

Культурная идентичность в эпоху глобализации: теоретико-философский анализ

Гезаль Мамедрасуловна Галмагова – старший преподаватель кафедры иностранных языков. Томский государственный архитектурно-строительный университет. Томск, Россия.

E-mail: gmg21@bk.ru

Аннотация. В статье рассматривается связь между глобализацией и культурой в отношении использования новых сетевых средств массовой информации. Показано, что необходима обоснованная концепция культурной идентичности, чтобы описать эти отношения в конкретных терминах и подвергнуть их дифференцированному анализу. Изложена концепция культурной идентичности, которая позволит изучить эту связь и выявить ее практикоориентированный смысл. Отмечено, что культурная идентичность имеет различные проявления, в том числе и в сопряженности с массовой/социальной коммуникацией. Дается теоретико-философский анализ культурной идентичности в эпоху глобализации, но при этом обосновывается подход, в соответствии с которым глобализация способствует формированию поликультурного мира и в то же время осложняет условия возникновения и закрепления культурной идентичности.

Ключевые слова: идентичность, глобализация, коммуникация, ценности и нормы, культурная глобализация.

ПО П Ы Т К И описания всего, что относится к понятию культуры, совершались многими философами, социологами, этнологами, культурологами и представителями других научных сфер. Термин «культура» зачастую продолжает характеризоваться расплывчатостью и амбивалентностью даже в положениях, установленных в определенных дисциплинах. Проблемы в теоретическом аспекте начинаются с принятием культурой большого количества форм и многообразием ее проявлений. Возникают некоторые парадоксы, относящиеся к противоречиям в оценке культурного феномена с научной точки зрения. Нередко упоминаются три культурных парадокса, связанные с проявлениями культуры (Demorgon, Molz 1996: 52-58). Данные парадоксы заключаются в непрерывности и изменении, стандартизации и дифференциации, а также открытости и исключении форм культуры. Парадоксальность в том, что их невозможно «схватить» или «развернуть» в каком-то одном линейном направлении без потери смысловой нагрузки. Глобализация является одним из условий развертывания культуры, но одновременно она парадоксальным образом «схватывает» ее в тиски, ценностно-нормативные и достаточно жесткие.

Глобализация – противоречивое понятие, оно воспринимается с позитивной и негативной сторон. В многочисленных дискуссиях относительно содержания данного понятия исследователи склонны затрагивать другую, но сопряженную с глобализацией тему культурной идентичности, в том числе раскрывающуюся в характеристиках «культурной самобытности» (Hannerz 1987: 548-550). Употребление понятия глобализации в разных контекстах привело к тому, например, оно как таковое упоминается часто, но разъясняется лишь в очень немногих случаях. Авторы склонны считать, что это само собой разумеющееся явление с достаточно устойчивым содержанием. Между тем изучение социокультурных процессов, опосредованных глобализацией, их влияния на идентичность (особенно культурную идентичность) и последствий для нее требует более пристального рассмотрения другого важного понятия «культурной идентичности».

Его теоретическая концептуализация особенно сложна, поскольку эти два термина сами по себе включают в себя целый ряд возможных значений и характеристик. Возникает ключевая проблема: несмотря на частое использование этих понятий, их смысл иногда

ускользает и подменяется другим содержанием, например, модернизацией, интернализацией и т.д. Чтобы установить более конкретные рамки для соотношения указанных понятий и одновременно обозначить перспективу их использования в научном контексте, следует прежде всего обозначить ряд важных вопросов: (1) что подразумевается под глобализованным миром? (2) что такое «культурная идентичность» в ее связи с глобализацией? (3) какую роль в этих процессах играют «новые медиа» и интернет? Появляются и другие вопросы, также требующие решения. В настоящей статье мы тезисно их обсудим и в целом обобщим наработки в ракурсе сопряженности глобального и «культур-идентичного».

Как полагают некоторые исследователи, между культурной идентичностью и глобализованным миром подразумевается двойственное отношение (Hansen 2003: 58-69). Считается, что идентичность в культурном аспекте прежде всего характеризуется наличием у носителей культуры местных корней и соответствующей системы ценностных ориентиров, символов, а также общим языком вербального общения. Так складывалось исторически. Таким факторы культурной идентификации находятся в тесной связи с условиями развертывания глобального: местные корни удерживают общность, условия глобализации диктуют необходимость «вписаться» в социальный мир, в котором проявляются глобальные ценности и нормы. Человек – на распутье. С одной стороны, его идентичность (культурная), с другой – глобальный мир, где есть интернет, технологии, СМИ и т.д. Что способствует в таком случае упорядочиванию таких отношений? По-видимому, это может быть «деконтекстуализация» символов, их обобщение в общечеловеческом масштабе (конвенционализация). Однако это процесс чрезвычайно сложен и амбивалентен, для него необходимо «соблюсти» ценностно-нормативную определенность, когда ценности и нормы упорядочиваются «на стыке» культурного и глобального.

Но когда речь идет о таком соотношении, то важно учитывать и явления национальной идентичности. При этом следует иметь в виду, что процессы социокультурной глобализации могут быть вызваны «революциями» в информационных и коммуникационных технологиях», что приводит к «растягиванию» пространственно-временного социального взаимодействия (Lash 1995: 41-42). Это

угрожает смещению полюсов в проявленности и культурной, и национальной идентичности. Очевидно, что интернет, действительно, «растягивает» пространство – и социальное, и социокультурное, но он определяется не в качестве СМИ (в классическом смысле данного понятия), а в качестве нового технологического решения для обеспечения эффективности коммуникации. Благодаря этому появляется возможность обмена цифровыми данными в обоих направлениях, т.е. от отправителя к получателю и обратно, причем вне зависимости от имеющегося расстояния. Следовательно, можно фиксировать факт распространения локальных способов взаимодействия по всему миру, что предоставляет возможность взаимодействия даже на расстоянии. Значит, интернет тоже может быть рассмотрен с точки зрения механизма сопряженности культурного, национального, глобального, этнорегионального и т.д.

Возможности взаимодействия между носителями культуры в удаленных друг от друга регионах могут расширяться вовлеченностью субъектов в общение через интернет. Но встает вопрос о сохранении при таком режиме общения культурной идентичности, ведь интернет может влиять на смещение ценностных стереотипов и в целом на трансформацию ценностей, обеспечивающих сохранность идентичности. Это приводит к выраженности противоречий между субъектами, которые, с одной стороны, сохраняют идентичность, а с другой, оказываются подверженными влиянию глобализации и модернизации (Schmidt 1999: 41-42).

Между тем развитие социальных сетей и сообществ в них больше не связывается с очной встречей субъектов в определенный момент времени. Эти сообщества становятся связующими звеньями между любым местом, где можно «войти в систему» и где имеются средства, которые позволяют отправлять и получать сообщения вне зависимости от времени и пространства.

Таким образом, можно говорить о создании новыми информационными и коммуникационными технологиями определенного моста между «местными контекстами» (местными корнями), такими, как культурная идентичность, и глобальными контекстами, что в конечном счете способно привести к распространению единообразных систем символов, стилей жизни и стереотипов. Мы полагаем, что

интернет следует рассматривать как систему ценностей и норм, активно влияющую на характер идентичности.

Однако следует иметь в виду, что основные последствия использования интернет-технологий заключаются не только в создании случайности опыта, но также и в изменении количественных факторов общения (Sterbling 2000: 79-89). Это значит, что функции интернета расширяются и не только в смысле глобализации, но и в силу его важной функциональной нагрузки – он обеспечивает практически все уровни коммуникации носителей культуры: социальную, индивидуальную; художественную, игровую, научную и т.д. Интернет делает информацию, общение и участие в коммуникации более простыми, быстрыми и дешевыми, что в результате приводит к увеличению доступности данных и новых информационных источников. Наряду с тем, что данная функция все больше теряется у классических «приворотников», таких как печатные средства массовой информации и радиовещание, она прогрессирует в современных системах информации. Считается, что любой, у кого есть доступ к поисковым системам интернета (Google, Yahoo и Lycos), на сегодняшний день может осуществлять быстрый поиск, исследование и отбор информации (Würtz 2004: 111-114). Таким образом, источники информации разветвляются как системы ценностей и норм, а значит, они могут становиться «операторами» культурной идентичности, наряду с другими ее факторами вступают в конкуренцию за привитие индивидам тех или иных качеств.

В то же время благодаря растущему принятию культурно чуждых образов жизни и профессиональной деятельности интеграция в местный культурный контекст (приобретение местных корней) происходит все более и более сложно. Перечень модных слов, посредством которых описывается смешение культурно различных стилей, обычаев и традиций, определяется культурным плюрализмом, гибридизацией и креолизацией соответственно. Культурный контекст разрастается, все менее оказывается подчиненным каким-либо традиционным принципам культурного развития. Помимо смешения «собственной» и «чужой» культур мы можем обнаружить признаки того, что в качестве основания культурной идентичности может выступать глобализация. Постоянное присутствие изображений из зарубежных источников (визуальные ряды, картинки, клипы и др.),

передаваемых новыми электронными средствами массовой информации, истощает и подрывает национальную идентичность, демонстрируя образ мира, образ жизни и действий, противоречащие собственному культурному контексту. Есть опасения, что это приведет не только к утрате национальных культурных связей, но и вызовет своего рода защитную реакцию против чрезмерного навязывания иностранных культурных символов, что приведет к еще более выраженному и целенаправленному поиску возможностей укоренения в культуре и распространению местной культурной идентификации. Симптомами этого явления могут быть, например, модели идентичности, основанные на местном патриотизме или национализме, которые частично диагностируются в Восточной Европе.

Более того, распространение средств массовой информации в качестве источников идентичности (культурной, социальной и другой) способно привести к увеличению к формированию такого опыта, который в иных ситуациях обеспечивается традиционными процессами социализации и инкультурации человека. Очевидно, что в таких условиях формирование идентичности будет проходить более сложно и не прогнозируемо.

Все эти различные тенденции могут привести к усилению фрагментации национальных обществ и их культур. Исследователи в ряде случаев отмечают, что такая фрагментация соотносится с нивелировкой и гомогенизацией социокультурных процессов, включая культурную идентичность. Следует иметь в виду, что культурные стандартизации (как системы символов) отдельных обществ, в ряде случаев могут получить распространение по всему миру, хотя изначально были не актуальными для такого повсеместного использования. Поскольку интернет-коммуникация происходит в основном среди пользователей из высокотехнологичных промышленно развитых стран, находящихся под влиянием западной культуры, и осуществляется в основном на английском языке, стандарты общения, установленные этими пользователями, некоторые из которых являются нормативными (например, сетевой этикет), глобализированы. Основными аргументами в пользу этого тезиса являются эмпирически подтвержденные данные о том, что «медийная коммуникация обычно более плотна от центров к периферии, чем наоборот» (Gajić, Vujadinovic et al. www).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Demorgon J., Molz M. Bedingungen und Auswirkungen der Analyse von Kultur(en) und interkulturelle Interaktion // Thomas A. Psychologie interkulturellen Handelns. Göttingen/Bern, 1996. P. 43-80.

Hannerz U. The World in Creolisation // Africa. Journal of the International African Institute. 1987. Vol. 57(4). P. 546-559.

Hansen K.P. Kultur und Kulturwissenschaft (2. Aufl.). Tübingen/Basel, 2003. 412 p.

Lash S. Wenn alles eins wird. Wir leben in einem Zeitalter der globalen Kulturindustrie. Darin liegen auch Chancen // Die Zeit. 1998. № 10. P. 41-42.

Schmidt S.J. Kultur als Programm. Zur Diskussion gestellt // Viehoff R.; Segers R. T. (Hg.). Kultur, Identität, Europa. Frankfurt/M., 1999. P. 120-129.

Sterbling A. Globalisierung und die Ungleichzeitigkeiten des Denkens // Alsheimer R., Moosmüller A., Roth K. Lokale Kulturen in einer globalisierenden Welt. München/Berlin, 2000. P. 79-89.

Würtz E. Intercultural Communication on Websites // Sudweeks F., Ess C. (ed.). Fourth International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication. Murdoch, 2004. P. 109-132.

Gajić M., Vujadinovic S., Popović S. Globalization and cultural identity. URL: https://www.researchgate.net/publication/321344173_Globalization_and_cultural_identity (дата обращения 18.06.2024)

Cultural identity in the era of globalization: theoretical and survey analysis

Gezal G. Galmagova – Senior lecturer at the Department of Foreign Languages of Institute of International Relations and Internationalization of Education. Tomsk State University of Architecture and Building. Tomsk, Russia.

E-mail: gmg21@bk.ru

Abstract. The article examines the relationship between globalization and culture in relation to the use of new online media. It is shown that a well-founded concept of cultural identity is necessary in order to describe these relations in specific terms and to subject them to a differentiated analysis. The concept of cultural identity is outlined, which will allow us to study this connection and identify its practice-oriented meaning. It is noted that cultural identity has various manifestations, including in connection with mass/social communication. A theoretical and philosophical analysis of cultural identity in the era of globalization is given, but at the same time an approach is substantiated, according to which globalization contributes to the formation of a multicultural world and at the same time complicates the conditions for the emergence and consolidation of cultural identity.

Key words: identity, globalization, communication, values and norms, cultural globalization

References

- Demorgon, J., Molz, M. (1996) Bedingungen und Auswirkungen der Analyse von Kultur(en) und interkulturelle Interaktion. In: Thomas, A. (Hg). *Psychologie interkulturellen Handelns*. Göttingen/Bern. P. 43-80.
- Hannerz, U. (1987) The World in Creolisation. *Africa. Journal of the International African Institute* Jg. Vol. 57. № 4. P. 546-559.
- Hansen, K.P. (2003) *Kultur und Kulturwissenschaft* (2. Aufl.). Tübingen/Basel. 412 p.
- Lash, S. (1998) Wenn alles eins wird. Wir leben in einem Zeitalter der globalen Kulturindustrie. Darin liegen auch Chancen. *Die Zeit*. № 10. P. 41-42.
- Schmidt, S.J. (1999) Kultur als Programm. Zur Diskussion gestellt. In: Viehoff, R., Segers, R.T. *Kultur, Identität, Europa*. Frankfurt/M. P. 120-129.
- Sterbling, A. (2000) Globalisierung und die Ungleichzeitigkeiten des Denkens. In: Alsheimer, R., Moosmüller, A., Roth, K. *Lokale Kulturen in einer globalisierenden Welt*. München/Berlin. P. 79-89.
- Würtz, E. (2004) Intercultural Communication on Websites. In: Sudweeks, F., Ess, C. (ed.). *Fourth International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication*. Murdoch. P. 109-132.

Gajić, M., Vujadinovic, S., Popović, S. Globalization and cultural identity.
URL: https://www.researchgate.net/publication/321344173_Globalization_and_cultural_identity (accessed 06/18/2024)

Статья поступила 26.05.2024
Принята к публикации 30.09.2024