

УДК 130.2, 130.3 (477.54/62) (075.8)

Титар О. В.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І УКРАЇНСЬКІ КУЛЬТУРНІ ІДЕНТИЧНОСТІ: ГЛОБАЛЬНИЙ ДИКТАТ ВІЗУАЛЬНОГО

Доведено, що сучасні ідентичності є продуктом глобалізації як нівелюючої ринкової системи й індустрії відеобразів. Глобалізація продовжує утопію як структуру, що перебуває поза ієрархіями. Автор розглядає глобалізацію як антропологічну спробу побудувати грандіозну ієрархію без ієрархій. Альтернативою глобальним споживчим ідентичностям є традиційні етики, зокрема християнська етика. Українська культура повинна подолати глобалізаційні ризики за допомогою культурного посередництва, мультикультуралізму та національних традиційних культурних стратегій.

Ключові слова: ідентичність, відеобраз, мультикультуралізм, глобалізація, традиційні етики, українська культура.

Доказывается, что современные идентичности являются продуктом глобализации как нивелирующей рыночной системы и индустрии видеобразов. Глобализация продолжает утопию как структуру, которая находится вне иерархий. Автор рассматривает глобализацию как антропологическую попытку построить грандиозную иерархию без иерархий. Альтернативой глобальным потребительским идентичностям являются традиционные этики, в частности христианская этика. Украинская культура должна преодолеть глобализационные риски с помощью культурного посредничества, мультикультурализма и национальных традиционных культурных стратегий.

Ключевые слова: идентичность, видеобраз, мультикультурализм, глобализация, традиционные этики, украинская культура.

It is proved that contemporary identity are a globalization as leveling market system and industry of video images. Globalization continues a utopia as structure which is out of hierarchies (non-hierarchy structure). We consider globalization as anthropological attempt to construct grandiose hierarchy without habitual hierarchies. Alternative to global consumer identity are traditional ethics, in particular Christian ethics. Ukrainian culture should overcome globalization risks by means of cultural mediation, multiculturalism and national traditional strategy.

Keywords: identity, video image, multiculturalism, globalization, traditional ethics, Ukrainian culture.

Постановка проблеми. Ідентичність – складний багатокomпонентний феномен, що став предметом дослідження представників різних галузей гуманітарної і філософської думки.

Культурна ідентичність включає національну та соціальну ідентичність,

ідентичність певних субкультур, також расову, гендерну та іншу ідентичності.

Глобалізація впливає на всі види ідентичності – від наднаціонального виду ідентичностей, національних ідентичностей до культурних та соціокультурних ідентичностей на індивідуальному рівні.

Особливо важливими для дослідження є форми вираження цього впливу – репрезентації, форми зміни та трансформації візуальної культури як панівної в сучасному світі, а також зміни, що породжують трансформації візуальної культури в національних ідентичностях, зокрема в українській національній ідентичності.

Аналіз останніх досліджень. Одними з перших широко використовувати поняття ідентичності почали психоаналітики. У «Загальній психопатології» К. Ясперса власна ідентичність є ознакою свідомості Я, її свідомість пов'язана зі сталістю особистості – залишатись тим, ким був ти завжди [11]. У філософії та психології поняття ідентичності розповсюджується завдяки працям Е. Еріксона, психосоціальна ідентичність він розуміє як «безперервну самототожність», що основана на прийнятті особистістю цілісного образу свого Я в сукупності його соціальних зв'язків [10].

Проблемам національної ідентичності та її глобальним змінам присвячені праці Б. Андерсена [1], У. Кімліки [12], Е. Гелнера [3], а також українських дослідників, наприклад Л. Нагорної [6].

Головною метою нашого дослідження є проаналізувати саме національну ідентичність, різні форми прояву її, репрезентації в культурній сфері, їх змінюваність під впливом глобалізації.

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Наше дослідження досить вагому роль відводить розгляду трансформацій ідентичності під впливом глобалізації та вираження цих трансформацій у візуальній культурі, а також культурі книжковій – логоцентричність модерну поширюється засобами «принт-капіталізму», і на довгий час візуальний матеріал будується за допомогою логіки книжкового ринку, книжкової репрезентації, далі ми бачимо зворотній вплив – зі зростанням значення візуальної культури не тільки змінюється «книжковий світ», але й логіка капіталізму – він стає «візуальним капіталізмом», логіка побудови візуального образу переноситься на логіку ринку. Тим самим відбувається якісна зміна самої глобалізації – можна сказати, що «одномірною» глобалізацією початку ХХ століття у ХХІ столітті замінюється «багатовимірною» глобалізацією нового зразка, де відбувається не стільки нівеляція національних ринків, національних мов та національної індустрії як такої, а **нівеляція візуальних образів та поведінкових стратегій**. Новий рівень глобалізації, з одного боку, пропонує проліферацію та розвиток різних видів ідентичності, з іншого – самі зразки такої трансформації задаються більш жорстко.

Диктат візуального в ідентичностях стає більш жорстким, ніж диктат нації, держави та мови в добу раннього та середнього модерну.

Звичайно альтернативою залишаються **ідентичності, побудовані на**

тактильному контакті, середовищі родичів, родинних зв'язках, а також на основі території державного, суспільного чи родинного спілкування. Разом із тим їхня кількість і значення поступово зменшується. Оскільки вони принципово не можуть бути індустріалізовані, масово поширені, тому **відсоток їх знижується** або замінюється візуальними фальшованими відповідниками (соціальні мережі, наприклад).

Таким чином, сучасні ідентичності відчують подвійний тиск з боку глобалізації як **нівелюючої ринкової системи** та **індустрії відеобразів**.

Регіональні ідентичності перебувають на вістрі як старих, так і нових проблем сучасності, вони пов'язані як із подвійним визначенням себе як представника держави та регіональної громади, так і з політичним та соціокультурним тиском глобалізації.

Протягом тривалої історії Україна здійснює контакти з класичними культурами Сходу й Заходу не прямо, а через посередників. Характеризуючи це як «одну важливу загальну рису культурних контактів і зі Сходом, і із Заходом», І. Шевченко пише: «Ми отримували культурні вартості ззовні, через посередників... Київська Русь греку майже не знала: візантійську літературу вона одержала через Болгарію, культуру контрреформації (яку ми часом неточно називаємо ренесансом і бароко) ми одержали, головним чином, через Польщу; класицизм – ...через Російську імперію. Навіть неокласицизм ХХ ст. з їхнім зверненням до французьких символістів діяли не без поштовху з боку російських письменників “Срібного віку”» [9, с. 5]. Тож можна стверджувати, що певні глобалізаційні тиски для України стали не такими вже новими – постійне перебування на межі різних культур, культурне посередництво й запозичування не зруйнувало раніше української культури, тільки в добу «розвиненої» глобалізації ми бачимо зміни характеру та інтенсивності цих тисків, але **стратегії їх додання мають продовжувати наявні українські культурні наробки**. Дійсно, глобалізація є певною небезпекою для національних культур, але не треба ховатись від цієї небезпеки – треба просто **знати та враховувати наявні ризики**, оскільки нехтування проблемою або її перебільшення тільки призводить до помилок як у культурній галузі, так і в геополітичній. **Культурне посередництво і мультикультуралізм** – необхідні риси для сучасної української культури, тому треба це враховувати, а не стверджувати про епігонство та руйнування національних традицій. Будь-яка культура не може існувати в «стерильних» умовах, монокультурність у світі замінюється полікультурністю та мультикультурністю, треба не замовчувати сучасні виклики, а вміти на них реагувати, при чому враховуючи наявний досвід українського культурного минулого та його успішні зразки, дбаючи в тому числі і про свідому політику української держави стосовно підтримання культури.

Ми бачимо, що, з одного боку, націоналізм та національні держави поступово витісняються наднаціональними утвореннями, а з іншого – світ, що

глобалізується, не тільки перетворюється на споживацький світ, але пропонує нові моделі расизму: уніфікація не долає, але зберігає способи стратифікації та сегрегації суспільства, іноді навіть ускладнюючи її. Особливо велику увагу цій темі традиційно приділяє І. Валерстайн. У спільній праці з Етьєном Баллібаром він аналізує переродження капіталізму в нові глобалізаційні форми. Автори зауважують, що «расизм завжди впливає з націоналізму не тільки у зовнішньому, але й у внутрішньому плані» [2, с. 68], а поширення консюмеристського способу життя як головної стратегії глобалізації, коли будь-яка культура підлягає комодифікації – перетворенню всього на предмети споживання в капіталістичній світ-системі [2, с. 41] – тільки допомагає поширенню цього расизму як своєї філософії історії і навіть міфології історії, основаної на пошуку уявного ворога, постаті Іншого, що повинна ізольовуватись від суспільних процесів, у крайньому разі знищуватись (історичні приклади винищення індіанців в Америці чи винищення євреїв нацистами під час Другої світової війни, що їх аналізують автори, слугують постійною засторогою як теоретикам, так і практикам антропології, але певний прихований засновок націоналізму та расизму зберігається і підтримується глобалізацією). Е. Баллібар й І. Валерстайн розглядають расизм з токи зору неомарксистської філософії історії: націоналізм та расизм через систему дискримінації та недооплати створює фактори збільшення додаткової вартості й тим самим сприяє ефективності капіталізму, спрямовує соціальну політику [2, с. 32–64].

Глобалізація тільки поверхово спрощує маніхейську картину світу, коли є добра і зла сторони, є боротьба добра і зла (найчастіше глобалізації з її супротивниками – антиглобалістами чи терористами), насправді імпліцитно – це маніхейство, що продовжує бути присутнім у більшості глобалізаційних процесів, оскільки таким чином конкретизуються механізми глобалізаційного впливу для масової свідомості та масової культури – «свої» глобалісти повинні рятувати світ від хаосу, загрози «третього світу» та тероризму. Отже, хоч глобалізм виступає проти націоналізму, але насправді він є наслідком націоналізму та расизму, принаймні в масовій культурі та свідомості він користується старими технологіями, виробленими «офіційними націоналізмами» ХХ століття. Тим самим глобалізація як певна філософія історії та філософія культури пов'язана з расизмом як наслідком націоналізму. Як справедливо зауважують автори, «теоретично, расизм – це філософія історія, краще сказати, історіософія, яка робить історію наслідком деякої таємниці, що схована і розгортається в людях в силу їхньої власної природи, їхнього власного народження. Ця філософія робить видимою невидиму причину долі суспільств і народів, незнання якої списується на недорозвиненість або на історичну могутність зла» [2, с. 69].

Націоналізм та расизм спирається на деяку стратифікацію суспільства, де частина груп за етнічними, гендерними чи віковими ознаками перебувають на периферії культури – створюючи культуру, її економічну наповненість у вигляді

додаткової вартості тощо, вона не має змоги та часу користуватись повноцінно результатами своєї праці. З одного боку, **глобалізація пов'язана з націоналізмом та расизмом**, пропонуючи нову стратифікацію та ієрархію суспільства, де головним критерієм є здатність до самої глобалізації; з іншого боку, **глобалізація продовжує утопії як структури, що перебувають поза ієрархіями** та стратами. Тим самим **глобалізація сприймає стратегії утопії та ідеології, намагаючись створити певну ідеологію без ідеологій**. Таким чином, глобалізація змушена підтримувати мультикультуралізм, розмивання національних світів, старих ієрархій, намагаючись надати новий зразок позавладної утопії. Найбільш детальний аналіз взаємодії утопії та ідеології здійснив П. Рікер, який звернув увагу, що утопії намагаються замінити поділ, стратифікацію чи принаймні замаскувати владні стосунки: «Усі утопії, як писані, так і здійсненні, формулюючи тим самим певний загальник, – намагаються протиставити владі інший спосіб існування. Я думаю, навіть у сексуальних фантазіях – таких як у Фур'є – ідеться не так про людські інстинкти, як про можливість життя поза ієрархічними структурами, місце яких має посісти взаємозалежність» [7, с. 373].

Тобто ми будемо розглядати **глобалізацію як спробу побудувати велику ієрархію без ієрархій**, щоб зрозуміти це, можна використати поняття вертикальної та горизонтальної ієрархії. Вертикальна ієрархія характерна для традиційної та модерної культури, утопії намагаються замінити вертикальну ієрархію структурою або горизонтальною ієрархією, горизонтальна або нова мережева ієрархія характерна для сучасної глобалізації.

Тим самим **глобалізація продовжує утопію, але формує нову свідомість**, коли утопія принципово не чутлива до відмінностей, панівна модель утопійної свідомості ґрунтується на низькій здатності диференціації, на малому ступені побудови відмінностей або побудові відмінностей способом максимального наближення (мімезису) зі зміною якості копіюваного об'єкта (наприклад, аналіз механізму утопії у П. Рікера [7], Мангайма та С. Жижека [5]). Глобалізація продовжує утопію в намаганні побудувати структуру, символічний обмін, характерний для традиційної культури та утопії модерну, але ця структура чи горизонтальна ієрархія будується на великій кількості відмінностей, на більш доскональній здатності розрізняти, ніж це було характерно для доби модерну.

Тим самим ідентичність у добу глобалізації не просто часто підлягає випробуванню та має високий ступінь залучення уявного та побудови диференціальних ознак, а стає постійно диференційною, ми в публікаціях вживали поняття «протеївських» ідентичностей [8], також прийнято говорити, що глобалізація виробляє особливу «подіумну» свідомість, коли код свідомості не тільки змінюється, але є принципово змінюваним. «Подіумна свідомість» ґрунтується насамперед на певному візуальному коді та зміні цих візуальних кодів. Глобалізація стверджує «подіумну свідомість» у «суспільстві спектаклю» (Г. Дебор) і головними стають візуальні фактори й способи презентації

візуального коду.

Тим самим *глобалізація*, нівелюючи певні мовні фактори (національні також), *загострює здатність людської свідомості розрізняти, особливо в галузі візуального та візуальної презентації*. Посилюється здатність уяви, але вона орієнтується на запропоновані масовою культурою та масовою індустрією зразки. Уперше уяву як «синтетичну перцепцію» у філософському розумінні досліджує І. Кант. Ж. Дельоз продовжує аналізувати значення здатності розрізнення у сфері уяви, людська свідомість поступово навчається розрізняти відмінності та ієрархії відмінностей, модерн оснований на розвиненій здатності свідомості відчувати відмінності між розрізняваним і предметом [4, с. 99–100].

«Подіумна свідомість» та «суспільство спектаклю» тісно пов'язані – важливі не просто відмінності, а ті відмінності, що підлягають демонстрації і навіть театралізації (ця театралізація ідентичностей може виявлятися як у віртуальній сфері, наприклад у соціальних мережах, так і в певних способах поведінки та стратегії життєвих виборів).

Парадигма *difference* наполягає на тому, що головні розрізнявальні вибори повинні відбуватись у *візуальних презентаціях*, це «розрізнення як ствердження» (Ж. Дельоз).

Висновки. Зміни глобалізаційного світу полягають як у побудові певної економічної цілісності, так і в побудові певної мас-культурної цілісності, найбільше ця цілісність виявляється в символічності глобалізації, способом не тільки її трансляції, але й поширення та функціонування є візуальні презентації. Для характеристики такої глобальної нової якості «подіумної свідомості» та цілісності економічних та маскультурних виборів, нових спокусливих можливостей глобалізації М. Уельбек використовує образ «світу-супермаркету», що формує не застигле мислення, а мислення можливостей. Це звичайно докорінно змінює ідентичність, як у національному вимірі, так і в наднаціональному. Консьюмеристське суспільство тим самим у глобалізації досягає апогею – споживаються можливості, а не речі, споживаються навіть символи цих можливостей.

Ж. Бодрійяр звичайно вказував на те, що економічна та інформаційна надлишковість призводить до надлишковості символічної.

Але саме завдяки працям М. Уельбека стає зрозумілим, що глобалізаційний «світ-як-супермаркет» створює нову фігуру споживача, що не споживає, а тільки користується можливостями. Надлишковість індустрії та репрезентації призводить до надлишковості самого споживача в системі глобального ринку – він стає користувачем, змушеним до багатьох безкінечних виборів, часто ілюзорних, тому фактично нова етика глобалізації будується на змінюваній ідентичності та моді як головному факторі вибору, що позбавляє етичний вибір його сутнісних характеристик і перетворює людину на жертву споживання та робить гравцем, що споглядає за можливостями, але схиляється від їх надлишку. Певною

альтернативою такого розуміння глобальної ідентичності звичайно є традиційні етики, зокрема християнська етика.

Певні глобалізаційні тиски для України стали не такими вже новими – постійне перебування на межі різних культур, культурне посередництво і запозичування не зруйнувало раніше української культури, тільки в добу «розвиненої» глобалізації ми бачимо зміни характеру та інтенсивності цих тисків, але стратегії їх долання повинні продовжувати наявні українські культурні наробки.

Література:

1. *Андерсон Б.* Уявлені спільноти. Міркування щодо походження й поширення націоналізму / Б. Андерсон. – К. : Критика, 2001. – 272 с.
2. *Балибар Э.* Раса, нація, клас. Двусмысленные идентичности / Э. Балибар, И. Валлерстайн ; [пер. с фр.] ; под. ред. О. Никифорова и П. Хицкого. – М. : Логос, 2004. – 288 с.
3. *Гелнер Е.* Нації та націоналізм / Е. Гелнер // Націоналізм : антологія / упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. – К. : Смолоскип, 2000. – С. 292–310.
4. *Делез Ж.* Различие и повторение / Ж. Делез ; [пер. с фр. Н. Б. Маньковской]. – СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 384 с.
5. *Жижек С.* Кукла и карлик: Христианство между ересью и бунтом / Славой Жижек ; [пер. с англ. : Сергей Кастальский]. – М. : Европа, 2009. – 336 с.
6. *Нагорна Л.* Національна ідентичність в Україні / Л. Нагорна. – К. : ІПіЕНД, 2002. – 272 с.
7. *Рікер П.* Ідеологія та утопія / Поль Рікер ; [пер. з англ.]. – К. : Дух і Літера, 2005. – 386 с.
8. *Титар О. В.* Національна ідентичність в просторі культури Слобожанщини / О. В. Титар // Гілея : науковий вісник : зб. наук. праць. – К., 2011. – № 6. – Вип. 48. – С. 515–519.
9. *Шевченко І.* Україна між Сходом і Заходом / І. Шевченко // Вісник АН України. – 1991. – № 12. – С. 3–8.
10. *Эриксон Э.* Идентичность: юность и кризис / Э. Эриксон ; [пер. с англ.] ; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. – М. : Прогресс, 1996. – 344 с.
11. *Ясперс К.* Общая психопатология / К. Ясперс ; [пер. с нем. Л. О. Акопян]. – М. : Практика, 1997. – 1053 с.
12. *Kymlicka W.* Contemporary Political Philosophy: Introduction / W. Kymlicka. – Toronto : Clarendon Press, 1990. – P. 50–94.