

РИНКОВА ІДЕОЛОГІЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

У статті проаналізовано процеси взаємодії локальних культур в умовах глобалізації. Автор розглядає вплив глобального ринку на організацію системи взаємодії культур. Культурні, соціальні та економічні розбіжності визначено як умови культурної глобалізації.

Ключові слова: глобалізація, міжкультурна взаємодія, культура, ідентичність.

В статье анализируются процессы взаимодействия локальных культур в условиях глобализации. Автор рассматривает влияние глобального рынка на организацию системы взаимодействия культур. Культурные, социальные и экономические региональные различия определены как условия культурной глобализации.

Ключевые слова: глобализация, межкультурное взаимодействие, культура, идентичность.

The processes of the local cultures cooperation are analyzed in this article. The author investigates the global market influents on the cultural cooperation management. The author determines the cultural, social and economical differences between the localities as the conditions of cultural globalization.

Keywords: globalization, intercultural cooperation, culture, identity.

Проблема усвідомлення природи та форм організації міжкультурної взаємодії в умовах глобалізації набула особливої актуальності для соціально-філософських досліджень на початку ХХІ століття. Особлива увага до цієї проблеми пов'язана з кризою теоретичних конструкцій світосистем, які ґрунтувались на лінійному принципі співвідношення культур, відмовою від концепції імперіалістичної, колоніальної системи конфлікту і підкорення культур.

Результати дискусій межі ХХ – ХХІ століття сприяли відходу від бачення світу часів біполярної геополітичної системи, що структурувалась за ідеологічним принципом чи принципом приналежності до цивілізацій. Ж. Бодрійяр, С. Хантінгтон, Й. Фрідман, Ю. Габермас інтерпретували глобалізацію як відбиття процесів боротьби за гегемонію центральних культур і дифузію їх цінностей. Подібний відхід відображає уявлення про світ як об'єкт експансії країн з розвиненим промисловим виробництвом. Але результати

першого десятиліття ХХІ століття засвідчили, що сучасний світ не поділений на частини і не сегментований на табори протистояння. Не тільки лінійний принцип конструювання міжкультурної взаємодії, але й принцип «центрації», що був опрацьований філософами наприкінці ХХ століття, уже не дає вичерпного пояснення культурних зв'язків сьогодення. Структура світобудови, створена за принципом протистояння центру (чи центрів) і периферії (периферій), втратила свою актуальність, оскільки, за висновком С. Ф. Мура, у сучасних соціокультурних процесах сталося «стиснення простору в глобалізації, що залучає до „ядра” професіоналів з периферії» і як наслідок – утворення глобалізаційної схеми світу не умовним центром, а експертами з периферії [5, с. 57]. Міжкультурна взаємодія – процес набагато складніший, ніж звичайне протистояння цивілізаційних світів, що потребує ускладнення і теоретичної конструкції, яка відображає цей процес.

М. Хардт та А. Негрі в роботі «Імперія» наполягають на тому, що «світ визначається і завжди визначався незліченними частковими і рухливими розбіжностями. Бінарна концепція світу передбачає сутнісну природу і гомогенність ідентичностей обох його частин, що, завдяки зв'язку між ними, долає межу між частинами. Ця концепція вимагає включення всього досвіду у з'єднану соціальну цілісність» [6, с. 141]. Концепції «бінарної гомогенності» були витіснені концепціями «капіталу розмаїтості», «гібридизації культур» та «культурної поліфонії», що напрочуд точно відповідають потребам світового ринку та ідеології корпоративного капіталу.

У. Бек та М. Кастельс наполягають на тому, що, починаючи з 1980-х років, глобалізація ринків і капіталу створили нову інфраструктуру світової економіки, яка утворила і глобальну організацію життєдіяльності локальних та тотальних спільнот. Глобалізація економічної активності, за їх висновками, спричиняє «хвильові трансформації у сфері культури, процесу, який називається „культурною глобалізацією”» [1, с. 82]. Але якщо організувальним фактором культурної глобалізації є глобальна економіка і глобальний ринок, то можна погодитися з думкою І. Валлерстайна щодо прямої залежності міжкультурної взаємодії від економічних процесів глобалізації. Сучасний характер міжкультурних відносин відображає зростання інтеграції соціально-економічного життя, коли тісний зв'язок ринків, валют і корпоративних організацій задають цілі та форми соціальних, культурних і політичних контактів. Інтеграція ущільнює взаємодію різних локальних практик, що приводить до опрацювання єдиного символічного поля культурних комунікацій.

Увага дослідників культурних контактів зосередилась на понятті «ринку» як різноплановому відображенні соціокультурних процесів обміну. В цьому понятті вдалось поєднати основні детермінанти соціальних процесів –

економічну, політичну та соціокультурну. Для більшості сучасних досліджень ринковість / глобальність – продукт перероблення марксизму в історії та соціології [5, с. 77]. Проте ринковість має конкретний прояв як товарообіг між різними часовими і просторовими культурними локальностями, а міжкультурна взаємодія набуває вигляду ринкового обміну.

Локальне може бути інтерпретоване не просто як частина глобального, а як умова його існування. Регіональні культури набувають універсального змісту і впливають на «панівні» культури західного світу, а «регіональна» різниця культурного продукту сприймається як товарне різноманіття. Для суспільств високого рівня розвитку матеріального виробництва це ще й «часова» зустріч – екзотика «повернення в минуле», архаїчні форми мистецтва, естетичний примітивізм. Культурні відмінності продуктів виробництва – ринковий товар, що має свого споживача і займає певний сегмент ринку. Для суспільств різного «часового» стану – крок у 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.

Образ міжкультурної взаємодії як ринкового обміну матеріальними, інформаційними, соціальними цінностями надав можливість зняти численні суперечності теоретичного плану, а саме проблему єдності чи множинності культурних форм, гомогенності чи гетерогенності культурної ідентичності, а також бачення природи взаємодії культур не як конфлікту, а симбіозу, діалогу. Ринок набув статусу теоретичної моделі, яка відображає характер міжкультурної взаємодії у сучасному світі.

Як зазначають М. Хардт та А. Негрі, «ідеологія світового ринку спирається на дискурс, який спрямований проти всього глибоко вкоріненого та цілісного. Обіговність, мобільність, розмаїття та змішання є єдиними умовами існування ринку» [6, с. 147]. Це зумовило виникнення ідеї «капіталу розмаїтості», що передбачає збереження культурних і територіальних локальностей разом із їхніми матеріальними й політико-правовими розбіжностями та вповні відповідає попиту глобального ринку, який існує завдяки територіальній виробничій спеціалізації, різниці рівнів життя й оплати праці, культурній екзотиці.

Ринок існує завдяки розмаїттю товарів і послуг, які він пропонує, а виживання учасників ринку залежить від здатності швидко реагувати на попит й оновлювати асортимент продукції. Мінливість, множинність, різноманіття – ці ознаки перетворились на характеристики умов існування вільного ринку й водночас на вимоги до сфери культури. М. Хардт та А. Негрі визначають ринок як складний апарат «біополітичного структурування світу» [6, с. 44], тому значна частина соціальних, політичних і культурних процесів скеровуються саме вимогами глобального ринку.

Наявність культурних локальностей зумовлюють не тільки товарне різноманіття, але й розширюють можливості збуту й варіативність потреб у продуктах матеріальної культури. Міжнародні корпорації будують свої довгострокові програми саме на можливості гри на локальних різницях умов виробництва і споживання. Водночас культурні локальності зберігають відносну стабільність й обмежують розвиток ринку, стримують такий показник, як «мінливість».

Прискорення всього комплексу соціальних, економічних та культурних процесів сучасного світу принципово відрізняють сучасну соціокультурну ситуацію від будь-якої доби в минулому. Поступовість та помірність соціальних і виробничих перетворень, що характеризували історію навіть XIX століття, у XX столітті перетворились на стрімку гонитву за технологічними й соціальними «проривами». Саме тому сучасна соціальна філософія сприймає «мінливість» як основну рису сучасних соціокультурних процесів, що уможливорює збереження різноманітності та множинності матеріального виробництва і соціальних практик.

Соціокультурна сфера глобалізованого світу будується за ринковим принципом – «забезпечення вибору». Таке будівництво здійснюється на онтичному рівні через перетворення речі в товар, а товару, за висловом Р. Дарендорфа, у «квиток на права», що не «зростають» чи «зменшуються», а «даються» і «відбираються» [3, с. 25–26]. У свою чергу доступність товарів стає виразом свободи, яка теж дається і відбирається з можливістю одержати товари і послуги в легальний спосіб. Разом з товаром людина отримує і блага «неекономічного» характеру, які не мають прямого еквівалента товарно-горшового виразу. Р. Дарендорф визначив їх як «неекономічний товар» – політичні інтереси, соціальний захист, естетичні вподобання та етичні переконання. Систему прав дослідник інтерпретує як «забезпечення вибору», що має цілком матеріальний, речовий вимір [3, с. 26]. Такий «матеріально-ринковий» підхід змінює бачення соціально-культурних процесів, оскільки соціальна дія перетворюється на акт вибору, для якого необхідна наявність альтернатив соціальної практики і матеріальних уподобань.

Але чи достатнє сучасне культурне різноманіття для подальшого забезпечення функціонування глобального ринку? Чи заважають традиційні культурно-територіальні локальності ринковій динаміці? Як впливає ринок на розвиток локальних культурних спільнот?

Відповіді на ці питання пов'язані з усвідомленням впливу маркетингових практик на формування соціальної свідомості. Ця проблема привернула увагу дослідників у 1980-х роках. Дж. Бодріакд, В. Вівер, С. Браун схилились до думки про набуття постмодерністською свідомістю уявлень про світ і систему міжкультурної взаємодії як продуктів маркетингової практики [7; 8; 9]. За

висновками цих дослідників, навіть біологічне існування людини (усі процеси від харчування до розмноження) потрапило в пряму залежність від системи ринку. В цій оцінці вони солідаризуються з думкою Г. Маркузе про те, що «більшість домінантних потреб (розслабляться, розважатись, споживати...) належать до хибної категорії штучних потреб», які створені механізмами реклами, що в свою чергу слугують стимуляторами ринку [4, с. 7]. Тим самим інструменти ринку надали культурі, за визначенням Р. Дарендорфа, вигляду «техноекономічного ладу», через що навіть локальна європейська культура, яка утворилась як плід протестантської етики накопичення, наполегливої праці й відкладеного в часі задоволення, перетворилась на культуру сьогочасної насолоди [3, с. 182]. Культура стала гедоністичною, споживацькою, почала асоціюватись з демонстративною насолодою. Аналізуючи проблему впливу ринку на сучасну людину, П. Дж. Бюкінен навіть прогнозує смерть західної цивілізації через підміну природних потреб людини ринковими сурогатами, які суперечать навіть біологічним потребам [2, с. 38, 175].

Ринок як глобальна система перерозподілу матеріальних цінностей для сучасної людини перетворився на інституцію з формування потреб, соціальних цілей і практик. Ринковий попит не тільки регулює виробництво й розподіл товарів, але й структурує суспільство через розподілення соціально важливих функцій. До того ж, ринок визначає роль локальних утворень у загальній системі світу, їх значення в глобальній системі виробництва та розподілу матеріальних благ. Фактично міжкультурна взаємодія потрапила під контроль ринкових механізмів, які використовують наявність культурно-територіальних розбіжностей задля підвищення ефективності й прибутковості операцій з перерозподілу матеріальних цінностей.

Зацікавленість корпорацій у надприбутках від міжнародної торгівлі, валютних операцій, трудової міграції змінює правила міждержавних стосунків і політичну мапу сучасного світу. І. Валлерстайн, У. Бек, Р. Робертсон оцінюють створення Євросоюзу як економічну відповідь європейських країн на конкуренцію з боку американського ринку. На думку цих дослідників, була побудована нова економічно доречна тотальність у вигляді Євросоюзу, що поєднала національні держави. Штучно створилась наднаціональна структура, що перш за все відповідає економічним вимогам європейського ринку й корегує всі інші сфери соціально-політичного життя національних локальностей. При цьому державно-національні локальності залишаються активними діячами європейського, а через нього і світового ринку. За таких умов Європа в новому статусі не перетворюється на гомогенну культурну спільноту, додержуючись вимог «капіталу різноманіття». Незважаючи на те, що національні соціальні, політичні, державні практики країн – членів ЄС зазнають певної уніфікації, їх індивідуальність залишається своєрідним культурним

маркуванням різноманіття.

Однак внутрішня гомогенність державно-національних локальностей суперечить потребам розширення й урізноманітнення ринку. З одного боку, відмова від етнічної гомогенності для більшості країн пов'язана із зацікавленістю у трудовій міграції, приході іноземних інвесторів, отриманні доступу до глобальної світової системи виробництва та розподілу товарів та послуг, потоків фінансів і робочої сили. Вслід за забезпеченням цих потреб в економічній сфері на символічному рівні культури з'являються гібридні й інтеркультурні музичні форми, дизайнерські рішення архітектурних, технічних, побутових об'єктів. Таке явище У. Бек назвав «конвергенцією глобальної культури» [1, 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.

З іншого боку, глобальний ринок створює нові культурні локальності, відокремлюючи від стійких національно-культурних ідентичностей менші регіональні ідентичності чи конструюючи нові наднаціональні форми спільнот. Такі процеси нагадують маркетингову технологію виокремлення «цільової групи» із загальної кількості споживачів. Для такої групи розробляється свій різновид товарів, ринкових стратегій, символічного ряду. Ці процедури – поштовх, стимуляція ринку, спосіб урізноманітнення попиту та пропозицій.

Наслідками таких ринкових стратегій є пробудження чи винайдення локальних ідентичностей. Так, за російським переписом 2010 року з'явилися нові форми національної ідентичності, такі, як «козак» і «сибіряк». У Європі виник рух кельтської культури. Як приклад відродження регіональних культурних традицій можна навести визнання й надання культурно-територіальної автономії Уельсу, Каталонії, Валлонії. Саме це спонукало У. Бека, Е. Гідденса, Е. Тоффлера заговорити про руйнацію, розкол, зникнення нації як соціокультурної великої форми ідентичності в умовах глобалізації. Водночас Е. Д. Сміт та Л. Грінфелд наполягають не на зникненні нації як форми ідентичності, а на змінненні форм її проявлення.

Сучасна система міжкультурної взаємодії сформувалась як відповідь на потреби ринку в розмаїтті товарів і послуг. Гомогенність будь-якої соціально-культурної системи сприймається як недолік, перешкода універсальності та потенціальні додаткові витрати до адаптації продукту (матеріального, соціального чи правового) до локальних ринків. Тому культурні спільноти не мають бути внутрішньо однорідними. Вони вибудовуються на стиках сталих культурних систем із залученням різноманітного соціально-культурного контингенту. Таким чином, структурні одиниці міжкультурної взаємодії пристосовуються до роботи в умовах ринкового різноманіття. Але водночас

створюється нова утопія, у якій ринок вільний, а не детермінований економічними законами. Так само локальні культури, перетворені на ринковий елемент різноманіття, втрачають свою самобутність і самодостатність, оскільки конструюються за принципом ринкової доречності. Через таке «ринкове» структурування міжкультурної взаємодії з «типовими націоналізмами» та «товарною культурою» відбувається симуляція глобальної єдності й безконфліктності.

Література:

1. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / У. Бек. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 304 с.
2. Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада / П. Дж. Бьюкенен. — М. : ООО «Издательство АСТ», 2003. — 444 с.
3. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / Р. Дарендорф. — М. : РПЭ, 2002. — 288 с.
4. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества / Г. Маркузе ; пер. с англ. — М., 1994. — 368 с.
5. Робертсон Р. Глобалізація: часопростір і гомогенність-гетерогенність / Р. Робертсон // Глобальні модерності. — К. : Ніка-Центр, 2008. — С. 48—72.
6. Хардт М. Империя / М. Хардт, А. Негри. — М. : Праксис, 2004. — 440 с.
7. Brown S. Postmodern Marketing / S. Brown. — London : Routledge, 1995.
8. Baudrillard J. Selected Writings / J. Baudrillard ; ed. Mark Poster. — Oxford : Blackwell, 1988.
9. Eco Umberto. Travels in Hyper-reality / Umberto Eco ; trans. William Weaver. — London : Picador, 1986. — PP. 3—58.