, Словаччина; 2014: Умео, Швеція; Рига, Латвія. У 2015 році подія «Європейська культурна столиця» проходила у містах Монс, Бельгія та Пльзень, Чехія [206].

Оскільки змагання за почесне звання «Європейської культурної столиці» розпочинається за 6 років до проведення самої події, вже визначені номінанти з 2016 по 2018 роки: 2016 – Дностія-Сан-Себастьян (Іспанія); Вроцлав (Польща); 2017 – Орхус (Данія); Патос (Кіпр); 2018 – Леуварден (Нідерланди); Валлетта (Мальта); 2019 – Матера (Італія); Пловдів (Болгарія) [201].

Етап 4: (2020-2033). З огляду на те, що сучасна організаційно-правова база програми «Європейська культурна столиця» (постанова № 1622/2006/ЕС) діє до 2019 року, протягом попередніх двох років йшла підготовка до майбутнього етапу реалізації програми. Так, 16 квітня 2014 року Єврокомісією та Радою Європи було

прийнято постанову № 445/2014/EU, яка представила оновлену правову і процедурну базу для «Європейських культурних столиць» на 2020-2033 роки [206].

У постанові визначена мета проекту, критерії та процес відбору і призначення міст, моніторинг та оцінювання їхніх програм. Документ також встановлює порядок формування Відбіркової та Моніторингової Комісії незалежних експертів та включає до себе хронологічний список держав-членів, міста яких можуть змагатися за звання «Європейської культурної столиці» в період з 2020 до 2033 року.

Як зазначено у 2-й статті постанови, основна мета ініціативи у зазначений період полягає в тому, щоб захистити і заохотити розмаїття європейських культур, виділяючи спільні риси, які вони поділяють, а також посилити внесок культури у довгостроковий розвиток міст. Більш конкретними завданнями є: посилити діапазон, різноманітність і європейський вимір «культурної пропозиції» в містах, у тому числі через транснаціональне співробітництво; розширити доступ населення до культури та участь у культурних заходах; зміцнити потенціал культурного сектору та його зв'язків з іншими секторами; підняти міжнародний імідж міст через культуру.

Європарламент та Комісія пропонують зберегти основні характеристики та структуру проекту. Для забезпечення рівних можливостей для всіх країн, а також географічного балансу, відповідний статус, як і раніше, буде надаватися на основі системи ротації, використовуючи хронологічний список держав-членів ЄС. Почесне звання присвоюватиметься тільки містам, хоча останнім на цей період буде дозволено залучати до програми прилеглі регіони. Зберігається процес двоступеневого відбору, на чолі з Комісією незалежних європейських експертів. Статус культурної столиці, як і раніше, надаватиметься на один повний рік.

Завдяки удосконаленню нормативно-правової бази, в один рік щонайбільше 3 міста матимуть право отримати почесне звання: по одному місту з двох країн-членів ЄС, а також одне місто з країни кандидата, чи потенційного кандидата на вступ до ЄС, що буде обиратися кожні три роки. Одне й те ж саме місто в період з

2020 по 2033 роки лише один раз має право взяти участь у змаганні. Відбір проводитиметься на основі відкритого конкурсу, за організацію якого відповідатиме Комісія. Містам, які бажають в майбутньому взяти участь в ініціативі, слід дочекатися оголошення про конкурс у своїй власній країні, а потім заповнити та подати заявку на участь.

У додатку до постанови вказана хронологічна послідовність участі країн у проекті.

2020	Хорватія	Ірландія	
2021	Румунія	Греція	Країна-кандидат на вступ до ЄС
2022	Литва	Люксембург	
2023	Угорщина	Великобританія	
2024	Естонія	Австрія	Країна-кандидат на вступ до ЄС
2025	Словенія	Німеччина	
2026	Словакія	Фінляндія	
2027	Латвія	Португалія	Країна-кандидат на вступ до ЄС
2028	Чехія	Франція	
2029	Польща	Швеція	
2030	Кіпр	Бельгія	Країна-кандидат на вступ до ЄС
2031	Мальта	Іспанія	
2032	Болгарія	Данія	
2033	Нідерланди	Італія	Країна-кандидат на вступ до ЄС

Також були розроблені нові критерії відбору, щоб забезпечити докладніші рекомендації для міст-кандидатів і допомогти експертам Відбіркової та Моніторингової Комісії. Критерії були розділені на шість категорій: «внесок у довгострокову стратегію», «європейський вимір», «культурне та мистецьке наповнення», «спроможність нести почесне звання», «межі поширення (розповсюдження програми)» і «менеджмент» [там само].

Отже, у динаміці розвитку ініціативи ЄС «Європейська культурна столиця» умовно прослідковуються чотири етапи. На першому етапі з'являється ідея ініціативи, починається її програмне втілення. Цей етап охоплює перший цикл міст, що представляють кожну з 12 країн, які входили до ЄС у той час. Програма вважається міжурядовою діяльністю і ще не має законодавчої бази. Міста-кандидати, в основному, висуваються самою країною, і більшість з них мають менше двох років на планування своєї програми, що значно ускладнює завдання.

На другому етапі стало можливим надавати статус «Європейської культурної столиці» містам з країн, які не є членами ЄС. Вперше було застосовано критерії відбору і окреслено терміни подачі заявки. Відповідно збільшилися масштаби ініціативи, проект почав залучати більшу увагу та фінансування ЄС. Відмінною особливістю цього етапу стало те, що 2000-го року почесний титул культурної столиці було присвоєно всім 9-ти містам, які подали заявку на участь.

На початку третього етапу ініціатива «Європейська культурна столиця» отримала свою першу законодавчу базу і статус офіційної програми Євросоюзу, долучивши, згідно з Маастрихтським договором, офіційний критерій європейського виміру та чіткіші принципи відбору. Два наступні рішення, прийняті в цей період, сприяли уточненню критеріїв відбору і посиленню процесу контролю і оцінювання.

На сьогодні розроблена удосконалена нормативно-правова база ініціативи на 2020-2033 роки, які ми умовно відносимо до четвертого етапу. Згідно з прийнятою постановою у зазначений період ініціатива буде відкрита не тільки для

країн-членів ЄС, а й для країн-кандидатів чи потенційних кандидатів на вступ до союзу.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що від початку свого становлення, здебільшого як символічної міжурядової ініціативи, спочатку без явної законодавчої бази, «Європейська культурна столиця» переросла в добре налагоджений урядовий захід. Робоча і нормативно-правова база проекту неодноразово вдосконалювалась, зазнаючи поправок та змін, що підтверджує зацікавленість у здійсненні ініціативи всіма суб'єктами, які беруть участь у культурній розбудові ЄС. Яскрава подієва складова ініціативи дає можливість місту активно просувати та популяризувати власний бренд країни.

2.2. Країна як об'єкт культуротворчої місії: чинники вибору.

Глобальна ініціатива в системі розбудови культурного бренду країни

Ера глобалізації несе з собою не тільки позитивні явища, окреслюючи нові, до сьогодні небачені, перспективи якісного поступу і росту, але, разом з тим і негативні, як нові глобальні проблеми та регіональні конфлікти. Глобалізація постає одним з найбільших викликів нашого часу, а роздуми про сучасний світ та культуру здебільшого зводяться до констатації шкідливого впливу її процесів. Узагальнюючи думки більшості дослідників про негативні для культури прояви явища глобалізації, можна зупинитися на стандартизації, уніфікації на основі базової моделі культурно-історичних форм, безмежному поширенні різних культурних зразків, відділенні знаків від ціннісних смислів. Як наслідок, відзначається тотальна симулякризація культурного простору, нівелювання цінностей, втрата суб'єктної ідентичності (історичної, національної, етнічної,

особистісної), загальне спрощення і сплюснення культурних змістів, стимулювання і поширення масової культури [154, с. 26-46].

Глобалізація спричинила деформацію загальної культурної картини світу, у якій відчувається домінування більш економічно розвинутих країн, тому сьогодні гостро постала проблема «культурного імперіалізму». Глобальність цього явища полягає у тому, що переважна більшість національних культур, внаслідок глобальних тенденцій інтеграції та стандартизації, переживає зіткнення традиційної етнонаціональної основи та культурного імпорту. Сучасна культура багатьох країн стає все менш яскравою і забарвленою місцевим колоритом. Унікальні звичаї, традиції, ритуали, культурні цінності, які раніше надавали території її особливість, поступово уніфікуються, зникають через те, що суспільство починає засвоювати нові чужі для нього культурні зразки. Культурний імпорт проникає через кордони у «ядро» національної культури, поступово руйнуючи її наростаючою стандартизацією способу життя. Таким чином, в умовах сьогодні особливої актуальності набуває збереження власної етнонаціональної культурної своєрідності.

У своїй праці «Соціокультурні тренди та українські перспективи» В. Фадєєв висловлює думку про те, що враження про переважно руйнівний вплив глобалізації є хибним, тому що глобалізація означає кардинальну перебудову, а не руйнацію, внаслідок чого усталені поняття «локальне», «національне», «територіальне» втрачають колишній сенс. Її вплив спричиняє до активності, не пов'язаної з певною територією і може посилювати вплив локальностей, не тотожних усталеним державним територіям [155, с.11-12]. Таким чином в умовах глобалізації локальні території виходять у глобальний світ.

Процес розвитку територій характеризується глобальними та локальними особливостями. Проблема локальної ідентичності в умовах глобалізації зводиться, зокрема до того, щоб зберегти, примножити специфіку, індивідуальність та унікальність міста у контексті домінування глобальних тенденцій урбанізації.

Дослідники відзначають, що хоча і неможливо уникнути глобалізації з усіма її наслідками (культурної уніфікації, міграції, мобільності), все ж глобалізаційний процес альтернативно провокує опір, локальний патріотизм, намагання повернутися до витоків, зберегти історичну пам'ять та місцеву унікальність.

О. Копієвська переконана, що локальне не є контрапунктом глобального, а скоріше одним з його аспектів, що й проявляється в глокалізації. До того ж глокалізація дозволяє уникнути трайболізації [64, с.163].

В. Личковах у своїй праці «Дивосад культури: Вибрані статті з естетики, культурології, філософії мистецтва» розглядаючи дві загрозливі для сучасної культури тенденції її однобічної “глобалізації” чи “трайболізації”, зазначає, що якщо глобалізація пов'язана з формуванням планетарної, ноосферної, урбаністичної цілісності людства, то трайболізація (дослівно “племінне подрібнення”) означає рух до етнонаціональної ідентичності, аж до етнічного партикуляризму й автаркії [77].

Оскільки культурна глобалізація може призвести до втрати основної конкурентної переваги території – власних унікальних характеристик, індивідуальності міста, – саме місцеві культурні надбання повинні бути ідентифіковані, збережені та розвинуті на локальному рівні.

На думку польського вченого Л. Корпоровича, культурне розмаїття суперечить уніфікаційним законам глобалізаційних процесів. Дослідник наголошує, що деякі процеси культурної стандартизації та уніфікації виробляють власні, подекуди парадоксальні, антипроцеси та антитенденції, які руйнують попередні закони їх перебігу та ведуть до нового образу культурної реальності. Представники різних етнічних спільнот, які утворюють етнонаціональну структуру поліетнічного, багатокультурного суспільства, є втіленням такої культурної різноманітності [227].

Саме руйнівна сила глобалізації порушує актуальність національного бренду, яка характеризується проблемним питанням щодо ролі культури в розвитку

територій. У цьому контексті особливо важливим завданням постає вивчення досвіду проведення міжнародних культурних заходів і культурно-мистецьких ініціатив, які виконують почесну культуротворчу місію, адже культура виступає чи не єдиною сферою, яка спроможна подолати негативні цивілізаційні процеси, викликані глобалізацією. У цьому аспекті, на особливу увагу заслуговує дослідження новітньої культурно-мистецької ініціативи – «Європейська культурна столиця», яка несучи культуротворчу місію, слугує важливому зовнішньокультурному взаємозв'язку країн зі світом та здатна протистояти негативним викликам глобалізації.

Офіційно проголошеною метою створення комплексної культурної програми «Європейська культурна столиця» [206] є збереження культурної ідентичності європейських народів у процесі культурної розбудови спільного європейського простору. Практика впровадження програми доводить, що всупереч процесам глобалізації вона здатна виявити національну культурну самобутність, розвиваючи унікальну етнонаціональну культуру, і разом з тим, віднайти діалогічну основу пан-європейського культурного простору країн учасниць, забезпечуючи рівний доступ представників різних культур до спільно-європейської культурної спадщини. Адже місія будь-якої культурної ініціативи – це основна глобальна мета, заради якої створена та існує ініціатива, смисл її існування, у якій публічно проголошується власне бачення суспільного призначення.

З огляду на руйнівні для національної культури процеси глобалізації, актуалізується значення саме культуротворчої місії ініціативи «Європейська культурна столиця». Поняття «культуротворча місія», «культуротворчість» що активно увійшли у сучасний науковий дискурс, потребують уточнення, передусім через неоднозначність трактувань концепту «культуротворчості».

Понятійний апарат концепту “культуротворчість” формалізували й частково систематизували дослідники культури на початку ХХІ ст. Роздуми про проблему культуротворчості містяться у розвідках багатьох українських і закордонних науковців, серед яких Є. Бистрицький, О. Жорнова, С. Кримський, В. Леонтєва, Н. Романова, О. Сушій, В. Федь, Н. Хамітов, а також М. Бахтін, В. Конєв, В. Межуєв, Є. Режабек, В. Стьопін та ін.

Більшість згаданих дослідників вважають, що в основі культуротворчої діяльності, як і всіх інших культурних форм, лежить принцип людиномірності світу, а сама культуротворча діяльність є специфічною формою культурної практики. Н. Романова переконана, що культуротворчість є спрямованою на породження ціннісних домінант та їх нормативних варіацій у системі певного антропологічного типу у конкретно-історичній суспільній єдності. Вказаний принцип структурує культурну традицію навколо цього типу та його модифікацій через опредметнення та розпредмечування цінностей. За Н. Романовою, культуротворча діяльність як така є певним структурним принципом, притаманним будь-якому виду діяльності, а не власне конкретним типом діяльності, на кшталт мистецтва, політики, іміджмейкінга тощо. Її специфічними рисами є абстрактні, всезагальні щодо різноманіття активності людини властивості, які самі собою не існують, а реалізовані лише у конкретному акті діяльності. Такий механізм реалізації є універсальним для культурних форм, адже будь-яка культурна форма виконує основну культуротворчу функцію – постійно відтворює і використовує колективний досвід попередніх поколінь [136].

За В. Леонтєвою, «культуротворчість є невід’ємним та необхідним процесуальним аспектом соціокультурної реальності як сфери дійсності, яка створюється й існує завдяки людській діяльності та індивідуальній здатності вносити в буття сенс. Зміст цього аспекту полягає саме в народженні-оформленні-утвердженні смислів (афірмації)» [76].

За О. Жорновою, культуротворчість – це термін, який використовують на позначення діяльності, сполученою з появою нових неризикованих, соціально значущих культурних значень, смислів або артефактів. На думку дослідниці, в такому контексті вона «збігається за змістом із низкою інших слів, а саме: культурна діяльність, творчість у культурі, культуротворення та ін. і є закономірним позначенням тієї частини наслідків творчої діяльності, що не завдає жодної загрози соціокультурній цілісності, оскільки творчість породжує не тільки і виключно позитивні наслідки, але й призводить до соціальних конфліктів на особистісному, груповому, колективному, суспільному і планетарному рівнях» [41]. О. Жорнова переконана, що від урівноваження практик культуроспоживання і культуротворчості, які є відтворенням традиції та творенням новації, залежить стабільність розвитку й функціонування суспільства [40].

Поняття «культуротворчий» як прикметник використовують у значенні здатний до творення культури, здатний до творчої діяльності. У цьому смислі термін вживається у різних словосполученнях, на кшталт культуротворча діяльність, культуротворча активність, культуротворчі сили, культуротворча місія тощо.

Зважаючи на вищесказане, під поняттям «культуротворчої місії ініціативи «Європейська культурна столиця» ми будемо розуміти сукупність механізмів, спрямованих на реалізацію ініціативи, через відтворення культурних форм, загальний культурний розвиток певної території, забезпечення соціокультурних і дозвіллевих потреб людей (гостей та мешканців), збереження, створення та популяризацію національного культурного продукту задля формування унікальної культурної матриці певної території.

Оскільки культуротворча діяльність проходить у декількох напрямках, то культуротворчу місію ініціативи варто розглядати щонайменше у двох площинах, адже вона має два вектори дії щодо певної території: внутрішній та зовнішній.

У першій площині будемо розглядати саме *внутрішній вектор* спрямування культуротворчої місії. У цьому сенсі спробуємо виокремити мету функціонування ініціативи, спрямовану на саму територію, її гостей та мешканців в її локальному значенні, яка має вираз в економічному зростанні, соціокультурній і туристичній привабливості

Результати культуротворчої діяльності зазвичай мають потужний соціальний ефект і позначаються на модернізації всього суспільства та країни. Вони виявляються у збільшенні інтелектуального потенціалу людей, зміні цінностей і норм поведінки суспільства. Ініціатива «Європейська культурна столиця» постійно залучає велику кількість людей до планування, здійснення, а також участі у різних культурних заходах та міських проектах, тому соціальний аспект культуротворчої місії ініціативи є одним з найвагоміших. Саме у даній площині місія заходів визначається загальними і стратегічними цілями, що полягають у формуванні культурно й духовно розвинених особистостей; розкритті творчого потенціалу та розширенні діапазону творчої активності мас; креативному розвитку та інкультурації дітей, підлітків та дорослих; участі в організації вільного часу населення; відновленні зв'язку між поколіннями людей похилого віку, дорослих і дітей; підвищенню самооцінки громадян та їх згуртованості.

У соціальному аспекті передусім варто наголосити на консолідуючій складовій культуротворчої місії. Вона об'єднує мешканців певної території, адже підготовка та спільне здійснення заходів у певному колективі сприяє зближенню, згуртуванню через позитивні емоції. Важливою складовою цього процесу є також формування культури спілкування учасників.

Важливим аспектом культуротворчої місії є також її гуманістична складова, яка проявляється в задоволенні культурних, духовних, творчих потреб людей. Культурна столиця – це місто, яке володіє величезним потенціалом щодо

задоволення дозвіллевих потреб, реалізації культурного права людини. Потреба у якісному дозвіллі є одним з чинників формування культурної столиці.

Російський культуролог Е. Соколов визначає дозвілля як «частину вільного часу, яка використовується для дружнього спілкування, споживання цінностей духовної культури, прогулянок, розваг та інших форм нерегламентованої діяльності, яка забезпечує відпочинок і подальший розвиток особистості»[147]. Як справедливо зазначає І. В. Петрова, зростання вільного часу не означає автоматичного збільшення обсягу та покращання якості дозвілля [110], адже вільний час не ототожнюється з дозвіллям, разом з тим, саме наявність достатнього його обсягу є необхідною умовою споживання дозвіллевих послуг.

І. В. Петрова переконана, що у сучасному суспільстві характерним є зростання значимості дозвілля як такого, що впливає на якість життя людини. З одного боку, дозвілля стало невід'ємною складовою буття пересічної особистості, а з іншого – активно використовується владою як соціальний медіатор у вирішенні численних суспільних проблем (від подолання ціннісної дезорієнтації до збільшення кількості робочих місць і вирішення питань безробіття) [там само].

У залежності від багатьох чинників, серед яких інтелектуальний, духовний, культурний розвиток, ціннісні орієнтації людини, її матеріальний статок, а також (і це особливо важливо у даному контексті) потенціал та можливості конкретної території, якісні дозвіллеві практики здатні культивувати, розвивати різнобічну творчу особистість, сприяючи самореалізації, підвищенню самооцінки, духовному збагаченню людини. На противагу цьому, вільний час, що використовується лише для розваг, байдикування і марнотратства призводить до формування деструктивної особистості.

Соціокультурна ситуація є основним формуючим напрямком дозвіллевих орієнтацій молоді, але й можливості території багато в чому визначають напрямок культурно-дозвіллевої діяльності суспільства.

Культура сьогодні є потужним інструментом позитивного перетворення соціокультурного простору, способом вирішення різних соціальних проблем. Як основний внутрішній фактор, який визначає напрям діяльності, культуротворча місія ініціативи проявляється у формуванні смаків та уподобань як споживачів, так і виробників культурного продукту, адже людина є і суб'єктом, і об'єктом культуротворчої діяльності одночасно. Крім того, культура живить суспільство системою етнокультурних цінностей, що забезпечують його самозбереження і розвиток.

В ідеалі, культурна столиця створює такі умови, де власне культурні продукти та послуги різноманітних проектів, заходів, установ не лишають часу й місця для таких форм дозвіллевої діяльності, які, в гіршому випадку, призводять до саморуйнації індивіда чи цілої групи людей, збільшуючи масштаби деструктивних процесів, росту алкоголізму, наркоманії, злочинності.

За Гегелем, під час своєї цілеспрямованої діяльності людина водночас опредметнює і розпредметнює власну людську сутність. Опредметнюючи вона перетворює духовне у предмет діяльності: цілі, ідеї, бажання набувають предметної форми. Разом з тим цей процес є і розпредметненням, тобто процесом пізнання, перетворенням предметного світу в духовне багатство [133]. Отже, культуротворча місія також полягає у піднесенні людини над повсякденністю, зміні її ціннісних орієнтацій, підвищенні якості соціокультурного життя суспільства. Завдяки єдності процесів опредметнювання і розпредметнювання участь у культурних подіях творять сучасну людину.

Цікавою є думка А. Я. Флієр щодо сутності культурних процесів та культурних подій. Дослідник вважає, що культурні події – це конкретно-історичні випадки реалізації культурних процесів. Він розмежовує поняття культурних процесів – типових та універсальних – за масштабами поширення функціональних процедур. Культурні процеси Флієр визначає як динамічні культурні форми, а культурні події вважає артефактами цих форм [157, с.260].

Культуротворча місія європейської ініціативи полягає також у виробленні національних культурних продуктів, що стимулює внутрішнє духовне зростання країни, так і, відповідно, слугує її гідній презентації у світі. На сьогодні єдине розуміння того, що відносити до культурного продукту, відсутнє. Це широке поняття, яке вживають з кінця ХХ століття. Загалом культурний продукт визначають як послугу, в певному форматі пропоновану споживачеві [59].

Зазвичай під культурним продуктом маються на увазі ресурси культурно-історичної спадщини (історичні, культурні, архітектурні пам'ятки); основні засоби їх подання (музеї, галереї, концертні установи та ін.); а також результати культурної діяльності (виставки, експозиції, масові заходи, концерти тощо) [92]. Це поняття також охоплює естрадні пісні, літературу, кіно, тобто твори мистецтва. Виробниками культурної продукції є письменники, художники, музиканти, композитори, артисти, режисери, реставратори тощо.

Закон України «Про культуру» так визначає поняття національний культурний продукт – це культурні блага і культурні цінності, створені (надані) вітчизняним виробником [118].

ЮНЕСКО у глосаріях до документів визначає культурний продукт як «різного роду товари народного споживання, які виражають ідеї, символіку або спосіб життя, до них відносяться книги, журнали, мультимедійні продукти і програмне забезпечення, записи, фільми, відео- та аудіовізуальні продукти, ремесла і мода» [142]. Комітет з питань культури Ради Європи в рамках програми «Створення культурного капіталу» визначає культурний продукт як товари і послуги, додаткова економічна вартість яких знаходиться в інтелектуальній та естетичній складовій [там само].

У цьому контексті цікавою є класифікація культурних продуктів К. М. Алмакучукова та Б. В. Мусатова, згідно з якою культурний бренд є одним з видів культурного продукту. В залежності від 12 культурних потреб дослідники виокремили наступних 12 продуктів культури, що є об'єктами обороту на ринку

культури: професійні мистецтва і його види; фольклор і традиційні мистецтва; декоративно-прикладне мистецтво (народно-художні промисли і ремесла, речі); артефакти культури (матеріальна і нематеріальна історико-культурна спадщина); товар, цифровий товар, художній твір; послуга, державна (муніципальна) послуга; культурний бренд; мода (естетичні течії, естетичні уподобання еліти, стиль); культурний ландшафт (синтез природних ландшафтів, архітектури, простору повсякденності); спеціальні події : символічно організоване дійство; культура повсякденності: свята в календарі культурних подій; соціальний ефект [3].

До спеціальних подій символічно організованого дійства автори відносять концерти, фестивалі (кінофестивалі, джазові фестивалі, театральні фестивалі тощо.), презентації (прем'єри). На думку дослідників, поняття "подія" сьогодні наділене широкою палітрою значень, де сенс поняття визначається контекстом наукової дисципліни. Специфіка розуміння «події» в культурі: події, будучи породженими самою природою культури як локуси культури, стають самостійним продуктом культури, зі своєю логікою розвитку і методами управління [там само].

Культурний продукт містить певне символічне послання, адресоване споживачам. У сучасному суспільстві культурні продукти є носіями самобутності культурних цінностей, а також фактором економічного і соціального розвитку. Тому збереження і заохочення виробництва культурних продуктів сприяє культурній різноманітності, і розвитку культурних індустрій на регіональному та міжнародному рівнях .

Суттєва відмінність культурного продукту від продукту інших галузей полягає в його впливі на формування людини як особистості. Якщо метою створення простого продукту є отримання прибутку, то культурний продукт цінний своїм загальнокультурним, часто світоглядним впливом на споживача. Культурний продукт на відміну від простого є унікальним, через що тиражування і відтворення культурного продукту є можливим тільки з точки зору повторюваності корисного ефекту.

Якщо звичайний продукт знищується у процесі споживання, культурний продукт у процесі споживання нарощує свою цінність: чим більше людей відвідало музей або концерт, прочитало книгу, подивилося програму, тим вище їх соціальна значимість. Кожен культурний продукт неповторний і має настільки специфічну споживчу та естетичну вартість, що його не можна замінити іншим.

Сучасні вітчизняні реалії свідчать про відсутність чіткого розуміння та належної підтримки вітчизняного культурного продукту. Все ж до Верховної Ради України було подано проект Закону України «Про національний культурний продукт», який 2011 року було розглянуто у першому читанні, але так і не прийнято. У цьому законі було передбачено регулювання відносин у процесі створення, виконання, виготовлення, тиражування, просування, дистрибуції (розповсюдження), продажу і споживання національного культурного продукту в інформаційно-культурному просторі України [37].

На сучасному етапі розвитку українського суспільства спостерігається негативна тенденція до зниження попиту на вітчизняний культурний продукт та підвищення інтересу до продуктів американської та західної культури. Деякими причинами такої тенденції вбачається низька якість культурних продуктів, завищена ринкова вартість, що унеможлиблює споживання вітчизняних культурних продуктів більшістю громадян. А найголовнішою причиною є недостатньо сформований позитивний національний культурний бренд України, який би забезпечував символічну додану вартість такого продукту.

Поряд зі стимулюванням вироблення унікального вітчизняного культурного продукту культуротворча діяльність ініціативи спрямована на надання культурних послуг населенню.

У культурі під «послугою» слід розуміти особливу економічну форму культурного продукту, яка забезпечує реалізацію нематеріальних об'єктів культури в художніх формах [82]. Культурні послуги спрямовані на задоволення культурних

інтересів або потреб [142]. Вони не є матеріальними культурними товарами, але полегшують їх виробництво і поширення.

Важливою ознакою культуротворчої місії є творення власне культурного простору для культурної діяльності. Формуючи нові смисли території, які викликають у людей відчуття унікальності місця, його геокультурної неповторності. Тому у такому місті хочеться жити, працювати та відпочивати.

Територіальний аспект прояву культуротворчої місії ініціативи, її вплив на саме місто полягає у формуванні міського культурного простору, створенні нових культурних майданчиків, реставрації та зведенні будинків культури, концертних залів, музеїв, бібліотек, формуванні міської архітектоники, і як наслідок, – гармонізації всього міського культурного простору. Ініціатива здатна вирішувати завдання, пов'язані з ефективним використанням історичного й культурного потенціалу країни для підвищення якості національного культурного продукту, культурних послуг та формування яскравого геокультурного образу території.

Через творчі заходи культура стає «конкурентною перевагою» території у локальному та глокальному контекстах. Адже участь у даному проекті чи йому подібних сприяє не тільки демонстрації наявних культурних резервів міста, а й стимулює, а подекуди й запускає процес міської регенерації, націлений на поле культурного відродження. Культурна столиця забезпечує розвиток культурного ландшафту та культурного бренду певної території та країни в цілому.

Таким чином, сьогодні міська культура перетворюється на основний ресурс для розвитку туризму, потужний засіб відродження місцевої економіки, а також стає чинником розвитку національного бренду.

У цьому світлі культурні заходи підвищують імідж та репутацію не тільки самого міста, а й всієї країни, підкреслюють креативність її жителів. Враховуючи, що «образ місця» є дуже важливим для приваблення відвідувачів, всі зусилля організаторів туризму сходяться на активізації культурного життя. Культуротворчість тут виявляється через реалізацію великих проектів, таких як

фестивалі, виставки, концерти, знамениті музеї. Відтак, саме місто, зокрема «культурна столиця», через калейдоскоп яскравих подій розвиває власний бренд і стає популярною туристичною локацією.

У цьому контексті виняткове значення для формування культурного простору території має вивчення, збереження та збагачення унікальних культурних цінностей, освоєння та використання об'єктів культурної спадщини, як складових національного культурного надбання.

Як об'єкти матеріальної та духовної культури культурні цінності мають виняткове як художнє, так і історичне, етнографічне та наукове значення. За чинним законодавством України, вони підлягають збереженню, відтворенню й охороні. Культурні цінності включають твори декоративно-прикладного й традиційного народного мистецтва; оригінальні художні композиції, художні твори живопису, графіки та скульптури; предмети, пов'язані з культурно-історичними подіями, що стосується життя та діяльності видатних діячів культури та мистецтва; предмети, складові частини, фрагменти музейного значення; старовинні видання, музичні інструменти тощо [64].

Культурні цінності, втілені предметно та надані з метою задоволення культурних потреб суспільства, називаються культурними благами. Створення культурних благ і цінностей наповнює культуру новим змістом, надає нового дихання національній культурі.

У правовому полі України культурна спадщина визначається як «сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини. До об'єктів культурної спадщини відносять визначні місця, споруди (витвори), комплекси (ансамблі), їхні частини, пов'язані з ними рухомі предмети, а також території чи водні об'єкти (об'єкти підводної культурної й археологічної спадщини), інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з археологічного,

естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність» [119].

Культурна спадщина як сукупність усіх матеріальних і духовних культурних досягнень суспільства є потужним ресурсом розвитку території, основою формування потужного культурного бренду. Культуротворча місія ініціативи не може йти осторонь об'єктів культурної спадщини, цінностей та благ, адже вони становлять основу національного культурного простору є фундаментом культури і національної ідентичності. У цьому контексті важливим постає співвідношення традиції та новації у культурі через актуалізацію культурної спадщини.

В умовах глобалізації особливого значення набуває збереження і розвиток етнонаціональної культурної і мистецької традиції, формування мовно-культурної ідентичності громадян, захист їх культурної самобутності шляхом забезпечення цілісності національного культурного простору.

Зовнішній вектор культуротворчої діяльності ініціативи «Європейська культурна столиця» спрямований на удосконалення іміджу міст, конструювання та популяризацію їх бренду, а разом і розвиток національного бренду країн, у глобальному масштабі. Саме культурні ініціативи і є формою презентації та репрезентації державою своїх культурних досягнень минулого та їх сучасних еквівалентів за допомоги нових та релевантних сучасній аудиторії засобів.

Тому одним з найважливіших завдань цієї ініціативи є культурне інтегрування європейського міста-культурної столиці у світовий простір. Будь яке місто та його жителі мають потенційну можливість представити свої унікальні культурні особливості, зайняти свою власну унікальну нішу у світовій культурній матриці.

Цей процес зазвичай відбуватися глокально, адже на фоні глобалізації замість очікуваного зникнення регіональних відмінностей відбувається їх збереження та підсилення. Глокалізація – це одна зі сторін глобалізації, що розглядається як процес виведення локальних територій у глобальний світ. Вона

проявляється у встановленні зв'язків окремих територій з міжнародними об'єднаннями поверх національних держав; затребуваності локальної специфіки, в тому числі і для розвитку туризму. Ще одним важливим проявом глокалізації є підвищення інтересу до особливостей національної культури та унікальності історико-культурної спадщини певної країни.

Зовнішній вектор культуротворчої місії ініціативи також орієнтований на протидію розмиванню локальної, традиційної культури, її уніфікуванню, підтримуючи культурне різноманіття людства. Культурна столиця допомагає вибудувати надійний фундамент культури нації, народу і гідно увійти у світовий полікультурний простір з метою утвердження в ньому своєї культуротворчої місії. Крім того, культурна столиця покликана забезпечити міжкультурну взаємодію в її кращому розумінні, тому культуротворча місія особливо набуває актуальності в забезпеченні міжкультурного співробітництва.

На нашу думку, культуротворча місія будь-якої культурної ініціативи може відбуватися у руслі протидії насадженню чужої культури, культурному імперіалізму; певному симбіозі чужої та своєї культури. З іншого боку, вона спрямована на відродження локальної культури, її унікальних звичаїв, традицій, цінностей, вироблення власного культурного продукту, відтак – поглиблення національної своєрідності.

Але у процесі культурного розвитку більшості країн домінують саме тенденції насадження чужої культури засобами так званої м'якої сили.

Концепт «м'яка сила» (англ. «soft power») був уведений в науковий обіг американським політологом, професором Гарвардського університету Джозефом Найєм у першій половині 1990-х років. Дослідник визначав цей термін як «можливість отримати те, що ви бажаєте за рахунок привабливості» [237, с.10], а не придушення, нав'язування, насилля чи примусу, що характерно для «жорсткої сили» під якою розуміється економічний, військовий вплив чи навіть тиск.

Так звана «м'яка сила» надає державі можливість впливати на об'єкти таким чином, що об'єкти впливу добровільно виконують поставлені завдання. Це здатність залучати, а залучення часто веде до взаєморозуміння. «М'яка сила» – це сила приваблива, яка виникає, коли якась країна для наслідування володіє привабливою культурою, політичними ідеалами і програмами.

«М'яка сила» визначається такими основними компонентами: культурою (як набором важливих для суспільства цінностей, які не зводяться до сучасної масової культури), політичною ідеологією і зовнішньою політикою. Перші два компоненти – це історично сформована спадщина нації, а третій є суб'єктивним чинником, який привноситься політичною владою в державі на певному етапі. Тому зовнішня політика держави може лише підсилити чи послабити дієвість «м'якої сили» [там само].

Джерелами концепції «м'якої сили» дослідники вбачають інституційну владу, або ж здатність держави пропонувати і розбудовувати нові міжнародні інститути; ідентифікуючу владу, вплив держави на інші країни шляхом визнання її провідної ролі; асимілюючу владу, приваблення до себе культурними цінностями, ідеологією, соціальною системою [250].

Під «м'якою силою» розуміють моральний авторитет наукових, технічних і спортивних здобутків та творів високого мистецтва, ефективну економічну політику та раціональну адміністративну систему, привабливість гуманістичної ідеології, симпатію до масової культури, національних звичаїв та моделей поведінки [29].

Саме культура є універсальною «м'якою силою», одним з найефективніших інструментів просування власних національних інтересів у світі. На думку Джозефа Найя, «м'яка сила» часто виходить з національної культури, тому традиційні аспекти культури країни можуть так само приваблювати інших, як і її історія.

Усвідомлюючи негативні, подекуди руйнівні впливи глобалізації, формування культурного простору країни потрібно проводити на нашу думку, саме шляхом відродження власної культури, звертаючись до витоків національного надбання, оминаючи засвоєння «насаджених» чужих культурних зразків та продуктів. Кожна національна культура по-своєму яскрава, самобутня й неповторна, її потрібно зберігати та розвивати.

Таким чином, «Європейська культурна столиця» як один з найбільш яскравих проектів, ініційованих Радою Європи, Європейською Комісією та іншими провідними інститутами ЄС, несе передусім потужну культуротворчу місію.

На нашу думку, культуротворча місія ініціативи, як основна мета її функціонування, повинна розглядатися щонайменше у двох площинах, оскільки вона має внутрішній та зовнішній вектори дії. У першій площині виокремлюємо мету функціонування ініціативи направлену на саму територію, її гостей та мешканців у своєму локальному значенні. У цьому контексті варто наголосити на соціальному аспекті місії та її консолідуючій, гуманістичній складовій. Також слід зазначити одним з проявів культуротворчої місії ініціативи вироблення якісних культурних продуктів, надання культурних послуг, творення міського культурного простору, формування його унікального геокультурного образу. Зовнішній вектор здебільшого спрямований на конструювання та просування локального та національного бренду певної території.

Культура, як одна з основних сфер людського буття, відіграє важливу роль у процесах збереження, відтворення, популяризації культурно-історичного надбання країни, слугуючи невід'ємним фактором збереження національної ідентичності. В умовах глобалізації культурні бренди несуть почесну місію не тільки позитивно впливати на формування національних брендів та збереження національної ідентичності, а й бути потужним засобом їх популяризації у ході міжнародної взаємодії, зокрема через брендинг-проекти. У процесі розвитку

єдиного європейського простору ініціатива «Європейська культурна столиця» стала своєрідною експериментальною базою з апробації та поширення нових поглядів на культурну розбудову міст, країн і євро регіонів як чинник соціального поступу.

2.3. Міжкультурний діалог як основа культуротворчої місії

в контексті ініціативи

«Європейська культурна столиця»

Стрімкого перебігу у сучасному світі набули глобалізаційні процеси, що призвели до поглиблення взаємозв'язку національних культурних систем. У свою чергу, науково-технічний прогрес та розвиток туристичного сектору розширили безпосередні контакти між представниками різних культур, відкриваючи нові шляхи та можливості для міжкультурної комунікації. Тому у сучасному світі, сповненому конфліктів та протиріч, надзвичайно важливим стає вміння вести діалог на різних рівнях суспільства як всередині країни, так і у міждержавному, всеєвропейському і, зрештою, глобальному вимірі.

Являючи собою засіб, що здатен долати релігійні, етнічні, національні, мовні та інші бар'єри, міжкультурний діалог, або ж діалог культур, є не тільки інструментом, спрямованим на досягнення суспільної злагоди, але й разом з тим може розглядатися як спосіб оновлення ціннісного змісту сучасної культури.

Людина як активний учасник (агент) міжкультурного діалогу є одночасно суб'єктом і об'єктом культуротворчої діяльності. Вона виступає не тільки творцем культури, або іншими словами, суб'єктом культуротворчості, а й об'єктом впливу культури, тобто творінням культури.

Світова практика переконливо свідчить про те, що різноманіття сучасних культур є результатом чисельної та тривалої культурної взаємодії. Культурна

замкненість, ізоляція, автаркія веде до загибелі культури. І навпаки, взаємовплив культур – це умова їх збереження та спосіб розвитку.

Міжкультурний діалог є об'єктом уваги багатьох дослідників в різних галузях науки, на кшталт культурології, філософії, соціології, конфліктології, етнопсихології, лінгвокраїнознавства, літературознавства, семіотики та інших. Проблеми діалогу розглядаються у працях таких теоретиків як Г. Гадамер, М. Гайдеггер, Е. Гуссерль, М. Еліаде, Х. Ортега-і-Гассет, Ю. Лотман, А. Моль, С. Аверінцев, В. Борєв, М. Бахтін, В. Біблер, Є. Більченко, В. Малахов, В. Личковах, В. Шульгіна, М. Мамардашвілі, та ін. Торкалися теми взаємодії культур С. Артановський, С. Арутюнов, Б. Єрасов, Н. Іконнікова, Л. Іонін, К. Леві-Стросс, Г. Хершковец. Питання пов'язані з міжкультурною комунікацією як багатоаспектним феноменом перебувають в полі уваги як зарубіжних так і вітчизняних дослідників, серед яких В. Антонов, В. Аксьонова, Х. Баузіnger, Є. Верещайн, І. Гребеннікова, Т. Дейк, В. Костомаров, Д. Круше, Л. Уайт та інші.

В умовах сьогодення діалог культур може стати способом конструктивної, демократичної, безконфліктної взаємодії, незалежно від різних етнічностей та етнокультур, спираючись на ті спільні універсальні цінності, які втілює демократичне співтовариство у сучасному світі. Такі цінності сформульовані в різних міжнародних документах, на кшталт Білої книги з міжкультурного діалогу, прийнятої 7 травня 2008 року на 118-й сесії Комітету міністрів Ради Європи. Зокрема, у документі йдеться про міжнародний аспект міжкультурного діалогу. Так, геополітична ситуація, яка склалася у сучасному глобалізованому світі, іноді описується як існування взаємовиключних цивілізацій, які ведуть боротьбу за певні економічні та політичні переваги, приносячи збитки одна одній. Концепція міжкультурного діалогу сприяє подоланню стереотипів, викликаних таким конфліктним баченням світу.

В умовах глобалізації, з притаманною їй міграцією, легким доступом до міжнародних ЗМІ і нових інформаційних сервісів, культурні самоідентифікації все

більш ускладнюються. Вони накладаються одна на одну і містять елементи з безлічі різних джерел. У такому контексті міжкультурний діалог є необхідною складовою продуктивних міжнародних відносин. Відтак, міжкультурний діалог сприяє відновленню суспільної довіри, здатен запобігти конфліктам та сприяти їх мирному врегулюванню [10].

Автори Білої книги переконують, що для Європи, яка стрімко розвивається, міжкультурний діалог є винятково важливою складовою у побудові нової соціальної і культурної моделі [там само]. Тільки на його основі уможлиблюється досягнення об'єднаного суспільства, у якому люди з різним походженням можуть жити разом, не відмовляючись від своїх культур, релігійних цінностей і традицій. На думку Комітету міністрів Ради Європи, пріоритетним напрямком діяльності є робота спрямована на згуртованість культурної розмаїтості суспільства. Домінантами суспільного розвитку поліетнічної країни мають бути політична, соціальна, культурна й економічна інтеграція на основі міжкультурного діалогу.

«Культурна столиця Європи» як масштабна культурна подія, що включає до себе калейдоскоп культурних заходів різного рівня, відкриває можливості для ефективної міжкультурної комунікації, що веде до порозуміння між людьми не тільки як представниками різних культур, а й як суб'єктами, що належать до різних соціальних, професійних, етнічних, вікових та інших груп.

Однією з рис вищевказаної події є її глобальність, а у соціокультурному просторі вона набуває характеристик міжнародної культурної зустрічі, під час якої відбувається інтенсивний культурний обмін та творчий взаємовплив між європейцями. Такі події дозволяють представникам різних народів об'єднуватися на певній культурній платформі, створюючи високий культуротворчий потенціал. Міжкультурна комунікація уможливорює культурну співтворчість та вироблення нових культурних цінностей. Завдяки культурній рефлексії учасники міжкультурного діалогу можуть проаналізувати специфіку культури окремої країни і умовно порівняти її із особливостями культури іншої або ж своєї власної.

У результаті може з'явитися новий напрям культури, здатний відповідати потребам «гіперсуспільства». Таким чином, ми можемо говорити про культуротворчу місію події у відношенні до соціуму та мистецтва.

«Європейська культурна столиця» є особливою платформою для конструювання спільних для різних ментальностей культурних цінностей, серед яких цінності мистецтва, норм поведінки, етики та моралі, традицій та звичаїв. Особлива низка соціокультурних заходів розширює загальний культуротворчий простір.

Суспільна культурна свідомість та свідомість окремої особистості можуть розвиватися тільки в ситуації постійного осмислення культурних реалій. Долучаючись до дійства, безпосередньо беручи участь чи просто споглядаючи, кожна людина отримує унікальний когнітивно-духовний досвід, усвідомлюючи необхідність творчої дії, яка актуалізує основні цінності соціокультурного характеру. Відбувається загальноособистістний розвиток кожної людини та суспільства в цілому.

«Європейська культурна столиця» покликана подолати породжену глобалізацією проблему стирання меж культурного різноманіття народів у свідомості міжнародної спільноти, акцентуючи специфічні культурні відмінності. Просякнута духом міжкультурного діалогу, вона є платформою для культурної комунікації та взаємовпливу, що відбувається як інтеграційний процес трансляції культурних особливостей певних націй. Мистецтво – дзеркало унікальних культурних рис окремої нації. Розширюючи географічні межі простору мистецтва та духовної творчості, низка культурних заходів закріплює унікальний образ-бренд не тільки свого міста, а й цілої країни у свідомості реципієнтів/учасників.

У сучасному науковому дискурсі знаходимо досить різні визначення, які розкривають зміст поняття «міжкультурний діалог» як виду міжкультурної комунікації. Однак змістове наповнення поняття «діалог культур» або «міжкультурний діалог», як у теоретичному так і практичному контексті, пов'язане

з якісними характеристиками учасників цього діалогу. Тобто з багатоаспектними етнічними, культурними, релігійними, лінгвістичними особливостями тих, хто безпосередньо чи опосередковано взаємодіє у діалогічному процесі. Конструювання діалогу багато у чому залежить від етнічних чи культурних особливостей, традицій, звичаїв, обрядів, віросповідання, мовлення, ментальності. Онтологічну основу повноцінного діалогу культур утворюють рівноправність та визнання іншого як рівного собі. Тому міжкультурний діалог є неможливим у разі, якщо його учасники не усвідомлюють своєї єдності та не готові почути один одного.

Так, ЮНЕСКО наводить наступне визначення: «діалог між цивілізаціями – це процес, що відбувається усередині цивілізацій і на їхньому стику, що заснований на загальній участі й колективному бажанні вчитися, відкривати для себе й вивчати концепції, виявляти сфери загального розуміння та основні цінності й зводити різні підходи в єдине ціле за допомогою діалогу» [33].

У зв'язку з цим Л. Черток переконана, що «діалог культур це не тільки визнання та розвиток культурного плюралізму, забезпечення рівних прав, можливостей для всіх громадян, вільний вибір ідентичності, а й взаємодія різних культур на базі рівності, довіри та толерантності» [167, с.8].

У вищезгаданій Білій книзі з міжкультурного діалогу від імені урядів 47 держав-членів Ради Європи міжкультурний діалог визначається як «відкритий і сповнений поваги обмін поглядами між індивідами, групами з різним етнічним, релігійним та лінгвістичним походженням і спадщиною на основі взаємного порозуміння» [200]. У п. 1.4 зазначається, що він здійснюється на всіх рівнях – у межах одного суспільства, між суспільствами Європи, між Європою та рештою світу. Ведення міжкультурного діалогу повинно відбуватися на основі свободи й здатності до самовираження, здатності дослухатись до думок інших. У такому разі він сприятиме культурній, соціальній, політичній та економічній інтеграції, підтримуватиме рівність, людську гідність і почуття спільної мети. У документі

зазначено, що метою міжкультурного діалогу є «розвиток глибшого розуміння різних світоглядів і практик, розширення співробітництва та участі, сприяння розвитку і трансформації особистості, а також підтримка толерантності й поваги до інших». [там само]

У цьому контексті важливо підкреслити, що у ході такого обміну поглядами відбувається взаємопроникнення, запозичення та взаємозбагачення учасників міжкультурного діалогу, а також вивчення, засвоєння, примноження і передача наступним поколінням здобутків культури. Окремо слід зазначити, що все це впливає на формування та поширення бренду.

У зв'язку з цим досить важливою є думка російського мислителя М. Бахтіна про те, що «чужа культура тільки в очах іншої культури розкриває себе повніше й глибше. Один смисл розкриває свої глибини, зустрівшись і зіткнувшись з іншим, чужим змістом, між ними починається ніби діалог, який долає замкнутість і односторонність цих смислів, цих культур. При такій діалогічній зустрічі двох культур вони не зливаються і не змішуються, але вони взаємно збагачуються. Діалог, з самого початку передбачає плюралістичний світ різних свідомостей, що постає творчим стимулом для продукування нових культурних цінностей» [9, с.354]. В цьому контексті бренд і є однією з тих культурних цінностей, які формуються у процесі міжкультурного діалогу.

Культуротворча місія міжкультурного діалогу проявляється у тому, що під час здійснення міжкультурного діалогу відбувається створення нового пласту культурних цінностей. Відбувається взаємозбагачення та розвиток національної культури, породження нових смислів, вироблення нових культурних цінностей як платформ для ефективної взаємодії між різними культурами, і передачі досвіду та здобутків міжкультурної взаємодії наступним поколінням. Така взаємодія з іншими культурами є ключовим чинником повноцінного розвитку національних культур та веде до примноження досвіду не тільки своєї етнонаціональної культури, а й інших культур. Таким чином, у процесі міжкультурної комунікації проявляється

культуротворча місія міжкультурного діалогу, а для просування національного бренду це має винятково важливе значення.

У Білій книзі з міжкультурного діалогу описуються певні кроки, реалізація яких є невід'ємною умовою для розвитку та існування діалогу культур: «необхідно запроваджувати демократичне управління культурним розмаїттям у різних формах; зміцнювати демократичне громадянське суспільство і розширювати участь громадян; навчати і засвоювати навички міжкультурного діалогу; створювати і розширювати місця для міжкультурного діалогу; виводити міжкультурний діалог на міжнародний рівень» [10].

Подія такого масштабу як ініціатива «Європейська культурна столиця» безперечно створює необхідні умови для міжкультурного діалогу і сприяє здійсненню зазначених кроків. Адже початкова мета досліджуваної ініціативи, що полягала у зближенні громадян Європейського Союзу, не втратила своєї актуальності й сьогодні. У весь час свого існування потужне силове поле впливу цієї програми, притягуючи неймовірну кількість учасників, стимулює нарощення знань про інші народи, акумуляцію культурницької інформації, яка стає потужним чинником і рушійною силою міжкультурного діалогу. Проект надає можливості європейцям досягнути велике культурне розмаїття свого континенту, а також повному подивитися на спільну історію та духовні цінності, активно просувати національні бренди та бренди міст.

Заходи в межах «Європейської культурної столиці» сприяють взаєморозумінню, діалогічному спілкуванню серед європейців, а також поглибленню їх почуття приналежності до спільного культурного простору. У цьому контексті варто відзначити, що така взаємодія між культурами, а відтак народами також сприяє врівноваженню двох домінуючих у культурному розвитку сучасної Європи тенденцій: з одного боку, створення спільноєвропейського культурного простору, а з іншого, прагнення народів до збереження культурної самобутності. Ці тенденції демонструють відмінні риси сучасної культурної

ситуації у світі в цілому. Адже динамічні глобалізаційні процеси, які впливають на об'єднання світової спільноти, супроводжуються протилежними ним процесами, спрямованими на поглиблення культурної ідентичності, збереження культурної автономії.

Упродовж насиченої культурної програми, що триває цілий рік, культурну столицю відвідують безліч туристів, а туризм сьогодні відіграє беззаперечну роль у забезпеченні міжкультурного діалогу. Туризм розглядається культурологічною наукою як один із засобів культурної комунікації. Оскільки у ході своєї подорожі турист відвідує різні історико-культурні місця, долучається до традицій і звичаїв інших країн, бере участь у численних культурно-дозвіллевих заходах, це надає йому можливість бути не тільки пасивним спостерігачем, а й активним учасником культурного пізнання й міжкультурного діалогу, а значить, просувати власний національний бренд. Створюючи для містян та гостей міста єдине середовище для міжкультурного діалогу, культурна столиця втілює його культуротворчу місію, при цьому активно просуваючи свій власний бренд.

У зв'язку з цим варто згадати і культурні інститути, що відіграють важливу роль у забезпеченні міжкультурного діалогу та формуванні і просуванні національного та локального бренду.

Закон України «Про культуру» наводить наступне визначення культурних інститутів: «комплекс підприємств, установ, організацій і закладів культури різних форм власності, діяльність яких спрямована на створення умов для забезпечення розвитку творчості людини, збирання, збереження, використання і поширення інформації про матеріальні та духовні культурні цінності, наукові доробки, а також на забезпечення цілісності культурного простору України, доступності національного культурного надбання, дотримання прав громадян у сфері культури» [118]. Завдяки діяльності культурних інститутів задовольняються культурні потреби різних груп населення.

Кожен із культурних інститутів має власну вагу та цінність у забезпеченні діалогу. Їхня діяльність спрямована на формування міцного культурного і духовного розвитку людини в оточуючому її соціально-культурному середовищі, а також подолання міжкультурних бар'єрів, поширення власних традицій та культурних надбань.

Важливим для забезпечення механізму міжкультурного діалогу та подолання міжкультурних бар'єрів є надання культурними інститутами відповідних культурно-освітніх послуг. За допомогою розважальних, рекреаційних і разом з тим просвітницьких, естетичних програм, що проводяться для різних соціально-вікових категорій населення, представники культурних інститутів покликані культивувати толерантність і шанобливе ставлення до культурних традицій інших народів та сприяти продуктивному міжкультурному діалогу. Вся ця діяльність дає винятково продуктивні можливості для просування власного територіального бренду. До того ж це одна з особливо важливих функцій культуротворчого потенціалу мистецтва.

У культурних програмах ЮНЕСКО, Ради Європи та Європейського Союзу значна увага приділяється практиці діалогу культур і цивілізацій як вагомого чинника у створенні культури миру. У ході різних заходів, просякнутих духом міжкультурного діалогу, відбувається знаходження механізмів подолання конфліктів, досягнення миру та порозуміння між різними етносами. Практика свідчить, що проведення Днів національної культури, фестивалів, виставок, концертів, презентацій, зустрічей з відомими людьми, науково-практичних конференцій та ін. є однією з форм обміну, збагачення різноманітними культурами різних народів. Реалізація зазначених заходів не тільки розширює межі культурного співробітництва, а й сприяє формуванню національного бренду, презентації позитивного образу країни у світі.

У цьому контексті місто – це місце зустрічі на дорозі до міжкультурного діалогу. Культурні центри, локальні проекти співпраці, фестивалі, виставки, різні

культурні заходи створюють платформи для Зустрічі між людьми, що належать до різних культур. Таким чином, місто відіграє важливу роль у забезпеченні культуротворчої місії міжкультурного діалогу. Через калейдоскоп яскравих подій саме місто перетворюється на популярну туристичну локацію, власне стає ефективною платформою для здійснення міжкультурного діалогу.

Світовий досвід свідчить про те, що політичні та економічні здобутки держави в ідеалі повинні супроводжуватися її яскравою та позитивною культурною репрезентацією у світі. Розвинена культура підтримує бренд нації. Відтак національна культура виступає суб'єктом міжкультурної комунікації, отже в умовах сьогодення стає необхідним враховувати правила та закони міжкультурного діалогу у процесі налагодження чи створення іміджевих комунікацій держави, у процесі геобрендингу. Види комунікацій, які здійснюються на міжнародному рівні, є елементом структури міжкультурної комунікації. Адаптація ціннісних систем національних культур, які активно взаємодіють, є надзвичайно важливою у такому процесі.

Європейський досвід формування культурної політики є цікавим для України не тільки в порівняльному аспекті, а й з огляду на євроінтеграційні наміри нашої держави. В Україні необхідно посилити культурну репрезентацію на різних рівнях – від брендингу країни до брендингу міст. Сьогодні необхідно провести аналіз співвідношення культурної політики України та Європейського Союзу, розглядаючи культуру як національну справу, усвідомлюючи ключову роль культури у здійсненні дипломатичної місії, закладаючи базу програмного рівня культурної політики. Потрібно виробити відповідні концепти, методологічні та конкретні стратегії, які стануть підґрунтям державних програм їх втілення.

Національну культурну спадщину необхідно примножувати, зберігати і намагатися інкультурувати її для нащадків. Культура потребує також належного фінансування, яке у великій мірі визначає перспективу її розвитку, а особливо презентації української національної культури не тільки в Європі, а й на світовій

арені, сприяючи посиленню її функцій формування позитивного іміджу держави, її національного бренду.

Висновки до розділу 2

Як реакція на стрімку глобалізацію світу з її загрозою уніфікації і стандартизації способу життя, у різних країнах і регіонах активізувалися процеси культурного самовизначення, відродження національних традицій. Разом з тим глобалізація – це складний і суперечливий процес. Країни влітаються у транснаціональне у ході процесу глобального конструювання світу, з одного боку, створюючи планетарні інституційні структури та продукуючи космополітичні культурні форми, а з іншого, відображаючи всю різноманітність, мозаїчність локального. Тому в епоху глобалізації, поряд із загостренням проблем національної ідентичності на різних рівнях, гостро постає проблема специфіки національних культур, актуалізуються важливість регіональних культурних подій.

В цьому контексті проблема формування власного національного бренду, за яким чітко вбачається певна територіальна ідентичність, різко актуалізується. Регіональна культура стає «конкурентною перевагою» території у глокальному та глобальному контекстах. Організація культурних заходів та закріплення певної символічної ролі за деякими містами як культурними столицями дозволить актуалізувати не тільки саме місто, а й цілу країну у світовому культурному просторі, забезпечить розвиток національної культури та вироблення культурного продукту.

Проблема посилення ролі міста у розвитку держави, усвідомлення важливості його культурної складової, як основного ресурсу, а також зміни пріоритетів внутрішньої політики на користь розвитку міста зумовлює аналіз та узагальнення сучасних тенденцій розвитку міст розвинутих країн світу.

Досліджувана ініціатива стала своєрідною експериментальною базою з апробації та поширення нових поглядів на місце та роль культури у розвитку міста, як єдиного культурного простору, вирішення соціальних проблем, залучення інвестицій, підтримки та розвитку бренду території.

Як зазначено вище, «Європейська культурна столиця» є найбільш відомою і впливовою комплексною культурною програмою, втіленою у процес культурної розбудови європейського простору з метою збереження культурної ідентичності європейських народів. Історія цієї ініціативи — це передусім історія спільноєвропейської культуротворчості. За час свого існування проект довів, що в умовах глобалізації та розширення інформаційного простору, на перше місце виходять не матеріальні активи держав, а саме культура, невичерпний, здатний до самооновлення ресурс, що концентрується переважно у культурних столицях, як точках росту в межах країни. Культурні столиці презентують країни на міжнародній арені, відіграють провідну роль у формуванні національного бренду, створенні, підтримці та розвитку іміджу країни на міжнародній арені. Культурні столиці сьогодні володіють колосальним культурним потенціалом.

Культуротворча місія ініціативи розглядається у даному розділі дослідження у двох площинах: локальній та глобальній, з двома векторами дії: внутрішньому та зовнішньому.

У локальному контексті культуротворча місія має потужний соціальний ефект і орієнтована на задоволення культурних, дозвілєвих потреб, формування ціннісних орієнтацій, розкриття творчого потенціалу, інкультурацію, консолідацію громадян, зменшення деструктивних процесів у суспільстві.

Культуротворча місія ініціативи вбачається також у виробленні національних культурних продуктів, що стимулює внутрішнє духовне зростання країни і слугує їй гідному представленню у світі, розвитку міського культурного простору, створенні та реставрації культурних майданчиків, формуванні міської архітектоники і, як наслідок, гармонізації всього міського культурного простору.

Культурні заходи підвищують імідж та репутацію не тільки самого міста, а й всієї країни, підкреслюють креативність жителів.

Зовнішній вектор культуротворчої діяльності ініціативи «Культурна столиця Європи» спрямований на удосконалення іміджу міст, конструювання та популяризацію їхнього бренду, а разом і національного бренду країни, у глобальному масштабі. Культурна столиця протистоїть розмиванню локальної, традиційної культури, її уніфікуванню, підтримуючи культурне різноманіття людства. Вона допомагає вибудувати надійний фундамент культури нації, народу і гідно увійти у світовий полікультурний простір з метою утвердження в ньому своєї культуротворчої місії. Культурна столиця – це місто, здатне візуалізувати цілу країну у світовому масштабі. Культурна політика, направлена на створення та підтримку культурних столиць, допоможе суттєво зменшити кризові явища у світі, сприяючи міжкультурному діалогу.

Ініціатива «Європейська культурна столиця» покликана забезпечити міжкультурну взаємодію в її кращому розумінні, тому культуротворча місія особливо набуває актуальності в забезпеченні міжкультурного співробітництва.

Діалог культур має дуалістичну природу, адже з однієї сторони він є способом передачі культурних надбань, а з іншої – засобом пізнання світу. Ретранслюючи накопичений досвід та національні традиції, він сприяє оновленню ціннісних орієнтацій сучасної культури та забезпечує механізми збереження і передачі досвіду міжкультурної взаємодії наступним поколінням. Така міжкультурна взаємодія на основі діалогу відкриває шлях до встановлення взаєморозуміння та толерантного взаємосприйняття у суспільстві.

Культурна столиця володіє достатнім потенціалом щоб забезпечити інтеграцію української національної культури у світовий культурний простір та сформувати привабливий міжнародний імідж України засобами української культури та культурної спадщини. Це допоможе посилити позиції України на міжнародній арені; створити потужний національний бренд, зміцнити культурні і

міжнародні зв'язки; просувати український культурний продукт на європейський і світовий арт-ринки.