

УДК 008:316.42

ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СВІТІ

Шумило О. В.

Аспірант Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
Науковий керівник: доцент Даниленко С. І.

Анотація. Одним з основних аспектів функціонування постіндустріального суспільства є наявність глобалізаційних процесів, які протікають на усіх рівнях та в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Важливим чинником переходу явищ з локального та міждержавного масштабу до глобального, є інтенсифікація масової комунікації, яка підпорядковує різноманітні суспільства одному «знаменнику», як і глобалізація, що здатна продукувати розповсюдження, уніфікацію та тотальну інтеграцію одного цілого.

У статті розглядаються специфічні особливості висвітлення глобалізації як культурно обумовленого явища через призму теорій комунікації. Глобалізація у світлі теорій комунікації розглядається з імперіалістичних та плюралістичних позицій. Пропонується підхід до аналізу культурних аспектів глобалізації як до гомогенованого або гетерогенованого середовища.

Ключові слова: глобалізація, масова комунікація, франкфуртська школа, гомогенізація культури, гетерогенізація, культурний імперіалізм, плюралізм, меркантилізм, культура споживання.

Постановка проблеми. У сучасних умовах життєдіяльності суспільства глобалізація є наріжним каменем усіх соціальних процесів. Проте, не правильним буде стверджувати, що її вплив є рівномірним та однаковим у всіх частинах світу. Це зумовлюється, з одного боку, різним рівнем розвитку технологічних баз комунікаційних систем, з іншого боку, локальними особливостями соціумів у різних країнах. Тому, з точки зору, комунікаційних теорій, можна спостерігати за різноплановими проявами глобалізації, зокрема її культурних аспектів, як таких, що найбільше відносяться до сфери комунікаційних процесів

Мета статті – проаналізувати основні концепції розуміння особливостей культурного аспекту глобалізації через призму теорій комунікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження глобалізації в структурі теорій комунікації є предметом численних наукових досліджень. Розглядом різноманітних аспектів окресленої проблематики займаються провідні українські та іноземні науковці: Я. В. Белінська, О. Г. Білорус, В. І. Власов, В. П. Горбулін, М. М. Мойсеєв, П. Т. Саблук, Ф. П. Санін, М. Макклюен, Е. МакГру, Д. Хелд, Дж. Томлінсон, та ін.

Основні результати дослідження. Глобалізація стала однією з ключових тем дослідження суспільних наук. Вчені Девід Хелд і Ентоні МакГру виділяють три основні напрями наукової думки у дослідженні глобалізації: гіперглобалісти, скептики і трансформаціоналісти. Гіперглобалісти стверджують, що ми живемо у дедалі глобалізованішому світі. Головну увагу вони зосереджують на економічних аспектах глобалізації – створення глобальних ринків призводить до втрати автономії та суверенітету держави, оскільки вона не може їх контролювати.

Друга школа, скептики, стверджує, що глобалізація – це міф [1]. На думку скептиків те, що гіперглобалісти описують як економічну глобалізацію, є лише підвищеним рівнем економічних взаємозалежностей. Тому вони не вважають поточну глобальну ситуацію безпрецедентною. Скептики також ставлять питання, що саме є «глобальним» у глобалізації – якщо це не універсальне явище, тоді поняття не є дійсним, і йому бракує конкретності. Наприклад, скептики вказують на те, що багато в чому економічна взаємозалежність обмежується країнами ОЕСР, і тому не є насправді глобальною.

Синтез між цими двома конкуруючими підходами представлений науковцями-трансформаціоналістами, які стверджують, що глобалізація має структурні наслідки та є рушійною силою у суспільстві, яка впливає на політичні, соціальні та економічні зміни [2]. Глобалізація є не лише зсувом у інтенсивності обміну, вона призводить до переформулювання політичної, культурної та економічної влади. Існує структурна трансформація і глобальний зсув в тому, як організована влада [3]. Глобалізація представляє діалектичний процес, що може як об'єднувати, так і роз'єднувати, у якому виникають як переможці, так і переможені.

Трансформаціоналісти розуміють глобалізацію як багатоплановий процес, і не лише економічний. Багато науковців поділяли теорії глобалізації на категорії політичної, економічної та культурної глобалізації. Роль засобів масової інформації та комунікацій часто обговорюється з точки зору культурної глобалізації.

Різні дослідники приводили переконливі аргументи на користь детального дослідження культурної глобалізації. Джон Томлінсон [4] вказує на важливість розгляду культурних практик як центральних у явищі глобалізації. Ентоні Гідденс визначає глобалізацію як «інтенсифікацію всесвітніх суспільних стосунків, які пов'язують території, віддалені одна від одної, таким чином, що місцеві події формуються подіями, що відбуваються на відстані багатьох кілометрів і навпаки» [3, с. 64]. Робертсон [4], говорять про глобальну культуру і «глобальну свідомість». Мартін Елброу [1] йде далі, стверджуючи, що глобалізація призводить до «світового суспільства». Він визначає глобалізацію як «усі ті процеси, за допомогою яких народи світу об'єднуються у єдине світове суспільство, глобальне суспільство». На відміну від Елброу, Арджун Аппадурай [2] стверджував, що глобалізація засобів масової інформації та комунікацій викликає складні взаємодії та розриви між різними культурами і забезпечує культурне розмаїття, а не гомогенність.

Глобалізація і комунікація тісно переплетені. Маршалл МакКлюен – один з перших встановив зв'язок між засобами масової інформації та глобалізацією, поєднавши дві концепції: «засіб масової інформації є повідомленням» і «глобальне село». Дійсно, багато науковців вивчали зв'язок між глобалізацією і засобами масової інформації, і «більшість теоретиків зійшлися на тому, що практично не існує глобалізації без засобів масової інформації та комунікацій» [5, с. 4]. Терхі Рантанен підкреслює роль засобів масової інформації та комунікацій у глобалізації, визначаючи глобалізацію як «процес, у якому всесвітні економічні, політичні, культурні та суспільні стосунки дедалі більше опосередковуються у часі та просторі» [6, с. 8].

Розширення комунікаційних потоків і глобальних онлайн-мереж збільшують можливість нового виміру глобалізації і нових форм глобальних/локальних медіа-потоків. У найбільш широкому сенсі, нові медіа-технології дозволяють медіа-контенту легко протікати через кордони та дають можливість користувачам ставати виробниками, що у свою чергу породжує гібридні форми ЗМІ.

Останнім часом спостерігалось стрімке зростання соціальних взаємодій в Інтернеті. Виникнення нових форм соціальних онлайн-мереж демонструє нові комунікаційні шаб-

лони у цифровому столітті. Класичним прикладом масової політичної активності з використанням Інтернету як мобілізуючого ресурсу для проведення кампаній є випадок сапатистів, який Мануель Кастелс назвав «першим інформаційним партизанським рухом» [7, с. 79]. При тому, що боротьба сапатистів була локальною, використання Інтернету в якості транснаціонального каналу комунікації, яким користувались для безпосередньої передачі повідомлень та отримання міжнародної підтримки.

Інтернет і революція в сфері комунікацій породили нові форми медіа-діяльності. Роберт Хекетт і Вільям Керолл стверджують, що «оцифрування та конвергенція медіа-технології, які активізували процес глобалізації... створили нові можливості для демократизації через ЗМІ» [8, с. 96].

В цілому ці приклади ставлять під питання можливість використання традиційних теорій комунікації, серед яких існує два основних та взаємопов'язаних підходи. Можна поглянути на дану проблему з точки зору критичних досліджень, зокрема Франкфуртської школи, яка в центр уваги ставить економічну структуру та політичну владу комунікації. Або можна розглянути питання через призму культурознавства, зосереджуючись на ролі комунікації у створенні та підтримці цінностей.

Франкфуртська школа виступає за модель домінантності, згідно якої глобалізація веде до гомогенізації культури через ЗМІ та до культурного імперіалізму.

Дебати щодо культурного імперіалізму загострилися після того, як деколонізація призвела до виникнення нових держав в Африці, Азії та Тихоокеанських країнах. Науковці замінили колоніалізм новою формою капіталістичного поневолення Третього Світу – неокolonіалізм, який є скоріше економічним, ніж політичним, і має більш ідеологічну, ніж військову підтримку. Науковці вважають, що неокolonіалістичні сили перейшли до символічних засобів контролю, чому сприяла інтеграція глобальних систем телекомунікації і поширення телебачення. А. Маттерларт, Г. Шиллер і О. Бойд-Барет запропонували теорії культурного і медійного імперіалізму. Засоби масової інформації поширювали глобальний капіталізм і просували головним чином американську культуру, яка підтримує ідеологію споживання, миттєвої винагороди та індивідуалізму. Теза культурного імперіалізму висуває аргумент про те, що глобалізація ЗМІ призведе до гомогенізації культури, національної самосвідомості та локальної специфіки. Бойд-Барет, який одним з перших висунув теорію медійного імперіалізму, переглянув цю тезу з урахуванням різних типів аудиторії, але він стверджує, що медійний імперіалізм залишається корисною аналітичною концепцією.

Проте, ідею щодо гомогенізації світової культури поділяють не всі. США є не єдиним домінуючим гравцем з точки зору виробництва ЗМІ. Останнім часом спостерігався підйом регіональних ринків, а інформаційні потоки ЗМІ є скоріше багатоспрямованими, а не однотипними. Це ставить під сумнів ідею медійного імперіалізму та потоку інформації в один бік. Глобалізація призвела до міжнародної циркуляції продуктів ЗМІ. ЗМІ, вироблені в одній країні поширюються не лише на внутрішньому ринку, але й на глобальному ринку. Дослідження Каарле Норденстренг і Тапіо Варіса у 1970-х роках вказують на асиметричний міжнародний потік телевізійних програм, тобто існував потік в один бік: з США – до решти світу. Проте, зараз існує вагомий доказ багатоспрямованості потоків ЗМІ, як свідчать центри телевізійного виробництва в Мексиці, Бразилії, Гонконгу та Індії. Гідденс розглядає «зворотну колонізацію» бразильських телевізійних програм, що експортуються до Португалії. Танстол [3] відмічає, що одним з головних чинників занепаду ЗМІ США на світовій сцені є підйом латиноамериканських, зокрема бразильських, мильних опер. Дослідник підкреслює той факт, що медійними компаніями володіє величезна

кількість учасників ринку, скоріше всесвітнього, ніж американського. В контексті дебатів про глобалізацію ЗМІ та глобальних інформаційних потоків, Танстол стверджує, що у всьому світі домінують національні індустрії ЗМІ, а США мають відносно невелику долю ринку в інших країнах.

Аудиторія віддає перевагу контенту місцевого виробництва. Дійсно, Танстол стверджує, що люди віддають перевагу своїй власній національній культурі та мові та споживанню своїх національних та/або регіональних ЗМІ, від бразильських мильних опер та індонезійського регіонального мовного радіо, до індійської національної та регіональної кіноіндустрії.

Меркантилізм та споживча культура поширюються, проте буде хибним ототожнювати цей процес з виникненням однорідної та уніфікованої глобальної культури. Ототожнювати культурний і медійний імперіалізм з капіталізмом США є принциповою помилкою [5]. Глобалізація не дорівнює американізації. Процеси, пов'язані з глобалізацією, набагато складніші та багатомірні.

Джеймсон [8] розглядає п'ять рівнів глобалізації: технологічний, політичний, культурний, економічний та соціальний. При тому, що ці п'ять аспектів відображають вплив США на капіталізм у всьому світі, жоден з них не контролюється виключно американськими інтересами. Ці багаточисельні виміри глобалізації підкреслюють нерівномірну природу глобальних потоків та культурної взаємодії

Основним моментом у цьому обговоренні є те, що США не контролює глобальну систему образів; США лише є одним з виробників поряд з іншими. Транснаціональний консьюмеризм не дорівнює ані поширенню американської культури, ані уніфікованій глобальній культурі.

Другою традиційною парадигмою у дослідженні ЗМІ та комунікації є плюралістична модель. У неоліберальному середовищі 1980-х та 1990-х років панувала нова точка зору, яка поєднувала критичні зауваження медійного імперіалізму і представляла альтернативний підхід. Оспорюючи гомогенізаційний напрям наукової думки, виникла наукова школа гетерогенізації. Замість того, щоб розглядати поширення культурних продуктів як таких, що призводять до гомогенізації, згідно з цією точкою зору глобальний потік іміджів та продуктів веде в результаті до культурного розмаїття.

Цей погляд акцентує увагу на місцевому факторі. Цей гетерогенний напрям наукової думки передбачає, що ЗМІ фактично розширює комунікацію та культуру. Багато науковців висували аргумент, що ЗМІ веде до поглибленого розуміння та демократії. Це перекликається з ідеєю Маклюєна про стискання просторових та часових кордонів за допомогою нової технології, що призводить до виникнення «глобального села». Прибічники плюралістичної моделі вважають, що ЗМІ сприяють етнічному і культурному розмаїттю.

Теоретики культури описують ЗМІ та глобалізацію як процеси, що сприяють міжнародному діалогу та демократизації суспільства, а політичні економісти вбачають в глобалізації гомогенізуючі сили, що ведуть до зниження рівня демократії.

Вартою уваги є концепція «глобалізації» Робертсона [6], який не пов'язує її з процесами гомогенізації чи гетерогенізації. Замість цього, він вважає, що ці процеси взаємоповнюють один одного. Це перекликається з аргументом Томлінсона про те, що «глобалізація зовсім не руйнує, а, можливо, навпаки є найзначущішою силою у створенні та зростанні культурної самосвідомості» [6, с. 16]. Концепція гібридизації мала велике значення у дослідженнях ЗМІ та комунікацій, хоча гібридність лише останнім часом набула наочного підтвердження у міжнародних дослідженнях ЗМІ. Ця концепція передбачає

підходи, що висвітлюють більше нюансів, при аналізі взаємодії глобального/локального, і в той же час враховує, як локальна, глобальна і національна взаємодія може призвести до нових гібридних форм ЗМІ та продуктів культури.

До того ж, відношення між глобалізацією та комунікацією, і зокрема, питання про глобальне керування ЗМІ, є сферою не лише дедалі більшого інтересу серед науковців, але й життєво важливою проблемою, враховуючи істотну роль, яку комунікація відіграє у нашому житті. Мануель Кастелс висунув ідею, що «можливо, найвирішальніші суспільні рухи нашого століття – це ті, які спрямовані на збереження вільного Інтернету, що забезпечує автономну комунікацію нового суспільного простору Інформаційного століття» [8, с. 142].

Висновки. Отже, у статті було зроблено огляд основних підходів до розуміння культурного аспекту глобалізації у класичних теоріях комунікації. На наш погляд, глобалізація призводить до «переформатування» традиційної культури певного суспільства, що найбільш виражено відображується у комунікативному підході. Показано можливі перспективи застосування комунікаційного підходу до прогнозування глобалізаційних процесів. Окрім можливостей застосування традиційних теорій комунікації до пояснення специфіки культурологічного розвитку людства в контексті глобалізації, все більшого поширення набувають медіа-комунікації, дослідження яких слугує перспективним напрямом наукового пошуку.

Список використаної літератури

1. Albrow M. *The Global Age: State and Society Beyond Modernity* / Martin Albrow. – Cambridge : Polity Press, 1996. – 256 p.
2. Appadurai, A. *Apres le colonialisme: Les consequences culturelles de la globalisation* / Arjun Appadurai. – Paris : Payot, 2005. – 326 p.
3. Гидденс, Э. *Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь.* / Энтони Гидденс. – М. : Весь мир, 2004. – 120 с.
4. Held D. *Globalization/Anti-Globalization: Beyond the great Divide* / David Held. – Cambridge : Polity, 2007. – 304 p.
5. Макклюэн М. *Понимание медиа: внешние расширения человека* / Маршал Макклюэн – М. : «Канон-пресс», 2008. – 464 с.
6. Василенко И. А. *Политическая глобалистика* / Ирина Алексеевна Василенко. – М. : Логос, 2003. – 360 с.
7. Hackett R. *Remaking media: The struggle to democratize public communication* / Robert Hackett, William Carroll. – London : Routledge, 2006. – 256 p.
8. Немыкина О. И. *Глобализация виртуальной реальности и информационная безопасность* : автореф. дис. на получение науч. степени канд. фил. наук : 09.00.11 / О. И. Немыкина. – Саранск. 2011. – 196 с.

CHARACTERISTICS OF GLOBALIZATION OF MASS COMMUNICATIONS IN POST-INDUSTRIAL WORLD

Shumylo O. V.

Postgraduate student of the Institute of International Relations of Kyiv National Taras Shevchenko University.
Scientific advisor: Doctor of Political Sciences, docent S. I. Danylenko.

Abstract. *One of the main aspects of the post-industrial society is the existence of global processes that occur at all levels and in all spheres of society. An important factor in the tran-*

sition phenomena from a local and international scale to global, is the intensification of mass communication, which assigns a single heterogeneous society «denominator» as globalization, which is able to produce distribution, total unification and integration of one whole.

This paper discusses the specific features coverage of globalization as a cultural phenomenon caused through the prism of theories of communication. Globalization in the light of theories of communication considered imperialist and pluralistic positions. An approach to the analysis of the cultural aspects of globalization as homogenized or heterogenized environment is proposed.

Key words: globalization, mass communication, the Frankfurt school, homogenization of culture, heterogenization, cultural imperialism, pluralism, mercantilism, the culture of consumption.

Referances

1. Albrow M. The Global Age : State and Society Beyond Modernity / Martin Albrow. – Cambridge : Polity Press, 1996. – 256 s.
2. Appadurai A. Apres le colonialisme : Les consequences culturelles de la globalisation / Arjun Appadurai. – Paris : Payot, 2005. – 326 s.
3. Giddens E. Uskol'zayushchim mir. Kak globalizatsiya menyayet nashu zhizn'. / Entoni Giddens. – M. : Ves' mir, 2004. – 120 s.
4. Held D. Globalization / Anti-Globalization : Beyond the great Divide / David Held. – Cambridge : Polity, 2007. – 304 s.
5. Makklyuen M. Ponimaniye media : vneshniye rasshireniya cheloveka / Marshal Makklyuen – M.: « Kanonpress», 2008. – 464 s.
6. Vasilenko I. A. Politicheskaya globalistikayu / Irina Alekseyevna Vasilenko. – M. : Logos, 2003. – 360 s.
7. Hackett R. Remaking media : The struggle to democratize public communication / Robert Hackett, William Carroll. – London : Routledge, 2006. – 256 s.
8. Nemykina A. I. Globalizatsiya virtual'noy real'nosti i informatsionnaya bezopasnost' : avtoref. dis. na polucheniye nauch. stepeni kand. fil. nauk: 09.00.11 / O. I. Nemykina. – Saransk. 2011. – 196 s.

ОСОБЕННОСТИ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ МИРЕ

Шумило О. В.

Аспирант Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко.

Научный руководитель: доцент Даниленко С. И.

Аннотация. Одним из основных аспектов функционирования постиндустриального общества является наличие глобализационных процессов, протекающих на всех уровнях и во всех сферах жизнедеятельности общества. Важным фактором перехода явлений с локального и международного масштаба к глобальному, является интенсификация массовой коммуникации, которая подчиняет разнородные общества одному «знаменателю», как и глобализация, которая способна продуцировать распространения, унификацию и тотальную интеграцию одного целого.

В статье рассматриваются специфические особенности освещения глобализации как культурно обусловленного явления через призму теорий коммуникации. Глобализация в свете теорий коммуникации рассматривается с империалистическим и плюралистических позиций. Предлагается подход к анализу культурных аспектов глобализации как к гомогенизированной или гетерогенизированной среды.

Ключевые слова: глобализация, массовая коммуникация, Франкфуртская школа, гомогенизация культуры, гетерогенизации, культурный империализм, плюрализм, меркантилизм, культура потребления.