

*Чернець Марія Олександрівна,
старший викладач кафедри
української та іноземних мов
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтва,
mariya_chernets@mail.ru*

КУЛЬТУРОТВОРЧА МІСІЯ ІНІЦІАТИВИ ЄС «ЄВРОПЕЙСЬКА КУЛЬТУРНА СТОЛИЦЯ»

В умовах глобалізації особливо важливим завданням постає збереження та примноження культурної специфіки, індивідуальності та унікальності території. У цьому контексті актуалізується вивчення досвіду проведення міжнародних культурних заходів і культурно-мистецьких ініціатив, які несуть почесну культуротворчу місію та здатні протистояти негативним процесам глобалізації. Автор розглядає ініціативу «Європейська культурна столиця» та виокремлює мету її функціонування, направлену на саму територію, її гостей та мешканців у своєму локальному та глобальному значенні, наголошуючи на соціальному аспекті місії, консолідуючій, гуманістичній складовій. Культуротворча місія ініціативи також розглядається у контексті конструювання та просування локального та національного бренду певної території.

Ключові слова: глобалізація, культурна столиця, культуротворча місія, культурно-мистецька ініціатива, «Європейська столиця культури».

Чернец Мария Александровна, старший преподаватель кафедры украинского и иностранных языков Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Культуротворческая миссия инициативы ЕС «Европейская культурная столица»

В условиях глобализации особенно важной задачей является сохранение и приумножение культурной специфики, индивидуальности и уникальности территории. В этом контексте актуализируется изучение опыта проведения международных культурных мероприятий и культурно-художественных инициатив, которые несут почетную культуротворчу миссию и способны противостоять негативным процессам глобализации. Автор рассматривает инициативу «Европейская культурная столица» и выделяет цель ее функционирования, направленную на саму территорию, ее гостей и жителей в локальном и глобальном смысле, акцентируя внимание на социальном аспекте миссии, консолидирующей, гуманистической составляющей. Культуротворческая миссия инициативы также рассматривается в контексте конструирования и продвижения локального и национального бренда определенной территории.

Ключевые слова: глобализация, культурная столица, культуротворча миссия, культурно-творческая инициатива, «Европейская столица культуры».

Chernets Maria, a senior instructor of The National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Culture-creative mission of the EU initiative «European capital of culture»

The most important task in today's globalized world is to preserve and enhance the cultural identity and the uniqueness of different places. In this context the study of the experience of different international cultural events and cultural and artistic initiatives which perform a culture creative mission and are able to withstand the negative globalization processes are actualized. The author studies the culture-creative mission of the initiative «European capital of culture» highlighting its purpose aimed at place itself, its

guests and residents in the local and global sense, focusing on the social aspect of the mission, its unifying and humanistic component. The culture-creative mission of the initiative is also considered in the context of the local and national place branding.

Keywords: globalization, cultural capital, culture-creative mission, cultural and creative initiative, the «European capital of culture».

Ера глобалізації відкриває для людства не тільки нові, раніше небачені можливості розвитку і якісного росту, але і нові загрози, проблеми і глобальні конфлікти. Сучасна культура стає все менш забарвленою місцевим колоритом. Унікальні звичаї, традиції, ритуали, культурні цінності, які раніше підкреслювали унікальність території, поступово уніфікуються та зникають. Культурний імпорт проникає через кордони у ядро національної культури, поступово стандартизуючи, а отже руйнуючи її. Тому проблема локальної ідентичності в умовах глобалізації зводиться до того, щоб зберегти, примножити специфіку, індивідуальність та унікальність міста, країни.

У цьому контексті особливого значення набуває вивчення досвіду проведення міжнародних культурних заходів і культурно-мистецьких ініціатив, які несуть почесну культуротворчу місію, адже культура виступає чи не єдиною сферою, спроможною подолати негативні процеси, викликані глобалізацією. У цьому контексті, серед інших культурно-мистецьких проєктів, на особливу увагу заслуговує дослідження ініціативи ЄС «Європейська культурна столиця», що вже понад 30 років є каталізатором культурного відродження європейських міст. У процесі культурної розбудови європейського простору культурна столиця несе почесну культуротворчу місію та допомагає зберегти та поглибити культурну ідентичність європейських народів.

З огляду на руйнівні для національних культур процеси глобалізації, актуалізується вивчення культуротворчої місії ініціативи «Європейська культурна столиця». 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.

Поняття культуротворча місія, культуротворчість, які активно увійшли у науковий дискурс, потребують певного уточнення передусім через неоднозначність трактувань концепту культуротворчості.

Роздуми про проблему культуротворчості містяться у розвідках українських і закордонних учених, серед яких В. Леонтєва, М. Бахтін, С. Режабек, Н. Хамітов, В. Стьопін, В. Конев, С. Кримський, В. Межуєв, Є. Бистрицький, О. Сушій, О. Жорнова, О. Копієвська та ін. Понятійний апарат концепту культуротворчість формалізували й частково систематизували дослідники культури на початку ХХІ ст.

Більшість дослідників вважають, що культуротворча діяльність є специфічною формою культурної практики, у основі якої, як і взагалі в основі інших культурних форм, знаходиться принцип людиномірності світу. Цей принцип спрямовує культуротворчість на породження ціннісних домінант та їхніх нормативних варіацій у системі певного антропологічного типу у конкретно-історичній суспільній єдності. Він структурує культурну традицію навколо цього типу та його модифікацій через упредметнення та розпредметнення цінностей. Н. Романова переконана, що культуротворча діяльність не є конкретним типом діяльності

(мистецтвом, політикою, іміджмейкінгом тощо), як така вона є структурним принципом, який існує у кожному різновиду діяльності взагалі. Її специфічними рисами є абстрактні, всезагальні щодо різноманіття активності людини властивості, які самі по собі не існують, а реалізовані лише у конкретному акті діяльності. Механізм цієї реалізації, певним чином, є універсальним для культурних форм, бо усяка культурна форма виконує основну культурну функцію – постійно відтворює і використовує колективний досвід попередніх поколінь [9].

За В. Леонтьєвою, 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) [5].

За О. Жорновою, термін культуротворчість застосовують для позначення діяльності, котра сполучена з появою нових неризикованих, соціально значущих культурних значень, смислів або артефактів. На думку дослідниці, в подібному амплуа воно 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 виключно позитивні наслідки, але й призводить до соціальних конфліктів на особистісному, груповому, колективному, суспільному і планетарному рівнях [4]. О. Жорнова переконана, що від урівноваження практик культуроспоживання і культуротворчості, які є відтворенням традиції та творенням новації, залежить стабільність розвитку й функціонування суспільства [3].

Поняття культуротворчий як прикметник використовують у значенні здатний до творення культури, здатний до творчої діяльності. У цьому значенні 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, 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 кількох напрямках, то культуротворчу місію ініціативи варто розглядати що найменше у двох площинах, адже вона має два вектори дії щодо певної території: внутрішній та зовнішній.

У першій площині варто розглядати саме внутрішній вектор спрямування культуротворчої місії. У цьому сенсі спробуємо виокремити мету функціонування ініціативи, направлену на саму територію, її гостей та мешканців в її локальному значенні.

Результати культуротворчої діяльності зазвичай мають потужний соціальний ефект і проявляються у зміні ціннісних орієнтацій і норм поведінки людини, збільшенні інтелектуального потенціалу населення і позначаються на модерніза-

ції всього 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 із найвагоміших. Саме у даній площині місія заходів визначається загальними і стратегічними цілями, що полягають у формуванні культурно та 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 і їхньої 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.

Ще одним важливим аспектом культуротворчої місії є її гуманістична складова, яка проявляється в задоволенні культурних, духовних та 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.

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 вподобань як споживачів, так і виробників культурного продукту, адже людина є і суб'єктом, і об'єктом культуротворчої діяльності одночасно.

За Гегелем, у цілеспрямованій діяльності людина упредметнює і водночас розпредметнює свою людську сутність. Упредметнюючи, вона перетворює духовне в предмет: цілі, ідеї, бажання перетворюються у предметну форму. Разом з тим такий процес здійснення дій є процесом пізнання, перетворенням предметного світу в духовне багатство, тобто розпредметненням [8]. Культуротворча місія полягає також у розширенні ціннісних горизонтів соціокультурного життя людини, в піднесенні людини над повсякденністю. Завдяки єдності процесів упредметнювання і розпредметнювання, участь у культурних подіях творить сучасну людину.

Цікавою є думка А.Я. Флієр щодо 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. Флієр визначає культурні процеси як динамічні культурні форми, а культурні події вважає артефактами цих форм [10].

Культуротворча місія європейської ініціативи також виявляється у виробленні національних культурних продуктів, що стимулює внутрішнє духовне зростання країни, так і, відповідно, слугує її гідному представленню у світі.

Зазвичай під культурним продуктом маються на увазі ресурси культурно-історичної спадщини (історичні, культурні, архітектурні пам'ятки); основні

засоби їхнього подання (музеї, галереї, концертні установи та ін.); а також результати культурної діяльності (виставки, експозиції, масові заходи, концерти тощо) [7]. Це поняття також охоплює естрадні пісні, літературу, кіно тощо.

Виробниками культурної продукції є письменники, художники, музиканти, композитори, артисти, режисери, реставратори та ін.

Залежно від 12 культурних потреб, К.М. Алмакучуков та Б.В. Мусатов сформулювали 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 [1].

До спеціальних подій символічно організованого дійства автори відносять концерти, фестивалі (кінофестивалі, джазові фестивалі, театральні фестивалі тощо), презентації (прем'єри), що є символічно організованими діями. 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 [1].

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.

Сучасні вітчизняні реалії свідчать про відсутність чіткого розуміння та належної підтримки вітчизняного культурного продукту. Хоча до Верховної Ради України було подано проект Закону України «Про національний культурний продукт», який 2011 р. було розглянуто у першому читанні. У ньому передбачено регулювання відносин у процесі створення, виконання, виготовлення, тиражування, промоції, дистрибуції (розповсюдження), продажу і споживання національного культурного продукту в інформаційно-культурному просторі України [2].

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 [5]. Культурні послуги спрямовані на задоволення культурних інтересів або потреб. Вони не є матеріальними культурними товарами, але полегшують їхнє виробництво і поширення.

І ще одним аспектом культурної місії можна вважати творення самого культурного простору для культурної діяльності, що формує нові смисли тери-

торії, які викликають у людей відчуття унікальності місця, його неповторності. Тому у такому місті хочеться жити, працювати та відпочивати.

У територіальному аспекті прояву культуротворчої місії ініціативи її впливу на саме місто маємо формування міського культурного простору, створення нових культурних майданчиків, реставрацію та/або зведення будинків культури, концертних залів, музеїв, бібліотек, формування міської архітектури і як наслідок – гармонізацію всього міського культурного простору. Ініціатива здатна вирішувати завдання, пов'язані з ефективним використанням історичного й культурного потенціалу країни для підвищення якості національного культурного продукту та формування яскравого геокультурного образу.

Через творчі заходи культура стає «конкурентною перевагою» території у локальному та глобальному контекстах. Адже участь у даному проекті чи 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 країни.

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, усі зусилля організаторів сходяться в активізації культурного життя, проведенні великих проектів, таких як фестивалі, виставки, концерти, знамениті музеї, так що саме місто через калейдоскоп яскравих подій розвиває власний бренд і стає популярною туристичною локацією.

Зовнішній вектор культуротворчої діяльності ініціативи «Європейська культурна столиця» спрямований на удосконалення іміджу міст, конструювання та популяризацію їхнього 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 їхніх сучасних еквівалентів. Тому одним з найважливіших завдань 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 нішу у світовій культурній матриці.

Зовнішній вектор культуротворчої місії ініціативи також орієнтований на протидію розмиванню локальної, традиційної культури, її уніфікації. Культурна столиця допомагає вибудувати надійний фундамент культури нації і гідно увійти у світовий полікультурний простір, забезпечуючи 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 насадження чужої культури, культурному імперіалізмі; певному симбіозі чужої та своєї культури; або ж відродженні локальної культури,

її унікальних звичаїв, традицій, цінностей, виробленні власного культурного продукту, таким чином поглибленні національної своєрідності.

У процесі культурного розвитку більшості країн домінують саме тенденції насадження чужої культури засобами так званої м'якої сили. Культура є універсальною «м'якою силою», одним з найефективніших інструментів просування власних національних інтересів у світі. На думку Джозефа Найя, дуже часто м'яка сила випливає з культури країни, тому традиційні аспекти національної культури можуть приваблювати інших, так само, як і її історія.

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

В умовах глобалізації культура несе почесну місію не тільки позитивно впливати на розвиток національних культур та збереження національної ідентичності, а й бути потужним засобом їхньої популяризації у ході міжнародної взаємодії.

«Європейська культурна столиця» як один з найбільш яскравих проєктів ЄС має передусім потужну культуротворчу місію, яка може розглядатися щонайменше у двох площинах, оскільки 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 із 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.

Література

1. Алмакучуков К.М. Продукты культуры как объекты рыночного оборота / К.М. Алмакучуков, Б.В. Мусатов // Вестник КРСУ. Том 14. – 2014. – №6. – С. 81-85.
2. Дослідження проблем трансформації культурної сфери та шляхів реалізації ключової ролі культури в соціально-економічному розвитку сучасної України [Електронний ресурс] / О.А. Гриценко, В.В. Солодовник, М.Ю. Рябчук, Н.К. Гончаренко. – 2009. – Режим доступу : <http://culturalstudies.in.ua/2009zv9menu.prphttp://culturalstudies.in.ua/2009zv9menu.prg>.
3. Жорнова О. Культуротворчість як інструмент цивілізаційного розвитку / О. Жорнова // Усвідомлення культури – запорука відновлення суспільства. Внесок сучасної науки в загальнолюдську культуру : Х міжнар. науково-практ. конф. 17-18 квітня 2009 р.: тези доповіді. – Севастополь : Вид-во СевНТУ, 2009. – С. 90-93.
4. Жорнова О. Культуротворчість: історія терміну та еволюція поняття / Ольга Жорнова // Междисциплинарные исследования в науке и образовании. – 2012. – № 1 К; URL. [Електронний ресурс]. Режим доступу : www.es.rae.ru/mino/158-1090.

5. Леонтьева В.Н. Культуротворческий процесс основания и начала / В.Н. Леонтьева ; Харьковск. нац. ун-т радиоэлектроники. – Харьков : Консум, 2003. – 215 с. – Библиогр: С. 202-215.

6. Луховская О.К. Культурный потенциал как социально-экономический ресурс национального хозяйства : автореф. дис. ... докт. эк. наук / О.К. Луховская. – Тамбов, 2009.

7. Молчанова Н.В. Специфика применения рекламных средств в деятельности учреждений культуры и искусства [Электронный ресурс] / Н.В. Молчанова. – Режим доступа : <http://www.tsutmb.ru/speczifika-primeneniya-reklamnyix-sredstv-v-deyatelnosti-uchrezhdenij-kulturyi-i-iskusstva>.

8. Розова Т.В. Філософська система Гегеля як вчення про етапи розвитку абсолютної ідеї / Т.В. Розова, Л.В. Чорна // «Гілея: науковий вісник». Збірник наукових праць. – 2015. – С. 226-229.

9. Романова Н.В. Ценность и культуротворческая деятельность в контексте неклассического подхода к социуму / Н.В. Романова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Философия. Культурология. Политология. Социология. – 2011. – Т. 24 (63). – № 2. – С. 133–140.

10. Флиер А. Я. Культурология для культурологов / А.Я. Флиер. – М., 2002.

References

1. Almakuchukov K. M. Produkty kultury kak objekty rynochnoho oborota / K. M. Almakuchukov, B. V. Musatov. // Vestnyk KRSU Tom 14. – 2014. – №6. – S. 81–85.

2. Doslidzhennia problem transformatsii kulturnoi sfery ta shliakhiv realizatsii ključovoi roli kultury v sotsialno-ekonomichnomu rozvytku suchasnoi Ukrainy [Elektronnyi resurs] / O. A. Hrytsenko, V. V. Solodovnyk, M. Iu. Riabchuk, N. K. Honcharenko. – 2009. – Rezhym dostupu do resursu: <http://culturalstudies.in.ua/2009zv9menu>.

3. Zhornova O. Kulturotvorchist yak instrument tsyvilizatsiinoho rozvytku / O. Zhornova // Usvidomlennia kultury – zaporuka vidnovlennia suspilstva. Vnesok suchasnoi nauky v zahalnoliudsku kulturu: Kh mizhnar. naukovo-praktychn. konf. 17-18 kvitnia 2009 r.: tezy dopovidy. – Sevastopol: Vyd-vo SevNTU, 2009. – S. 9

4. Zhornova O. Kulturotvorchist: istoriia terminu ta evoliutsiia poniattia / Olha Zhornova // Mezhdistsyplynarne issledovannia v naukeiy obrazovanii. – 2012. – № 1 K; URL. Elektronnyi resurs : rezhym dostupu : www.es.rae.ru/mino/158-1090.

5. Leonteva V.N. Kulturotvorcheskii protsess osnovaniia i nachala / V.N. Leonteva; Kharkovsk. nats. un-t radioelektroniki. – Kharkov: Konsum, 2003. – 215 s. - Bibliohr: s. 202-215.

6. Lukhovskaia O. K. Kulturnyi potentsyal kak sotsyalno-ekonomycheskyi resurs natsyonalnogo khoziaistva : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia dokt. ek. nauk / Lukhovskaia O. K. – Tambov, 2009.

7. Molchanova N. V. Spetsyfyka pryomeneniya reklamnykh sredstv v deiatelnosti uchrezhdeniy kultury i iskusstva [Elektronnyi resurs] / N. V. Molchanova – Rezhym dostupu do resursu: <http://www.tsutmb.ru/speczifika-primeneniya-reklamnyix-sredstv-v-deyatelnosti-uchrezhdenij-kulturyi-i-iskusstva>.

8. Rozova T. V. Filososfska systema Hehelia yak vchennia pro etapy rozvytku absoliutnoi idei / T. V. Rozova, L. V. Choma // Zbimyk naukovykh prats “Hileia: naukovyi visnyk”. – 2015. – S. 226–229.

9. Romanova N. V. Tsennost y kulturotvorcheskaia deiatelnost v kontekste neklassycheskoho podkhoda k sotsyumu / N. V. Romanova // Uchenye zapiski Tavrycheskoho natsyonalnogo universyteta im. V.Y. Vernadskoho. Serii: Fylosofiia. Kulturolohiia. Polytolohiia. Sotsyolohiia. – 2011. – T.24 (63). – №2. – S. 133–140.

10. Flyer A. Ia. Kulturolohiia dlia kulturolohov / A. Ia. Flyer., M., 2002.