

УДК 101.14

Макарова Ольга Игоревна

аспирант кафедры социальной философии
философского факультета Московского
государственного университета
им.М.В.Ломоносова

olga.makarova.msu@gmail.com

Olga I. Makarova

Post-graduate student at the faculty of philosophy
of Moscow State University-Lomonossov

olga.makarova.msu@gmail.com

**Проблема глобальной культуры
в современной западной социальной философии***

**The concern of global culture
in modern western social philosophy**

Аннотация. При изучении культурной глобализации нельзя обойти стороной вызывающее оживленные споры понятие глобальной культуры. Для этого необходимо рассмотреть ряд сопряженных вопросов: действительно ли существует глобальная культура, и если да, то каковы ее формы? Каковы механизмы культурной глобализации? Каковы основные концепции глобальной культуры? Наше исследование не может оставить без внимания работы Р.Робертсона, с середины 60х гг. занимающегося изучением глобально-локальной динамики. Мы приходим к выводу о целесообразности рассмотрения глобальной культуры как совокупности глобальных субкультур.

Ключевые слова: глобализация, глобальные города, глобальная культура, глокализация, консьюмеризм, межкультурный диалог, мультикультурализм, пиджины, СМИ.

Summary. Within the investigation of now-days cultural transformations the question of the evolution of the global culture also should not be left unmentioned. Close analysis of this subject will lead to the questions which are lying in the strong connection with it: Is there a global culture, and if so, what are its forms? What are the mechanisms of cultural globalization? What are the basic concepts of global culture? We can not ignore works of R.Robertson who traces global - local dynamics since 60s. The article will lead to the conclusion that the view of the global culture as a fusion of global subcultures is more than appropriate.

* Публикация подготовлена при поддержке фонда РГНФ, проект №14-03-00796 "Междисциплинарные основания социальной теории: информационные, системно-теоретические и этно-антропологические подходы к изучению общества"

Key words: *consumerism, global cities, global culture, globalization, glocalization, intercultural communication, media, multiculturalism, pidgins, westoxification.*

С начала 1980-х гг. интеллектуалы заговорили о том, что коммуникационные технологии, транспорт, ТНК, складывание единой экономики с неизбежностью ведут к культурной гомогенизации. По их мнению, в свете пространственно-временной компрессии культурные различия нивелируются. Кроме того, в полном соответствии с логикой свободного рынка локальные культуры начинают конкурировать друг с другом, а гегемоном-гомогенизатором, в итоге, оказывается сильнейшая. Споры вызывали потенциальные формы глобальной культуры: вестернизация, американизация, макдональдизация и др.

Отождествление глобальной культуры с вестернизацией [1, р. 28] – дань периоду европейского колониализма, ознаменованного прививанием европейских институтов: установление и развитие национального государства, системы наемного труда, рыночной экономики, европейской правовой системы и частной собственности, языков и в некоторых случаях парламентской демократии внутри колоний. Отдельные формы западного культурного доминирования сохраняются и на современном этапе. ИКТ и транснациональные медиа помогли распространить английский язык. В интернете его конкурентом является мандаринский китайский, тем не менее, английский, бесспорно, является *lingua franca* глобализации. Таково наследие британского империализма и американского поствоенного господства в международных делах. Негативным последствием распространения английского считается угроза вымирания других языков, и по прогнозам лингвистов, в течение столетия может исчезнуть более 90% языков. Нельзя не сказать о том, что, наряду с экспансией английского не происходит его универсализации: появляются его новые вариации – пиджины, английский креолизуется. Понятие вестернизации вызывает критику за молчаливое признание доминирования Запада, начавшееся с XIX в. Принимая его на веру, мы рискуем упустить из виду такие силы, как американизация, японизация, исламизация. Вместе с тем, западные общества становятся все более культурно сложными и плюралистичными, заставляя нас вновь и вновь подвергать ревизии понятия западной культуры и вестернизации.

Начиная с доклада *Many Voices One World*, или *McBride Report (1980)* [2], ЮНЕСКО обращает внимание на факт североамериканского доминирования в ИКТ и международных СМИ. Коммерчески благоприятное для США распространение популярной культуры получило название американизации. Вместе с тем, этот термин вызывает ряд критических замечаний. По сути, сложно определить национальную принадлежность медиагигантов. В связи с этим нередко поднимается вопрос о целесообразности мониторинга и контроля национальной принадлежности корпораций и конгломератов. Кроме того, даже американские СМИ не могут

предопределять новостную повестку остальных стран, зачастую становясь объектом критики (как в случае злоупотребления силой в отношении иранских заключенных в Гуантаномо). Нельзя забывать об альтернативных влиятельных телеканалах, прежде всего, Аль-Джазире, распространившей видеообращение Бен Ладана (30.10.2004) и, таким образом, сыгравшей свою роль в американской предвыборной компании осени 2004. Наконец, в самих США культурные потоки не единообразны, о чем свидетельствует процветание теле- и радиовещания на испанском языке (*Univisión, Telemundo, TeleFutura* и *Azteca América*). Отдельные аспекты американской культуры, как, например, минимальное государство и индивидуализм, далеки от универсальной лояльности. Рост агрессии в отношении американской культуры, особенно в период президентства Дж.Буша (2001-2009), стало темой конференции, организованной Госдепом в сентябре 2002.

Понятие макдональдизации впервые было предложено Джорджем Ритцером [3, р.3] для описания процесса, посредством которого принципы устройства ресторана быстрого питания стали доминировать в большинстве сегментов американского общества и в остальном мире. По мысли автора, ресторан *McDonald's* является воплощением логики рационализации и стандартизации, которыми проникнуто современное общество. Рассматриваемая концепция не лишена изъянов. Она не учитывает существование различных бизнес-моделей: по-прежнему существуют региональные и национальные варианты, равно как различные стили организации корпораций: во Франции, Великобритании, Скандинавии, Азии – в соответствии с локальными условиями. Некоторые из этих моделей оказывают значительное внешнее культурное влияние, в частности, японские методы управления, элементы которого заимствуются и европейскими, и американскими компаниями, развенчивая идею универсальной бизнес-культуры как набора стандартных принципов организации, будь то макдональдизация, фордизм, тейлоризм, тойотизм и т.д.

Многие исследователи, особенно среди представителей левого крыла, видят в капитализме основную движущую силу культурной глобализации и источник глобальной консьюмеристской культуры, движимой массмедиа и рекламной индустрией. Эта традиция имеет продолжительную академическую родословную, берущую начало в работах теоретиков Франкфуртской школы Т.Адорно и М.Хоркхаймера, обративших внимание на то, что в современных условиях культура была превращена в товар, характер и объем которого определяются рыночной стоимостью. Имеется целый ряд концепций относительно влияния глобального капитализма, которые будут рассмотрены на примере работ И.Валлерстайна.

Для Валлерстайна культура – «идея-система капиталистической мировой экономики» [4, р.38], отвлекающая внимание от социальной дифференциации и консервирующая эксплуатацию и неравенство в мир-системе. По мнению ученого, исторически сформировалось два типа идеосистем: универсализм и партикуляризм в виде расизма и сексизма. Универсалистские идеологии поддерживает иллюзию того, что система

действует для универсальной пользы, тогда как партикуляристские создают иерархию, позволяющие капитализму разделять и властвовать. Но в целом, обе способствуют выживанию мир-системы, ослабляя антисистемное сопротивление. Валлерстайна критикуют за редукцию культуры к идеологии. Иными словами, культуры детерминируются капиталистической экономикой или, по крайней мере, она определяет их базовые параметры. Подход Валлерстайна не способен объяснить взрыв религиозного фундаментализма, равно как логику антиглобалистских движений. Иными словами, мир-система Валлерстайна – подчиненная унитарной логике политэкономическая модель, не принимающая в расчет индивидуальное действие и недооценивающая культурное измерение глобализации.

Авторитетнейший автор по социологии глобализации Р.Робертсон (1938), в первую очередь, обращает внимание на значение встречи глобального и локального. В системе Робертсона единицей измерения становится человеческое действие. Настоящий исторический момент Робертсон называет «глобально-человеческим состоянием». Будучи результатом длительной эволюции, оно конституируется «4 формами жизни»: индивидами (*Selves*), национальными государствами (*National Societies*), мировой системой обществ (*World System of Societies*) и человечеством в целом (*Humankind*) [5, p.27]. Глобализация генерирует и инкорпорирует локальное, глобальное и локальное взаимопроникновенны, что наилучшим образом передает термин «глокализация». Преимуществом рассматриваемого подхода является недопущение реификации культур и культурных различий. По мысли Робертсона, мы живем с чувством глобального и локального, на наших глазах универсальное партикуляризируется, а партикулярное универсализируется. Под влиянием глобального меняется образ жизни не только индивидов, но также социальные институты, в том числе религии. Глобальные тренды, напротив, вынуждены «отуземливаться». Методология встречи локального и глобального является ключевой эвристикой в процессе объяснения наблюдаемого роста националистических, региональных сепаратистских, ирредентных сил, сталкивающие цивилизационные, социетальные и коммунальные нарративы. Фрагментация – результат взаимопроникновения, встречи локального и глобального, а также растущего осознания мира как единого сообщества со специфическими потенциальными вызовами. Таким образом, дебаты о глобальной гомогенизации и гетерогенизации теряют смысл. Для обозначения способа взаимодействия глобального и локального Робертсон предлагает понятие глокализации. Изначально понятие глокализация, или глобальная локализация, – адаптация глобальных паттернов к локальным условиям - было популярно среди японских бизнес-кругов: в частности, было взято на вооружение в качестве маркетинговой стратегии компанией Sony. В настоящий момент оно используется большинством корпораций по всему миру. Компании стараются адаптировать свою продукцию ко вкусам местных рынков: в Китае MTV транслирует китайскую музыку, в Индии – хинди-поп. Даже самый мощный

«гомогенизатор» - *McDonald's* - принимает в расчет локальные культурные условия рынков сбыта.

Маловероятно, что мы являемся свидетелями формирования безликой глобальной культуры. Возможно, желание выявить единую культуру связано с привязанностью к национальному государству, становящемуся анахронизмом на современной стадии глобализации. Коллективный исторический опыт, необходимый для формирования национальной культуры, разрушаем интенсивностью и непредсказуемостью современных культурных потоков. В связи с этим глобальная культура не может рассматриваться по аналогии с культурой национальной и религиозной. Э.Смит справедливо замечает, что, в отличие от культуры национальной, «глобальная культура по преимуществу лишена памяти». Не существует объединяющей «мировой памяти» [6, p.171]. Мы интерпретируем мировые события сквозь призму национального. По сравнению с национальными культурами, глобальная культура не удовлетворяет потребности в эмоциональной привязанности.

Литература:

1. Latouche S. *L'occidentalisation du monde : Essai sur la signification, la portée et les limites de l'uniformisation planétaire*. Paris, 1989.
2. McBride Report (1980)
<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>
3. Ritzer G. *The McDonaldization of Society*. London, 2012.
4. Wallerstein I. *Culture as the Ideological Battleground of the Modern World-System// in Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity: a theory, culture & society special issue*. London, 1990.
5. Robertson R. *Globalization. Social Theory and Global Culture*. London, 1992.
6. Smith A. *Towards a Global Culture?//Global Culture by M.Featherstone*. London, 1990.

References:

1. Latouche S. *The Westernization of the World*. Paris, 1989.
2. McBride Report (1980)
<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>
3. Ritzer G. *The McDonaldization of Society*. London, 2012.
4. Wallerstein I. *Culture as the Ideological Battleground of the Modern World-System// in Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity: a theory, culture & society special issue*. London, 1990.
5. Robertson R. *Globalization. Social Theory and Global Culture*. London, 1992.
6. Smith A. *Towards a Global Culture?//Global Culture by M.Featherstone*. London, 1990.

..