

## I. Наследие, память, история

---

### Лики культурной глобализации

«Глобализация – это сущность современной культуры, а культурная деятельность – сущность глобализации»<sup>1</sup>, – отмечает один из наиболее последовательных аналитиков культурной глобализации. Почти все исследователи феномена сходятся в том, что очень сложно четко и лаконично определить понятие глобализации. Так же как все наслышаны о глобальном потеплении климата и уже могут созерцать его последствия, так и о глобализации слышали все, но никто толком не знает, что это такое на самом деле.

**Глобализация** определяется прежде всего как процесс все возрастающего сжатия времени и пространства<sup>2</sup>. В период постмодернизма, под сильным воздействием медиакультуры, «время» перестает восприниматься как цельное, непрерывное производное и становится серией бесконечных «настоящих», а перспектива «пространства» средствами массовой коммуникации и современного транспорта все более сжимается<sup>3</sup> (для сравнения, говоря о «наследии», мы всегда имеем в виду вещи, появившиеся в конкретный исторический период и находящиеся в конкретном географическом месте или возникшие из конкретного места).

Существуют утверждения, что глобализация не является чем-то новым, неслыханным, что она, дескать, стара, как мир<sup>4</sup>. Ведь Великий шелковый путь уже в древности объединял Азию с Европой. А позднее Католическая Церковь тоже опиралась на логику глобализации, когда начала евангелизацию Нового мира руками испанцев и португальцев. Тем не менее надо признать, что нынешнее состояние резко отличается от прежнего и является беспрецедентным по размаху, величине и радикальности<sup>5</sup>. Это не только экономический, но и политический, социальный, культурный и даже духовный феномен<sup>6</sup>. Поэтому он нас волнует, скорее повышая уровень нестабильности, страха и тревоги, чем вселяя надежды на будущее.

Каковы основные особенности глобализации? Прежде всего, это процесс, имеющий как положительные, так и отрицательные стороны. Одна из главных – **акселерация** (повышение скорости) всех социальных процессов, времени и пространства, что имеет не только физический, но и психологический, духовный аспекты. Акселерация *экономическая, потребительская* (потому что никто больше не производит долговечные продукты, они становятся все более одноразовыми), *коммуникационная* (та же логика перемещается и в сферу человеческих отношений<sup>7</sup>) – все это гримасы одного явления. Сегодня не только дети, но и мы все в некотором смысле гиперактивны. У нас больше нет времени на спокойное созерцание себя, своих внутренних состояний и окружающего мира, не хватает времени на то, чтобы думать, чтобы интегрировать наши переживания в опыт. Мы живем в постоянном напряжении и поэтому вынуждены не действовать (франц. – *agir*), а лишь реагировать (*réagir*). Чем меньше времени затрачивается на самих себя, тем меньше осознание, кто мы такие, и тем больший страх мы испытываем.

Вряд ли кто-либо из экономистов, политологов или социологов исчерпывающе объяснит сущность и направление происходящих сегодня в мире процессов. Нынешний прогноз погоды является более надежным, чем экономический или социальный.

Мы все маниакально планируем, но не можем запланировать будущее на шесть месяцев или два года вперед. Из-за **непредсказуемости** живем в своеобразном тумане. Обусловленная этим тревога затрудняет адекватное реагирование и адаптацию к изменя-

<sup>1</sup> John Tomlinson, *Globalizacija ir kultūra*. Vilnius, Mintis, 2002, p. 11.

<sup>2</sup> Едва ли не первым это явление описал Д. Харвей. См.: D. Harvey, *The Condition of Post-Modernity*. Oxford, Basil Blackwell, 1989.

<sup>3</sup> Критику этого взгляда дает Р. А. Догшон. См.: R. A. Dogshon, Human Geography at the End of Time? Some Thoughts on the Notion of Time-Space Compression, *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 17, no. 5, 1999, p. 607-620.

<sup>4</sup> Это утверждение чаще всего используется так называемым крылом скептиков глобализации. Подробнее см.: James Fulcher, *Capitalism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press, 2004, p. 128.

<sup>5</sup> Anthony Giddens, *The consequences of Modernity*. Polity Press, 1990; Zygmunt Bauman, *Globalization: The Human Consequences*. Polity Press, 2000.

<sup>6</sup> Manfred B. Steger, *Globalization: A Very Short Introduction*. Oxford University Press, 2003.

<sup>7</sup> См., например: Zygmunt Bauman, *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge, Polity Press, 2003.

яущимся обстоятельствам, а постоянно присутствующее беспокойство преодолевается чрезмерным усилением средств безопасности, которые стали особенно актуальными после волны террористических актов, прокатившейся по городам США и Европы.

Еще одна сторона глобализации проявляется во все возрастающих экономических, политических, культурных, социальных, миграционных, военных и многих других **взаимозависимостях**. Мир становится все более тесным. Однако после вступления в силу так называемых «экспертных систем» люди становятся зависимыми от решений, принимаемых политиками или специалистами, – и из-за этого чувствуют себя не вполне самостоятельными, неспособными не только на что-либо повлиять, но и управлять собственной жизнью<sup>8</sup>. Все это подводит к пониманию **сложности, комплексности** сегодняшнего мира<sup>9</sup>.

Характерным признаком глобализации является также **виртуализация** труда, человеческих отношений, включая социальное и личное пространства. Все чаще мы перемещаемся из физического в виртуальный мир, в мир коммуникации, информации и управления, центром которого является Интернет. Все больше людей становятся психологически зависимыми от виртуальности, они больше не хотят жить здесь и сейчас, выбирая *no man's land, in the middle of nowhere*. С этим состоянием связан и феномен реальной **детерриторизации**, когда массы людей по своей воле или по принуждению оказываются оторванными от своих географических и исторических корней, будучи перенесенными в иную социополитическую и культурную среду.

Очень важная составляющая глобализации – **информационная революция** – резко меняет и подчиняет не только экономическую логику, но и повседневность, семейную жизнь, межличностные отношения<sup>10</sup>.

Упрощенно можно выделить следующие основные признаки глобализации:

- ускорение экономических, социальных, культурных, религиозных и других процессов;
- усиление осознания **сложности и комплексности** мира;
- возрастание международных энергетических, политических, социальных, миграционных, военных, культурных и иных **взаимосвязей и взаимозависимостей**;
- вместе с тем – увеличивающееся **размежевание** (мощь экспертных систем);
- расширение атмосферы **нестабильности и напряженности**; непрогнозируемость будущего, стремление к гарантиям безопасности;
- **виртуализация** работы и опыта, общения, включая личное и социальное пространства;
- **развитие телекоммуникаций** и вторжение средств массовой информации во все сферы жизни;
- опыт **детерриторизации** (ослабление значения места).

Когда речь заходит о **культурной глобализации**, чуть ли не наиболее очевидной ее особенностью становится так называемая **культурная** гомогенизация, которой свойственны формирование и развитие глобальной унифицированной массовой потребительской культуры (некоторые специалисты склонны называть ее **культурным империализмом**), товарного отношения к культурному опыту, распространение массового потребления (так называемая **макдиснейлендизация**), создание новых культурных потребностей и манипуляция ими, наконец, вследствие этого часто проявляющееся «бегство от реальности» – смесь эскапизма и консьюмеризма. Мир, который мечется от тревоги к страху и наоборот, нуждается в привязанности к кому-либо или чему-либо или, как никогда ранее, интенсивно ищет «козла отпущения», ответственного за все наши беды. Этим, наверное, можно объяснить и феномен так называемого «бегства в прошлое».

Постмодернизм следует считать культурными рамками современного мышления. Сформировавшись во второй половине XX в., он утвердил релятивизм, плюрализм и эклектизм. Такие абсолютные бинарные оппозиции, как «истина» и «ложь», «действительность» и «фикция», «порядок» и «хаос», лишились своих традиционных значений. Идеологи постмодернизма отбрасывают утверждаемую историзмом XIX в. эволюционную преемственность форм культуры и сознания. Они говорят о спонтанном, скачкообразном, иррациональном характере исторических и культурных процессов.

<sup>8</sup> Подробнее см.: Бауман Зигмунт. *Индивидуализированное общество*. М.: Логос, 2002.

<sup>9</sup> Суть происходящего пытаются нащупать такие фильмы, как *Syriana* (реж. Stephen Gaghan, 2005), *Babel* (реж. Alejandro González Inárritu, 2006) и др.

<sup>10</sup> Manuel Castells, *The Information Age*. Blackwell, 1998, 1-3 vol.

Ж.-Ф. Лиотар определил постмодернизм как «конец метарассказов» — основных мировоззренческих систем. Согласно его утверждениям, модернизм характеризовался господством больших легитимирующих нарративов — грандиозных идеологических доктрин, узаконивающих существующее политическое устройство, социальный порядок, моральные нормы и структуру социальных институтов. Однако после катастрофических событий XX в. (двух мировых войн, холокоста) они потеряли свою легитимирующую силу, и вместо этих больших рассказов сформировалось множество микронарративов<sup>11</sup>. Таким образом, универсалии и обобщения стали невозможными, поскольку по сути уже не могут охватить и объединить большую часть общества. Поэтому люди стали более восприимчивы к различиям, разнообразию стремлений, верований и желаний.

### Важнейшие черты модернистской и постмодернистской культур

| Модернизм                                                                  | Постмодернизм                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Объективность, истина и факты                                              | Относительность правды                                                                                                                                                               |
| Значимость авторитета                                                      | Отказ от авторитетов                                                                                                                                                                 |
| Рационализм                                                                | Усиление иррациональности и субъективизма                                                                                                                                            |
| «Великие нарративы» – национализм, марксизм, либерализм                    | «Смерть великих нарративов», множество микронарративов (феминизм, маскулинизм, движения за права геев, чернокожих, антиглобализм и пр.), однако и (скрытая) гегемония неолиберализма |
| Идея прогресса и футуристический оптимизм, критика прошлого                | Сомнения в достижениях прогресса, боязнь будущего, новый пессимизм                                                                                                                   |
| Приоритет политики, возникновение и расцвет национальных государств        | Приоритет экономики (могущество глобальных транснациональных корпораций), ослабление национальной политики, рост значимости транснациональных образований (ЕС и др.)                 |
| Стабильная (национальная, государственная, религиозная и др.) идентичность | Нестабильная, изменчивая идентичность                                                                                                                                                |
| Явное различие высокой (элитарной) и низкой (народной) культур             | Слияние высокой и низкой культур, доминирование массовой попкультуры                                                                                                                 |
| «Крупные авторы» и стили                                                   | Интертекстовость, визуальность                                                                                                                                                       |
| Пародия и ирония                                                           | Пастиш, игра, симулякр, «исчезновение значения»                                                                                                                                      |

Можно утверждать, что постмодернизм и медиа-культура во второй половине XX в. утвердили новые культурные тенденции – дефрагментацию, деконтекстуализацию, игру в цитирование, допущение возможности бесконечного количества интерпретаций.

В то же время движущая сила глобализации приобретает все более гомогенизирующий характер. В этом процессе очень важное место занимают быстро совершенствующиеся технологии сбора, передачи и кодирования информации, которые создают существенно новый тип осознания культурных знаков, символов и ценностей. Современный исторический этап исследователи называют «информационной метацивилизацией»<sup>12</sup>, «медиа-культурой» и др.<sup>13</sup> Вторжение средств массовой информации переформирует наше естественное окружение, влияет на изменение парадигмы традиционной культуры. В культуре начинает доминировать визуальность, вербальное мышление заменяется на «поверхностные» способы мышления, а зрение становится важнейшим ощущением. Потребители все больше удовлетворяются не цельным культурным текстом, а вырванным из контекста фрагментом, резюме, набором цитат, заменителем оригинала. Медиа-культура, с одной стороны, сближает духовный опыт народов мира, принципы видения мира, системы ценностей, культурные символы, но, с другой стороны, вследствие этого меняются воззрения людей на окружающий мир, характер его осознания и анализа, происходит формирование унифицированного «глобального» мышления<sup>14</sup>. Как *lingua franca* сегодня распространяется английский язык, мода на одежду, музыкальные и архитектурные формы, некоторые философские и политические идеи, потребительские практики и др. Итак,

<sup>11</sup> J.-F. Lyotard, *La condition postmoderne*. Paris, Editions de Minuit, 1979.

<sup>12</sup> Antanas Andrijauskas, *Kultūrologijos istorija ir teorija*. Vilnius, VDA leidykla, 2003, p. 346.

<sup>13</sup> Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press, 1962.

<sup>14</sup> Frank Webster, *Theories of the Information Society*. London, Routledge, 2002.

происходит особенно быстрый и широкий процесс культурной гомогенизации, когда различные народы и культуры вынуждены поддаваться влиянию западной культурной инвазии. Практическое выражение он получает в больших торговых центрах или тематических парках. Например, благодаря продуктам питания весь мир теоретически и опосредованно одновременно может быть представлен на нашем кухонном столе<sup>15</sup>.

При усилении влияния медиа-культуры на отдельную личность или общество появляется противоречие между местным, непосредственным, личностным взаимодействием и качественно иным посредническим опытом, который в технологически развитом мире становится все более доступным. Таким образом, меняется осознание человеком действительности, личного опыта, истории и прошлого.

Культурная дифференциация отражает биологическое и географическое разнообразие нашей планеты. Естественное межкультурное общение и «заимствование» элементов художественного самовыражения из других культур развивают и усиливают обе общающиеся стороны: вспомним П. Гогена на Таити или влияние традиционной музыки Ганы на звучание джаза. Но в то же время современная быстро распространяющаяся популярная культура западного стиля, которую широко пропагандируют средства массовой информации, не является естественным образованием. Это продукт, поддерживаемый и массово распространяемый большими корпорациями, является только «симуляцией» действительности, как назвал его известный исследователь французского постмодернизма Ж. Бодрийяр.

Стандартизация, гомогенизация культуры, на распространение которых влияет и развитие средств массовой коммуникации, и «макдиснейлендизация», о которой будет говориться далее, а также экономическая глобализация содействуют исчезновению регионального разнообразия<sup>16</sup>. Может быть, в этом следует искать причины усиливающегося в наше время интереса к уникальным ценностям наследия конкретных культур?

Повседневный опыт показывает, что мы живем не столько в глобальном, сколько в *глокальном* мире, в своеобразном синтезе глобальности и локальности, пронизывающем все сферы жизни. Понятие «*глокальности*» – это адаптация японского *dochakuka* (превращение в здешнее, местное), на Западе его ввел в оборот профессор Абердинского университета в Шотландии Р. Робертсон, и означает оно те условия и детерминации, в которых глобальное содержание создается, распределяется и употребляется на местах<sup>17</sup>.

Уже упоминавшееся «бегство от реальности» стало повсеместным и постоянным явлением. Комплексы точек питания, большие торговые центры, заново спланированные и перестроенные центры городов – все это создает общую смесь эскапизма и консьюмеризма, в которой сливается культурный опыт и потребительская практика.

Сфера туризма является одним из самых сильных источников «бума наследия». Она дает ярчайшие примеры того, как различные культурные и досуговые занятия сливаются с потреблением<sup>18</sup>. В 80-е гг. XX в. в мире формируется философия «потребления ради потребления». В этот период экономической социологией констатируется факт, что рынок производителей становится рынком потребителей.

В то же время значимые изменения произошли в сфере туризма и обслуживания – переход от туризма конвейерного типа, когда потребности путешественников удовлетворяло массовое предложение, предполагающее условный примитивизм и односортность, безликий конвейерный характер производства услуг, к дифференцированной модели туристического предложения, в котором проявляется специализация и диверсификация предложения, означающая разнообразие потребностей и мотивов. А в последнее десятилетие XX в. начало развиваться направление индивидуализации туризма, на которое все больше влияли тенденции гуманизации, социализации экономики и экологизма, когда в центре внимания общества появляется личность с разнообразием ее потребностей.

Вместо «потребления ради потребления» сегодня в обществе укореняется философия «потребления с ощущениями», когда товар или услуга покупаются из-за того, что их потребление дает возможность испытать новые впечатления или помогает получить новый индивидуальный опыт. Таким образом, основной ценностью посещаемого объекта становится его привлекательность.

<sup>15</sup> John Tomlinson, *Globalization and Culture*. Cambridge, Polity Press, 2000.

<sup>16</sup> Подробнее см.: *Globalisation: The Reader* (ed. by John Benyon and David Dunkley). London, Routledge, 2001, p. 1-37.

<sup>17</sup> Roland Robertson, Kathleen E. White, *Globalization – Critical Concepts in Sociology*. London, Routledge, 2003.

<sup>18</sup> Georg Ritzer, Allan Liska, *McDisneyization and „Post-Tourism“*. *Touring Cultures* (ed. by C Rojek and J. Urry). London, Routledge, 2002, p. 96-109.

Говоря о потреблении в туризме, можно вспомнить таких авторов, как Э. Козн, Д. Урри, С. Плог, Ж. Бодрийяр, которые старались объяснить природу и причины современного туризма. Они утверждали, что сегодня люди уже не переживают действительность, но им предлагаются псевдособытия. Массовый туризм является примером тому, как стали доминировать псевдособытия и инсценированный опыт. Современные туристы – словно пассивные наблюдатели, изолированные от посещаемой страны. Кто-то их даже назвал «жертвами индустрии туризма», будто содержащимися в своеобразных туристических «гетто», где их опыт строго контролируется.

Глобальный туризм является также одним из ярчайших проявлений усиливающейся экономической и культурной взаимозависимости стран. Международный туризм распространяет практику капитализма в тех странах мира, которые исторически почти не затронуты распространением модернизации. Он может проникнуть в места, которые мало что могут предложить рынку. В процессе коммерциализации (комодификации) культурные практики, дикая природа, виды животных и пейзажи обретают денежную ценность, которой они никогда раньше не имели. В мире, который становится все более капиталистическим, единственная возможность гарантировать сохранность какой-либо культурной практики или природного ландшафта – это найти способ их коммерческого использования<sup>19</sup>.

В капиталистическом постмодернизме превращение в товар охватывает и область внутренней жизни человека, когда в самом человеческом теле и его духовной деятельности обнаруживаются неиссякаемые запасы ресурсов, гарантирующие новый виток накопления капитала. Таким образом начала проявляться общая тенденция превращения в товар и самого культурного опыта.

Вместе с тем встает вопрос: достаточное ли это основание для утверждения, что формируется единственная господствующая «унифицированная» глобальная культура? Наиболее очевидным доказательством такого утверждения были бы уже упомянуты наблюдающиеся во всем мире «слияние» и стандартизация культурных знаков, символов и товаров. Французский социолог С. Лятуш усматривает в этих процессах радикальный призыв к злостной «вестернизации» мировых культур – глобальной унификации, возвышающей опыт Запада и игнорирующей, заслоняющей или зажимающей разнообразие незападных культур<sup>20</sup>. Однако другие исследователи усматривают иную сторону этих процессов. Они скептически смотрят на предлагаемую С. Лятушем одностороннюю версию объяснения процессов глобализации: дескать, Запад агрессивно шагает вперед, сметая все остальные своеобразные культуры. А. Гидденс утверждает, что при распространяющейся таким образом западной культуре Запад сам теряет свое социальное и культурное превосходство. Сегодня некоторые страны, традиционно называемые странами третьего мира, стали в технологическом, индустриальном, экономическом смысле более передовыми, чем некоторые регионы Европы<sup>21</sup>. В мире уже разворачивается борьба с культурной гомогенизацией: такие государства, как Франция, Канада или Малайзия, уж не говоря об исламском мире, всеми силами стараются ограничить импорт иностранных фильмов, книг или журналов, чтобы сохранить свое национальное наследие и аутентичное проявление национальной культуры.

Обобщая, можно сказать, что спектр реакций на влияние глобализации, гомогенизирующей и стандартизирующей образы жизни и культурный опыт, очень широк – от перенятия и попыток адаптировать, приспособить, придать «местное» значение глобальным продуктам (**гибридизация** или глокализация) до неоднородных форм сопротивления глобализации, особенно ее идеологии – глобализму<sup>22</sup>.

Таким образом, глобализационная компрессия времени и пространства сильно влияет не только на современные культурные практики и привычки, но и на отношения к прошлому и его материальным и нематериальным ценностям. Поэтому, желая лучше понять эти неоднородные процессы, необходимо углубиться в сами условия появления, оценки и анализа культурного наследия.

<sup>19</sup> James Fulcher, *Capitalism*, p. 140-141.

<sup>20</sup> Serge Latouche, *The Westernization of the World*. Cambridge, Polity Press, 1996, p. xii.

<sup>21</sup> Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity*, p. 65.

<sup>22</sup> Manfred B. Steger, *Globalism*. London, Rowman and Littlefield Publishers, 2002; M. Rupert, *Ideologies of Globalization*. London, Routledge, 2000.