

МІЖКУЛЬТУРНА ВЗАЄМОДІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розглянута міжкультурна взаємодія в умовах глобалізації. Підкреслюється, що глобалізація породжує появу нових культурних форм, нових цінностей. Факторами, що обумовлюють міжкультурну взаємодію, є ринкова економіка, інформаційні технології, медіа, мережева структура суспільства.

Ключові слова: глобалізація, взаємодія, культура, сучасне суспільство

Бобловский О.Ю. Межкультурное взаимодействие в условиях глобализации. *В статье рассматривается межкультурное взаимодействие в условиях глобализации. Подчеркивается, что глобализация порождает появление новых культурных форм, новых ценностей. Факторами, обуславливающими межкультурное взаимодействие, являются рыночная экономика, информационные технологии, сетевая структура общества.*

Ключевые слова: глобализация, взаимодействие, культура, современное общество

Boblovskiy O. Trans-cultural Interaction in the Terms of Globalization. *The trans-cultural interaction in the terms of globalization are considered in the article. The globalization produces the new cultural forms and means appearance. The factors of trans-cultural interaction are market economy, information technologies and net structure of society.*

Keywords: globalization, interaction, culture, modern society.

Сучасний світ все більше набуває глобалізованого характеру існування. Однією із характерних ознак глобалізації є взаємодія як окремих людей, так і окремих цивілізацій. Процес глобалізації веде до виникнення культурних форм, нових цінностей, зразків поведінки і діяльності, усереднювання світових потреб. Завдяки посиленню взаємозалежності бізнес-процесів організацій і глобалізації конкуренції на світових ринках локальні культури (національні, ділові, організаційні) вступають між собою в своєрідні взаємодії, внаслідок чого розвиваються межі між своїми і чужими культурами. Поширення глобального контексту міжнародної взаємодії породжує різноманітні конфлікти, які виникають з приводу зіткнення глобального (національного) з локальним в культурі. Постає питання: чи відбудеться внаслідок культурної взаємодії «сплав» культур, як на цей процес впливає глобальна ринкова економіка? Глобальний контекст призводить до послаблення існуючих кордонів соціокультурних відмінностей.

Глобальна ринкова економіка як підґрунтя міжкультурної взаємодії в умовах глобалізації – це проблема, що виникла в останній чверті ХХ століття. Вона має й інший аспект: як міжкультурна взаємодія впливає на глобалізацію ринкової економіки. Ось чому все більш актуальним стає вирішення досить складної проблеми – які моделі обере сучасне суспільство? Ці моделі в працях сучасних дослідників презентуються як моделі за принципом економічним чи культурним. Остання модель набуває все більшого сенсу, оскільки ринкова економіка сама є соціокультурним феноменом. Саме такий акцент був головним у виступах українських та російських філософів – учасників круглого столу «Єдність світу і розмаїття культур» у 2011 році.

Дослідження міжкультурної взаємодії потребують вирішення кола задач, в розв'язання яких вагомий вклад внесли праці таких закордонних вчених як Р. Робертсон, Е. Гіденс, У. Бек, З. Бауман, М. Кастельс, Ж. Ліотар, М. Хардт, Ю. Хабермас, Р. Рорти, В. Федотова, В. Кармін, В. Лекторський, В. Громов, В. Стьопін та інші. В українській філософській думці цієї проблеми опосередковано торкались С. Разумовський, С. Кримський, В. Малахов, О. Хома, С. Заветний, М. Култаєва та інші. Але в них тема впливу різноманітних факторів (економічних, політичних, культурних) на міжкультурну взаємодію в умовах глобалізації носить постановочний характер. Останнім часом з'являються публікації, де розглянуто окремі фактори міжкультурної взаємодії. Таким чином, перед науковцями постала актуальна потреба як в теоретичному, так і в практичному дослідженні означеної проблеми.

Концептуально значущими факторами, які відображають сутність, форму і структуру міжкультурної взаємодії є глобальна ринкова економіка, інформаційна природа сучасної

цивілізації та мережева соціальна структура суспільств. Отже, *метою статті* є з'ясування яким чином вказані фактори визначають та структурують міжкультурну взаємодію в сучасному світі.

Прискорення соціальних, економічних і культурних процесів сучасного світу принципово відрізняють сьогоднішню соціокультурну ситуацію від будь-якої доби в минулому. Різкість і частість змін подій на світовому ринку та надзвичайна вигідність використання їх мінливості у біржових операціях створили віртуальний сектор економіки, який працює лише в сфері інформаційних потоків та має найбільшу прибутковість, виробляючи не матеріальні цінності, а віртуальні, інформаційні. Як зауважив М. Кастельс, «капіталізм існує в нових принципово модифікованих формах», вісью яких є не дух протестантизму, а «дух інформатизму» [1, с. 352]. Мережеве з'єднання інформаційних потоків дозволяє блискавично впливати на ситуацію на світовому ринку, докорінно впливати на людей і події за допомогою «творчої деструкції», яка спрямована проти сталих форм будь-якої соціально-культурної конструкції та економічних форм організації виробництва. Мінливість не минула навіть ті структури, які першими засвоїли інформаційні технології і перетворили їх на тотальний механізм збагачення – транснаціональні корпорації. Їх вертикальна структура була дезінтегрована та перетворена на горизонтальну [1, с. 310]. Це вимога мережевого суспільства і його економіки, де все залежить від швидкості відповіді на попит глобального ринку. Сама корпорація перетворюється на мережу, в якій союзи утворюються в залежності від конкретних тимчасових завдань учасників корпорації.

Поступовість і помірність соціальних і виробничих перетворень, що характеризували історію навіть ХІХ століття, вже у ХХ перетворились на стрімку гонитву за технологічними і соціальними «проривами». Саме тому сучасна соціальна філософія сприймає «мінливість» як основну рису сучасних соціокультурних процесів, що уможлиблює збереження різноманітності та множинності матеріального виробництва і соціальних практик. Мінливість стала єдиною статичною ознакою ситуації «творчого хаосу» суспільства, що глобалізується. Поєднання територіальної і часової присутності різнотипних суспільств, спільність і взаємне доповнення їх існування – все це є рисами сучасної системи міжкультурної взаємодії. Різноманіття територіальних національно-культурних, цивілізаційно-історичних локальностей доповнилось локальностями, що утворюються за рахунок різного часового засвоєння певних технологій інформаційного та матеріального виробництва. Так, використання у туристичних рекламах метафори на кшталт «здійснити подорож в часі», що застосовується відносно регіонів з інакшим темпом розвитку, стало свідченням усвідомлення одночасності існування різних історично-часових просторів в межах світової культури. Саме ця ключова риса сучасної соціокультурної ситуації спонукала Е. Гіденса і Р. Робертсона до створення концепту «часопростору».

«Часопростір» - концепт, який відображає асоціації історичного часу з певною системою виробництва, ментальних установок, соціального ладу. На рівні сприйняття «часопростір» може бути поданий як символічний ряд, що утворює образ якогось історичного періоду, наприклад, «вікторіанська Англія» чи «епоха буржуазних революцій», або більш складні конструкції – «індустріальне суспільство» чи «інформаційне суспільство». Концепт «часопростору» передбачає одночасного накладання просторових і часових характеристик на об'єкт аналізу. Це темпоральність приєднана до регіону і соціальної верстви.

«Часопростір» розглядається як феномен одночасної присутності та взаємодії суспільств, що знаходяться на різних етапах розвитку. Така темпоральна різниця між культурними локальностями та принципова технічна неможливість одночасної модернізації всіх суспільств стають об'єктивною умовою збереження множинності та різноманітності соціально-культурних практик. Тим самим, Локальне може бути інтерпретовано не просто як частина Глобального, як стверджує Р. Робертсон [2, с. 61], а як умова його існування. Регіональні культури набувають універсального змісту і впливають на «панівні» культури західного світу, а «часова» різниця культурного продукту сприймається як товарне різноманіття. Для суспільств високого рівня розвитку матеріального виробництва «часова» зустріч – екзотика «повернення в минуле», архаїчні форми мистецтва, естетичний примітивізм. Це ринковий товар, що має свого споживача і займає певний сегмент ринку. Для суспільств іншого «часового» стану – крок в майбутнє, знайомство з матеріальною культурою і соціальними практиками іншого часового виміру. Це, знову-таки, - товар, що реалізується у глобальному світі у вигляді речей і технологій.

Мінливість, множинність, різноманіття – ці ознаки перетворились на характеристику умов існування вільного ринку. Ринок існує завдяки розмаїттю товарів і послуг, які він пропонує, а виживання учасників ринку залежить від здатності швидко реагувати на попит і оновлення асортименту продукції. Наявність культурних чи часопросторових локальностей додають не

тільки товарного різноманіття, але й розширюють можливості збуту і варіативність потреб у продуктах матеріальної культури.

Ідея «капіталу розмаїтості», що передбачає збереження культурних і територіальних локальностей разом із їхніми матеріальним і правовим різноманіттям, у повній мірі відповідає попиту глобального ринку, який існує завдяки територіальній виробничій спеціалізації, різниці рівнів життя і оплати праці, культурній екзотиці. За висновком М. Хардта та А. Негрі, сучасна система міжкультурної взаємодії «цілком відповідає ідеології корпоративного капіталу та світового ринку» [3, с. 137]. Тим самим, ідеологія корпоративного капіталу визначена як системоутворююча підстава для побудови міжкультурних зв'язків сучасності.

Корпоративна ідеологія передбачає, що вся соціальна система має бути побудована на ринковому принципі – «забезпечення вибору». Навіть система прав інтерпретується Р. Дарендорфом як «забезпечення вибору», що має цілком матеріальний, речовий вимір [4, с. 26]. Такий «матеріально-ринковий» підхід змінює бачення соціально-культурних процесів ХХ століття, оскільки соціальна дія перетворюється на акт вибору, для якого необхідна наявність альтернатив соціальної практики і матеріальних уподобань.

Глобалізація економічної активності, за висновками У. Бека, спричиняє «хвильові трансформації в сфері культури, процес, який називається «культурною глобалізацією»» [5, с. 82]. Сучасний характер міжкультурної взаємодії відображає зростання інтеграції соціально-економічного життя, коли тісний зв'язок ринків, валют і корпоративних організацій задають цілі і форми соціальних, культурних і політичних контактів. Інтеграція ущільнює взаємодію різних локальних практик, що приводить до опрацювання єдиного символічного поля культурних комунікацій. Окрім юридичної сторони діяльності корпорацій, що має професійне наповнення і організує внутрішню діяльність такого міжкультурного економічного об'єднання, корпорація репрезентує через свої товари і послуги певний стиль життя.

Державно-національні локальності також втрачають внутрішню гомогенність. Потреба у відмові від етнічної гомогенності для більшості країн пов'язана з зацікавленістю у трудовій міграції, приході іноземних інвесторів, отриманні доступу до глобальної світової системи виробництва та розподілу товарів і послуг, потоків фінансів і робочої сили. Вслід за задоволенням цих потреб в економічній сфері на символічному рівні культури з'являються гібридні та інтеркультурні музичні форми, дизайнерські рішення архітектурних, технічних, побутових об'єктів. Таке явище У. Бек назвав «конвергенцією глобальної культури» [5, с. 269], тобто наближення до однакових форм і значень культур, які мають різне походження. Умовою для конвергенції є однакове середовище розвитку різних за походженням культур, що забезпечується системою товарного виробництва. Як свого часу гроші стали універсальним еквівалентом вартості товарів, так у суспільстві споживання товар набув універсального символічного значення, що у свою чергу забезпечило процес конвергентності культур.

Ю. Габермас наголошує на тому, що речові елементи життєвого світу отримують своє значення завдяки не тільки технічним правилам їх виготовлення, але й узгодженням щодо їх використання [6, с. 86]. Споживча вартість товару несе в собі не тільки витрати на його виробництво, але й контекст застосування товару. Так само як М. Гайдеггер через аналіз інструментального характеру предметів споживання відкрив їх символічне значення в просторі культури, так само Ю. Габермас відкриває суспільний характер речі-товару, інтеріоризацію сутнісних домовленостей, які стосуються суспільних потреб і здатностей, що знову таки трансформуються в потреби і навички.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що за допомогою речі-товару відбувається проявлення концептуально важливих елементів культури – культури вмінь і культури виховань. Через міжнародну ринкову інтеграцію відбувається міжкультурна комунікація, яка приводить до утворення спільного символічного поля, що корегує культурні локальності.

Разом із утвердженням ідея товару як символу причетності до локальної чи глобальної культури відбувається і зміна ідеологій та соціальної структури локальних суспільств. В них виокремлюється особливий прошарок спільноти, який залучено до глобальної мобільності – участь у керівництві транснаціональних корпорацій, трудовій міграції і туризмі. Ці соціальні групи були умовно позначені З. Бауманом як «туристи і бродяги» [7].

Метафору З. Баумана «туристи» можна інтерпретувати як відображення формування нового типу соціальної еліти, яка не прив'язується до державно-національної локальності. «Еліти космополітичні [1, с. 342]», - стверджує інший дослідник феноменів глобалізованої культури М. Кастельс, погоджуючись з думкою З. Баумана щодо змін соціальної структури глобалізованого суспільства. Але так само як глобальні економічні процеси змінили соціальну структуру

суспільства, так само сфера виробництва і послуг змінює своєю продукцією символічний простір виокремлення еліти, середнього класу та соціального маргінесу. Ця продукція уособлює і водночас організує нові соціальні практики і життєвий лад як на рівні еліт, так і на рівні пересічного споживача середнього класу і маргінесу.

Глобальний ринок усуває національні та територіальні сегментації розподілу споживання товарів і формує ринкову сегментацію, яка ґрунтується на задоволенні потреб, що пов'язані з бажаннями і перевагами певного роду штучних задовольень, які пропонує інтеркультурне масове виробництво. Ринок, як система «біополітичного структурування» життєвого ладу створює стилі життя, дизайнерський простір, які уніфікують символічне оточення людей по всьому світу, залучаючи специфіку культурних локальностей як чергову товарну пропозицію, що поширює товарний вибір.

Найефективнішим засобом ринкового супроводу товарів у сучасному світі – створення інформа-ційної продукції, яка символічно позначає потреби споживача і корелює їх з рекламними образами то-варів. Символізація товарів і створення привабливого товарного образу і разом з цим стилю життя, який приходить з товаром-символом – це інструментальний рівень міжкультурної взаємодії доби глобалізації.

Ринок товарів і послуг своїми потребами стимулює форматування медіа- та інформаційного простору, яке спрямоване на акультурацію і синтез різних культурних практик. Безпосередньо ці процеси відбиваються на розвитку туризму як галузі економіки, що створює умови до адаптації культурної локальності (країни чи регіону) до світового оточення, з одного боку, і відкриває локальність для світу, залучає її до глобальних процесів, з другого.

Поєднання цих умов з фактично необмеженими можливостями сучасного рівня розвитку виробництва сформували спосіб існування сучасного суспільства. Як це було відзначено Г. Маркузе, людина суспільства споживання потрапила у залежність від потреби різноманіття, бажання постійно нової насолоди. «Одним з найбільш дратівливим аспектом розвинутої індустріальної цивілізації є продуктивність, її здатність удосконалювати і розповсюджувати зручності, перетворювати на потребу непомірне споживання [8, с. 12]». У свою чергу контроль над «фабрикою бажання» перетворився не тільки на контроль над системою виробництва, але й над соціальною системою та загальною системою організації життєдіяльності людства. Сфера культури виховання була пристосована до вимог масового виробництва, тобто націлена на прищеплення потреби споживання, тоді як культура вмінь одночасно стала культурою виробництва нових задовольень (як результату процесу виробництва).

На думку М. Кастельса, починаючи з 1980-х років, глобалізація ринків і капіталу створили нову інфраструктуру – структуру світової економіки, а разом з цим утворилась і глобальна організація життєдіяльності регіональних і тотальних спільнот. Склався глобальний інтегрований ринок, в який об'єдналися фірми різних регіонів, але не змогли подолати специфіку цих регіонів [1, с. 95]. Такий опір традиційних локальностей (державно-національних утворень) сьогодні окреслює межу глобалізації, подолання якої М. Кастельс вважає лише питанням часу, оскільки це вже вочевидь визначена історична перспектива розвитку людства. В якості головної ознаки цього історичного процесу вказується той факт, що реструктуризація світової економіки протягом останнього десятиліття призвела до стрімкого розвитку і зростання впливу на світові економіко-політичні і соціальні процеси стабільних наднаціональних спільнот, що утворилися в галузі виробництва, банківській сфері, масовій культурі, торгівлі, науці, професійної освіти. Потужність внутрішніх зв'язків цих спільнот реструктурує сталі традиційні спільноти від трудових колективів до національних громад, змінює усталений суспільний лад, соціальні практики і всю систему організації життєдіяльності локальних культурних систем [1, с. 112].

Культура в сучасному світі як відображення процесів виробництва і споживання втратила, за визначенням Ж. Ф. Ліюгара, минулого значення – культивування цінності «автономної особистості, гуманізму, трагічного і романтичного кохання». Але висока культура не вироджується в масову культуру, а «заперечується дійсністю». Відбувається «ліквідація двомірної культури» (високої і масової) через залучення її до порядку масового виробництва і демонстрації [9, с. 72-73].

Висновки. Міжкультурна взаємодія в сучасному світі будується вимогами глобалізованого ринку. Дилема організації взаємодії полягає у збереженні двох діалектичних протилежностей – збереження множинності, різноманіття і мінливості за умов спільності правил і процедур, за якими існує різнорівневий і різноманітний ринок. Вирішення такого внутрішнього протиріччя набуло вигляду створення «однотипного різноманіття» на кшталт сучасного Євросоюзу, де

національна різноманітність країн-членів структурується в межах спільної схеми соціальних практик. Таке упорядкування різноманітності надає змогу надати носію локальної культури набути статус глобального користувача. Структурування внутрішнього ладу за стандартом єдиного ринку, - крок до створення «однотипної різноманітності». Сам факт історичного виникнення Євросоюзу як наслідку економічної інтеграції країн беззаперечно свідчить про домінуючий вплив ринку на формування принципів і системи сучасної міжкультурної взаємодії, а також на процеси структурування культури як організації життєдіяльності і людини, і спільнот.

Синтез ринку і культури, чи скоріш реструктуризація культури в інтересах ринку, що відбулась з розвитком суспільства споживання, привела до використання практики маркетингу для формування суспільної думки, а разом з цим, і організації міжкультурної взаємодії за принципом маркетингу.

Література:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; Пер. с англ. О. Шкаратана – М.: ГУВЭШ, 2000.- 608 с.
2. Рорти Р. Хабермас и Лиотар о постсовременности / Р. Рорти // Ступени. - 1994. - № 2. – С. 26-38.
3. Хардт М., Негри А. Империя / пер. с англ. Г.В. Каменской, М.С. Фетисова. — М.: Праксис, 2004. — 440 с.
4. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / Р. Дарендорф; пер. с нем. Л. Ю. Пантиной. – М.: «Российская политическая энциклопедия», 2002. – 288 с.
5. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / У. Бек; пер. с нем. А. Григорьева, В. Седельника; Общ. ред. и послесл. А. Филиппова. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. - 304 с.
6. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. / пер. с нем. М. М. Беляева и др. – М. : Весь мир, 2003. – 416 с.
7. Артеменко А.П., Попова Н.В. Теорія прикордоння: конструювання національної ідентичності на фоні європейської спільності / А.П. Артеменко, Н.В. Попова // Філософські перипетії. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – № 877, 2009. – Серія: філософія. – Харків, 2009. – С. 32-38.
8. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества / Г. Маркузе; пер. с англ. А. Юдин. – М. : RFL-book, 1994. – 368 с.
9. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Лиотар Ж.-Ф. – М.: "АЛТЕЙЯ", 1998. – 162 с.

© Бобловський О. Ю., 2012.