

Чеботасва О.М.,

канд. істор. наук, доцент кафедри
соціально-гуманітарних дисциплін,
науковий керівник "круглого столу".

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ЯК АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРОЛОГІЇ

Однією з найяскравіших характеристик розвитку сучасного світу стало поняття глобалізації.

Під глобалізацією наука розуміє функціонування розгалуженої мережі різноманітних соціальних, політичних, економічних, духовно-культурних комунікацій, що охоплюють весь світ, перетворюючи його в **єдиний соціально-культурний простір**. Відокремлені раніше, ізольовані одне від одного суспільства, культури і люди знаходяться тепер в постійному й практично неминучому контакті. Американський соціолог М. Уотерс стверджує, що глобалізація – це "соціальний процес, в якому обмеження, що їх накладає географія на соціальний і культурний устрій, послаблюються, і люди це розуміють" [10. – С. 6].

Транспарентність, або "прозорість", державних кордонів та інформаційна "відкритість", тобто доступність інформації, є невід'ємними чинниками суспільства, що перебуває в процесі глобалізації. Загальнопланетарний характер сучасних комунікацій став безпосереднім наслідком електронно-інтернетної революції. Вона принесла з собою карколомний темп обміну інформаційними потоками, зробила можливою майже миттєву передачу інформації з однієї точки земної кулі в іншу, дозволяючи разом з тим, оперувати величезними обсягами інформації, а також адресно розподіляти інформацію великій кількості осіб одночасно. У зв'язку з вище

зазначеним часто говорять про безпрецедентне розширення комунікативного простору і навіть про "комунікацію без кордонів" в контексті процесів глобалізації.

Крім "всесвітньої павутини" Internet, найважливішими комунікативними каналами в процесі глобалізації виступають:

- 1) "всесвітнє телебачення" (10 західних телекомунікаційних компаній володіють 86% світового ринку телекомунікацій);
- 2) "всесвітнє радіо";
- 3) електронні гроші;
- 4) транснаціональні корпорації (ТНК), що забезпечують зайнятість населення й впровадження певних культурних стандартів, незалежно від країни перебування;
- 5) сучасні транспортні засоби;
- 6) діяльність певних релігійних конфесій і організацій (наприклад, протестантського напрямку);
- 7) трудова еміграція;
- 8) міжнародний туризм;
- 9) спортивні змагання, особливо Олімпійські ігри;
- 10) шоу-бізнес, індустрія масової культури і розваг.

В контексті останнього пункту неможливо не відзначити таке знаряддя глобалізації й експансії американського бачення світу як Голлівуд, що своєю продукцією несе всьому світові цінності й міфи, створені в США. Те, що робить Голлівуд, і те, як він це робить, стає способом життя для мільйонів людей в усьому світі. Голлівуд виробляє, розподіляє, експортує дещо більше, ніж фільми. Люди запозичують свою філософію, свій стиль одягу, свої манери, ходу, розмову, своє знання світу з кінострічок, які бачать, і з голлівудських журналів та статей, які читають. Сьогодні в продукції Голлівуду значною мірою присутні фільми в жанрі соціальної фантастики, яка передбачає суворо вибудований образ майбутнього світу: боротьба

добра зі злом під егідою та прапором Америки. В цих фільмах постає один й той самий новий світ, який створюють за допомогою комп'ютерних технологій та ефектних технічних трюків. Саме вони і є головними героями фільмів "Люди Ікс", "Люди Ікс-2", "Гаррі Поттер", "Термінатор", "Матриця", "Володар кілець", "Планета мавп" та багатьох інших, що заповнили останнім часом як в Україні, так і скрізь в світі кіноекрани. Могутність Голлівуду, його діяльність щодо глобального розповсюдження американських ідей і цінностей перетворюють його в ударну силу соціального контролю мас на всій планеті. Тільки в Європі 60% кінопрокату й телемереж належать США. Що ж до економічно нерозвинених або кризових країн, то їм дешевше купляти американські фільми, ніж виробляти свої [1. – С. 33–35].

Привабливі соціальні міфи, створені Голлівудом – це соціальна терапія для населення більшості країн світу. Проте, це та віртуальна реальність, що розкладає національну ідентичність. В цьому криється могутність американської масової культури, що несе в собі далеко не кращі цінності: крайній індивідуалізм, колективний егоцентризм, примітивізм, насилля й жорстокість. Все це входить в поняття американського культурного імперіалізму, в якому найвагоміша доля належить американському кінематографу.

Міць "світової культурної революції", складовою частиною якої став Голлівуд, настільки велика, що всі декларації ООН та ЮНЕСКО, вироблені світовим співтовариством в 60–80 рр. ХХ ст., виявилися "замороженими", а спроби спротиву такої "революції" в різних формах нонконформістської культурної самоізоляції, росту консервативного націоналізму, оживлення релігій в їх немодернізованих, традиційних формах, виявилися майже приреченими.

Масштабність й глибина трансформацій, викликаних процесом глобалізації, робить цілком зрозумілою необхідність зосередження уваги науковців над тим, до яких наслідків може призвести людство глобалізаційний процес і що відбудеться в майбутньому із соціокультурними утвореннями, які опинилися під його впливом. На сьогоднішній день самостійні наукові теорії і концепції глобалізації створені в межах таких дисциплін як політична економіка, політологія, соціологія і культурологія. В перспективі культурологічного аналізу сучасних глобалізаційних проектів найбільш продуктивними виявляються ті концепції і теорії глобалізації, які з самого початку формувалися на об'єднанні зусиль соціології і культурології.

В міжнародній науковій дискусії про культурні аспекти глобалізації значного авторитету набула концепція П. Бергера і С. Хантингтона, за якою глобальна культура визначається як "елліністична стадія розвитку англо-американської цивілізації" і розподіляється на два рівні – елітарний та популярний. Останній представлений масовою культурою, яку впроваджують комерційні підприємства західного типу, переважно торгові, харчові та розважальні (Adidas, McDonald's, MTV тощо). Презентантами масової культури є широкі верстви споживачів з відповідним менталітетом масової людини [8. – С. 553–554].

В сфері популярної, широко розповсюдженої культури мистецтво, культурно-просвітницька діяльність, естетичне виховання, професійна освіта синтезувалися з рекламою, модою, сферою розваг, включаючи нічні клуби, еротичні шоу, телевізійні ігри з великими виграшами і т.п. Рушійною силою лібералізації культури є маркетинг, для якого якість товару менш важлива, ніж якість його реклами. Звичка ж до постійного споживання ерзац-культури обумовлює зникнення потреби в справжній культурі, в

традиційних цінностях народного мистецтва, національної та світової класики.

Соціологічні опитування, проведені на пострадянському просторі, засвідчують, що на перше місце шкали духовних цінностей пострадянської людини найчастіше виходять саме цінності споживання, прагнення до якоїсь речі як до головної, іноді єдиної мети в житті. За даними дослідження 1988 р., кількість людей, орієнтованих на споживання як на єдину ціль, становила 8–12% серед всіх опитаних. В 2000–2004 рр. – вже 45–55%, зростання показників здійснюється, головним чином, за рахунок молоді [1. – С. 42–43].

Досить інтенсивно відбувається процес "розмивання" в свідомості людей таких простих норм моралі як доброта, милосердя, порядність, чесність, відповідальність, ввічливість, тобто того, що можна назвати народним пластом моральності. Характерною особливістю сьогодення є посилення в пострадянському суспільстві тенденції до прагматизму саме в тому виразі, коли не моральними критеріями, а міркуваннями користі визначається поведінка людини в духовній сфері. Так, 30% опитаних молодих людей у віці 24–30 років відповіли, що головне, чим вони керуються, вирішуючи, підтримувати чи не підтримувати дружні стосунки з людьми – це наскільки конкретні люди можуть бути їм корисні. Ще для 15–20% цей критерій є "важливим, але не першим". І лише близько 40% опитаних будують свої стосунки з людьми за принципом духовної спорідненості. В той же час, близько 40% молоді, за даними опитувань, готові переступити закон і моральні норми для досягнення своєї мети. Вони не соромляться зізнатися, що готові битися за своє місце під сонцем, переступивши норми моралі [1. – С. 43–44].

Агресивний тиск масової культури у сполученні з величезним незадоволенням своїм життям сприяє посиленню агресивності людей, котра перетворюється на соціальну норму. Дослідники називають це "відкладеними ефектами", котрі формуються роками під впливом вище вказаних факторів.

Осмислюючи зміст і тенденції процесу глобалізації, соціологи й культурологи порушують питання про те, що може очікувати конкретні культури (українську, зокрема) в результаті процесу глобалізації. Серед можливих результатів передбачаються два варіанти: або отримання сплаву єдиної, уніфікованої, однакової для всіх "глобальної" ("транснаціональної") культури, або окремі конкретні культури не зникнуть, проте якимось зміниться спосіб їхнього існування. Отже, питання поставлене руба: єдина "глобальна культура" чи культурний плюралізм? Вирішення даного питання не в останню чергу залежить від ставлення до процесів глобалізації пересічних громадян, які поки що залишаються репрезентантами тих чи інших національних культур, але об'єктивно й часто навіть поза власним бажанням виявляються зануреними в глобалізаційні процеси.

В 2002–2003 рр. американська організація "Pew Center Research" проводила всевітнє дослідження ставлення населення до сучасних глобальних процесів і наслідків цих процесів для життя конкретних країн. Опитування проводилося в 44 країнах й в Україні зокрема. Репрезентативна вибірка по Україні складалася з 500 осіб віком від 18 років та старше. Більшість учасників опитування погодилася з думкою про те, що нашому традиційному способу життя загрожує зникнення. Цю обставину вони розглядали скоріше як негативний аспект сучасних соціальних процесів. З необхідністю захищати традиційний спосіб життя від зовнішніх впливів повністю

або частково були згодні 63,2% респондентів, не згодні – 34,4% [З. – С. 199].

Небажання значної частини населення України позбутися традиційної культури фіксувалося також під час проведення Інститутом соціології НАН України соціологічного моніторингу 2002 та 2003 рр. В опитуванні 2002 р. 72,4% респондентів відзначили, що національно-культурне відродження є для них досить важливою складовою сучасного життя. В 2003 р. доля таких респондентів становила вже 74%. Думки щодо необхідності захищати свій спосіб життя наступним чином розрізнялися за віковими категоріями:

18–29 років – 54,0%

30–54 років – 62,3%

55 років і старше – 72,6% [З. – С. 199].

Переконаність в необхідності захищати свій спосіб життя від зовнішніх впливів менше виражена серед людей з високим рівнем освіти. Серед осіб з неповною або повною вищою освітою прибічники і супротивники необхідності такого захисту розподілилися майже навпіл (50,3% та 47,6% відповідно), тоді як в категорії з середньою, середньотехнічною та неповною середньою освітою згодні з необхідністю такого захисту складали майже 2/3 [З. – С. 200].

Соціологічні опитування свідчать також, що більшість респондентів в Україні вважає розповсюдження у нас американських ідей і звичаїв негативним аспектом процесів міжнародної інтеграції. Лише 34,8% відзначили, що це корисна справа. Зрозуміло, тут теж даються в знаки вікові різниці:

18–29 років – 42,1% вважали, що американізація – це добре;

30–54 роки – 36,8% ———//———

55 років і старше – 25,3% ———//———

Більш негативно стосовно перспективи розповсюдження американських звичаїв налаштовані міські мешканці. Серед них 63,2% вважали це не бажаним, тоді як серед сільських жителів таких було 47,2%.

Найбільш рішуче проти американізацій налаштовані жителі східних областей. Серед них 73,5% переконані, що розповсюдження в нашій країні американських ідей, звичаїв – це погано. Найбільш поміркованими в цьому питанні виявилися жителі західного регіону – позитивно оцінили розповсюдження американських ідей 33%, а негативно – 47,7%, решта – не змогли визначитися.

Вчені припускаються думки, що наші громадяни пов'язують глобалізацію та американізацію, оскільки у відповідях фіксується зв'язок між оцінками глобалізації в цілому та оцінками розповсюдження американських ідей і звичаїв в нашій країні [3. – С. 201].

Але, не зважаючи на такі переважно негативні оцінки вторгнення американських цінностей в наше життя, більше половини респондентів відзначили, що власне американська музика, кіно, телебачення їм подобаються – таких було 56,8%, тоді як не подобалася американська медіа-продукція 40,4% опитаним. Навіть серед тих, хто вважав, що розповсюдження американських ідей та звичаїв – некорисна справа, 43,4% заявили, що їм подобається американська музика, фільми і програми телебачення. Вірогідно, що значна частина нашого населення готова використовувати американські культурні продукти заради розваг, інформування і т.д., але в тій мірі, в якій це не торкається підвалин нашої власної культури [3. – С. 202].

В моніторингу 2003 р. була здійснена спроба визначити, як наші співвітчизники в цілому оцінюють вплив західної культури на нашу країну. Були отримані в основному негативні відгуки. В першу

п'ятірку щодо частоти згадувань увійшов лише один позитивний наслідок – сприяння молоді в засвоєнні сучасного світу (23% опитаних), тоді як решта наслідків в цій першій п'ятірці мали негативне забарвлення – руйнування моральних засад нашого суспільства (32,4%), підринок коренів нашої національної культури (26,1%), запозичення ідеалів та моральних цінностей, що не є властивими жителям України (22,6%), виховання примітивних смаків (22,1%) [3. – С. 202].

Крім американізації, вчені часто відносять до числа загроз локальним традиційним культурам, як вже зазначалося вище, розповсюдження й домінування споживацьких настроїв, формування "суспільства споживання", а також проникнення в соціокультурну сферу культу грошей, її комерціалізацію. Проте, як показали соціологічні опитування, рівень стурбованості наших громадян цими процесами виявився не дуже значним. Загрозу для нашої культури в цих процесах бачить менше половини опитаних [3. – С. 202]. На наш погляд, це є свідченням недостатньо високого рівня культурологічної компетентності наших співвітчизників, показником їхньої вразливості стосовно маніпуляційних впливів ЗМІ та стандартів масової комерційної культури.

В цілому ж слід зауважити, що процес глобалізації є дуже складним, багатоаспектним, суперечливим і недостатньо вивченим в силу своєї новизни та динамізму. Культурні аспекти глобалізації неможливо висвітлити в обсязі однієї статті. Проте й неможливо сьогодні здійснювати теоретичну, світоглядну підготовку молоді поза залученням її до аналізу та осмислення глобалізаційних проблем. Глобалізацію часто оцінюють в термінах "шансів" і "ризиків", тобто в плані того, які шанси й, навпаки, які ризики несе з собою глобалізаційний процес. Завданням культурологічної освіти за таких умов є сприяння такому розвитку особистості, щоб його

"відкладеними ефектами" стали не агресія, цинізм, споживацтво і безсмак, втрата власної ідентичності, егоцентрична обмеженість, а наснага творчості на ґрунті кращих світових і національних традицій, добре ставлення до людей, чесність, порядність, справжній, а не кон'юнктурно-декларативний патріотизм, широта мислення і толерантність.

1. Карпухин О.И., Макаревич Э.Ф. Национальная культура – основа национальной идентичности в глобализирующемся мире // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – № 2. – С. 31–56.
2. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире / Под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. – М., 2004.
3. Паращевин М. Социокультурные изменения в контексте глобальных процессов глазами населения Украины // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2005. – № 3. – С. 194–206.
4. Пахомов Ю. Система цінностей як фактор конкурентноздатності країн у глобальному світі // Світогляд. – 2007. – № 2. – С. 43–48.
5. Подольская Е.А., Лихвар В.Д., Погорельый Д.Е. Культурология: кредитно-модульный курс. Изд. 6-е, испр. и доп. – К., 2007. – С. 238–246.
6. Смирнов В.Н. Украина в свете современных вызовов глобализации // Новая и новейшая история. – 2008. – № 4. – С. 26–40.
7. Соціогуманітарні проблеми глобалізації: Матеріали засідання Дискусійного клубу української науково-педагогічної інтелігенції 7 листопада 2003 р. – К., 2003.
8. Теория культуры: Учебное пособие / Под ред. С.И. Иконниковой, В.П. Большакова. – СПб., 2008.
9. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. – М., 2003.
10. Waters M. Globalization. – London-New York, 1995.