

УДК 070+654.1+004]: 304.4

ЗМІ В КОНТЕКСТІ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ ДОБИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Тетяна Хоменко

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна, e-mail: journft@franko.lviv.ua

Проаналізовано місце і значення ЗМІ у міжкультурному діалозі в умовах глобалізації. З'ясовано можливість і необхідність подолання “культурного імперіалізму”.

Ключові слова: інтеркультурний діалог, глобальна медіасфера, народ, культурний імперіалізм, культурний спротив.

Міжкультурний діалог в епоху глобалізації — явище складне, суперечливе, багатовекторне, але як мета подальшого формування якісного соціокультурного простору — необхідне. Зокрема, зважаючи на мінливість інформаційної карти світу, воно потребує докладного, виваженого, системного аналізу усіх вдалих і невдалих спроб перебувати в комунікативному руслі інформаційної множинності світу. Зробити це вкрай складно, особливо в епоху інформаційно-комунікативної революції, яка, на думку московської дослідниці Л. Землянкової, створює і нову глобальну медіасферу — “стимулюючий фактор і гарант вдалого втілення у всі сфери сучасного життя: від політики до культури, економіки і науки, тих електронно-технічних засобів зв'язку й інформації, які допомагають суттєво змінити звичні форми життєдіяльності, скеровуючи їх від споживацького індустріального суспільства до інформаційного суспільства знань, які стають основним фактором подальшого розвитку цивілізації і здійснення всіх її ідеалів зусиллями мирної співдружності різних країн і народів” [4; 33].

За ідеальних умов впровадження такого функціонування медіасфери, ЗМІ (традиційні і нові) мають зважати на плюралізм видів і функцій журналістської діяльності, яка робить свій професійний внесок у вирішення різноманітних проблем інформаційно-комунікативних спільнот знань. Адже медіа, перебуваючи в епіцентрі усіх процесів (економічних, політичних, суспільних, культурних), мають активно впливати на них, створювати необхідну для суспільного життя базу правових, сучасних і конструктивних інформаційних даних. Звісно, новинного обміну для налагодження діалогу замало, замоло навіть економічних, політичних і технологічних умов комунікування, особливо з огляду на багатоманітність державних устроїв, неоднорідність економічного і технологічного розвитку країн, бо у гонитві за організацією глобального медіа простору, важливо не втратити реципієнта — глобального, у філософському

сенсі цього слова, представника “глобального громадянського суспільства” [4; 32] — народ.

Як слушно зауважує А.Рєпа у статті “Як побачити нас разом?”, “репрезентація народу — конфігурована у медіа просторі, а отже, всі розрізнені множинності, які становлять його тіло, нівелюються в одному вимірі — це вимір ідентичності, що стає скринькою для стереотипних інвестицій уявних образів чи броунівського руху суджень” [7; 20]. Автор гіпотетично виокремлює три головні форми “народу” як суб’єкта нинішньої медіакратії: народ-опінію, народ-фігуру, народ емоцію, та три фантазматичні модальності народу, які формує медіакратія як щось єдине: “по-перше, це війна всіх проти всіх (суспільство елементарних частинок); по-друге, фантазматична єдність (нація-фантазм), і по-третє, поєднання першого і другого в “спільності емоції” [7; 20].

Як Л. Землянова зауважує необхідність вирішення проблем інформаційно-комунікативних спільнот знань, так і А. Рєпа вбачає у зазначених вище тріадах брак однієї фундаментальної інстанції — а саме розуму як здатності критичного мислення і прагне сьогодні бодай уявити собі народ-розум і його критичну здатність. Власне ЗМІ в умовах глобалізації мали б спрямовувати свої зусилля на те, щоб ми врешті-решт, змогли “побачити нас разом”, але кожного як неповторну індивідуальність: народ-індивідуальність, культура народу як вираз індивідуальності. Проте лише одночасно враховуючи культурні погляди, макроекономічні та структурно-політичні перспективи, можна отримати диференційовану картину сучасної глобальності. ЗМІ пришвидшили процес культурного обміну. Саме вони, поглинаючи, продукуючи і поширюючи ідеї, посприяли розмиванню кордонів між власним і чужим і трансформували культуру із чітко обмеженої, відносно статичної, замкнутої в собі системи в потік значень, який постійно розчиняє старі значення і створює нові зв’язки.

“Але якщо глобалізація — це переважно віртуальний проект, він неминуче впливає і на культурні проекції, і, зокрема, по-новому формулює національні ідентичності... Сьогодні масові комунікації дають змогу уявити нову глобальну спільноту, а отже, по-новому відродити ідею космополітизму, що в часи Відродження та Просвітництва захоплювала уяву лише невеликої кількості освіченої публіки. Нехай навіть зі знаком мінус, але ця фантазія ввійшла в життя мільйонів простих людей” [8; 20]. Хоча найбільшою небезпекою глобалізаційного процесу у культурній площині є гомогенізація, бо саме в ній коріниться космополітична візія “Я — громадянин Всесвіту”. І ЗМІ найчастіше підхоплюють цю пафосну риторичку, не зважаючи на те, що в такий спосіб роблять крок до усереднення людства і кожної людини зокрема, адже сприйняття текстів ЗМІ відбувається через призму культурного контексту. Про це слід пам’ятати тому, що ми дедалі частіше говоримо про національний інформаційний простір і про політику його захисту, про інформаційну безпеку. Натомість, скажімо, медіа-простір України буквально перевантажений подібними заявами. Щоправда, звучать вони сьогодні інакше. Майже в кожному інтерв’ю людина, яка прожила більш ніж один день на Заході, стверджує: “Батьківщина там, де мені добре”, і журналісти, ведучі раз-у-раз схвально коментують цей вислів, не замислюючись над тим, що такий мисленевий стереотип, особливо в часи кризових зрушень, політичної нестабільності деформує вартісну парадигму людини, але аж ніяк не робить її громадянином Всесвіту, а лише віддаляє від самовизначення, це по-

перше, а по-друге, прищеплює споживацьке сприйняття і тлумачення таких категорій, як “Батьківщина”, “народ”, “громада” і т. ін.

Зрештою, у цьому простежуються наслідки “культурного імперіалізму”, який змінює культурний контекст, зокрема через ЗМІ, затемнює автентичні здобутки, скорочує вектор миттєвої відповідної реакції на вторгнення, ускладнює інтеркультурне спілкування. Але ж власна культура завжди формується у діалозі з іншими культурами, в усвідомленні “іншого” іншим, але аж ніяк не гіршим, і в збереженні своєї власної культурної гідності. Це обмін культурним досвідом, здобутками, і не лише на рівні матеріальному, а передовсім — на рівні духовному.

Тож можна стверджувати, що “з одного боку ми переживаємо глобалізацію в сфері комунікації, засобів масової інформації та ринків фінансів, з іншого боку, — роздрібнення політики внаслідок етнічно-релігійних конфліктів у всьому світі, виявів секулярного націоналізму та релігійних фундаменталістських тенденцій”, і водночас “позаєвропейський і поза американський світ опинився під потужним тиском модернізації, що чиниться на нього зовні” [6; 44]. По-перше, модернізація стала феноменом, наповненим конфліктами, оскільки поставила під питання традиційні економічні засади і цінності, особливо це стосується традиційних культур. По-друге, розуміння культури як цілості, на якій тримається ідентичність у світовій політиці, може бути втраченим, оскільки сьогодні культурна глобалізація прив’язана до суперечливого контексту національно-державних обмежень і наднаціональних політичних, технічних і економічних процесів. Тож виникає суперечність між поняттями модернізація і культурна пам’ять. І в цьому контексті слушними є висновки професора антропології, телепубліциста Константіна фон Барльовена, який стверджує, що на початку ХХІ сторіччя багато людей відчуває, що культурна ідентичність у мультиполярному світі їм не гарантована, радше навпаки — вона стає ще суперечливішою, перебуваючи у постійному процесі змін. Водночас, усвідомлення відмінності між культурами зумовлює необхідність вимоги інтеркультурного діалогу, якому обов’язково має передувати державно-політичне врегулювання.

На тлі такого занепокоєння небезпека втрати своєї ідентичності ще більше загострюється, особливо, коли йдеться про збереження культурної пам’яті народу перед загрозою руйнації традицій. Ю. Андрухович у журналі “Сучасність” свого часу написав про щасливі і нещасливі культури: щасливі, на його думку, ті, які не мають історії, не знають її, вони не мають потреби озиратися і плакати за своїм минулим; нещасливі — ті, які міцно тримаються свого коріння [2]. Але такі думки є радше виявом егоїзму і самотності автономного суб’єкта. Тоді не залишається нічого іншого, як прийняти без заперечень вислів С. Гантігтона “the West and the rest”, а ЗМІ запропонувати роль культурної агенції зі створення нової історії країни, навіть більше — національні ЗМІ творитимуть культуру “інших”, над якими домінує культура Заходу. А отже, варто погодитися з Р. Абрамовим, який вважає, що культурна глобалізація змінює контекст, в якому відбувається народження і відродження національних культур [1; 387]. До цього варто також додати, що в цьому контексті відбувається фрагментація культур і змішування та *інше* тлумачення їхніх символів, а якщо зважити на символічне і прагматичне домінування економічно сильнішої культури, то поняття “відродження” може видатися утопічним, а без стійкого культурного, ре-

лігійного, національного імунітету, який мали би підтримувати ЗМІ, навіть атавістичним чи рудиментарним.

Сьогодні чимраз більше загострюється суперечка між ідеєю всевладдя “культурного імперіалізму”, тобто розумінням глобалізації як “вестернізації”, як домінування культурних зразків, знаків і символів сучасного Заходу, й ідеєю “культурного спротиву”.

Ідея такого спротиву виходить передовсім з того, що процес споживання матеріалів ЗМІ — складний і багатовекторний. Неприйняття “культурного імперіалізму” виявляються через акцентування на якісно іншій природі процесів виробництва і споживання матеріалів ЗМІ. А відмінність полягає в особливостях “прочитання” моделей інтерпретації, і вони є похідними від загальних вартісних уявлень. Проте саме такі поняття, як “виробництво”, “споживання” прямо вказують на те, що “виробникам” і “споживачам” не надто притаманний “культурний спротив”, вони, відкрито чи приховано, орієнтуються на комерційний успіх, яким вважають тільки демонстрацію продукції, що формує цинічні ринкові стилі і способи виживання. А якщо так, то доволі важко виробити в ЗМІ критичне ставлення до “культурного імперіалізму”. Тим паче, що це ставлення аж ніяк не може бути агресивним, і поняття “культурного спротиву” слід тлумачити і впроваджувати як гідний, виражений крок назустріч.

Тому “культурному імперіалізму” як тенденції накидання інших, неприйнятних з тих чи інших причин, цінностей варто протиставляти між культурний діалог як найефективніший спосіб обміну вартостями.

Адже у тлумаченні дихотомії добро/зло замало самого лише критиканства в контексті вміння розрізняти, погоджуватися чи не погоджуватися з чимось.

Можна, скажімо, дорікнути ЗМІ, що саме вони причетні до поглиблення кризи позитивного героя в суспільстві, і, звісно, не можемо не погодитися з Є. Сверстюком, який вважає, що емблемою ХХ сторіччя став терорист. Але насправді терорист і сумнівний (в контексті розрізнення добро/зло) герой стали героями нашого медіапростору, телевізійного зокрема (від “Лео кілера” з сумнівним кодексом честі найманого вбивці “крім жінок і дітей” до російських серіалів “Кріт”, “Закон”, “Олігарх” та ін., критикованих також і в Росії [3; 19-20], аж до серіальної інформації про “становлення” корейського студента-вбивці, який вчинив криваву розправу у Технологічному університеті штату Вірджинія).

Може скластися враження, що все це робиться не випадково. Що ми переживаємо період адаптації до цінностей прагматизму жорсткого і жорстокого ринку та екстремальної активності. Хоча таку адаптацію можна назвати вимушеною, оскільки на противагу моді на телеекран не насильство вітчизняному телепростору сказати нічого. Тому теми висвітлення насильства у ЗМІ, кризи позитивного героя, естетизації зла дають таку багату поживу для наукових досліджень, як негативні явища суспільства, а, оскільки проходять апробацію у ЗМІ (коло замикається), то і є на сьогодні своєрідною протидією і аргументом на користь збалансованої подачі матеріалів (подія — інформація — аналіз). І знову на рівні такої схеми накреслюється лише одностороння комунікативна потуга, яка на тлі певного явища замикається сама на собі, лише в інформаційному, а не комунікативному колі.

Ще один вид перевисання до загадкового західного світу — це трансвестизм телепростору, коли складається враження, що ми живемо в стані віч-

ного карнавалу. Колись — “СВ-шоу”, “Комедійний квартет”, “Мамаду”, сьогодні — невтомна Верка Сердючка — це не просто театральна клоунада, не карнавальне життя навиворіт — це нерозумне мавпування Заходу, яке не свідчить про відкритість до нього, а засвідчує радше втрату своєї індивідуальності і врешті-решт свого національного “я” у коловороті культурного негативу, який руйнує особистість.

Низку негативів можна було б продовжити, долучивши до неї намагання засвоїти і адаптувати невластиві для традиційних спільнот ідеї, теорії, які не приживаються на національному ґрунті, а можуть лише сприяти руйнації культурного організму зсередини, тому потребують обережного їх застосування (скажімо, гендерні); насичення національного книжкового ринку чужомовною продукцією, а також перекладними виданнями сумнівного змісту (релігійними зокрема) та ін. Але в сенсі культурного спротиву таким виявам глобалізації працівники ЗМІ мали б пам’ятати про функціональне призначення журналістики та про обов’язок дбати про результат (утвердження чи заперечення норм, цінностей, дієвості, ефективності, формування громадської думки), а також про моральні принципи своєї роботи [5; 78-84]. До того ж, за висловом німецького науковця в галузі ЗМІ Франца Ронненберга, ЗМІ повинні не тільки передавати те, що сказали “сильні цього світу”, вони мають бути “відображувачем думки безсловесних мас” [5; 80]. Безсловесних передовсім через свою розгубленість (чи загубленість) у множинному світі нових «інших» поглядів, швидкоплинних інформаційних потоків і несподіваної можливості відкритися світові, який відкрився їм. Звісно, раніше доступ до глобальної інформації був досить складним, але й сучасна динамізація комунікування через слова та образи ще не засвідчує порозуміння між культурами, особливо — між тими, які мають різні традиції. Засобом масової інформації часто під натиском зростаючої конкуренції доводиться відмовлятися від ґрунтовних розслідувань, якісної аналітики (усвідомлюючи, що новинних обмінів замало), які б сприяли порозумінню. Але однаково через пошану до індивідуальних прав людини, через толерантність і шанобливе визнання культурного плюралізму вони можуть налагодити конструктивний міжкультурний діалог, який перетворюватиме інформацію на знання, сприятиме продуктивному креативному комунікуванню, яке таки дасть нам змогу “побачити нас разом”, а не фрагментом глобальної культурної мозаїки.

-
1. *Абрамов Р.* Сетевые структуры и формирование информационного общества // Социс. — 2002. — № 7.
 2. *Андрухович Ю.* Центрально-східна ревізія // Сучасність. — 2000. — Ч. 3. — С. 5-33.
 3. *Ветров К.* Культурно-нравственный аспект деятельности средств массовой информации — М.: Книга и бизнес, 2005.
 4. *Землянова Л.* Глобализация медиасферы и защита ее общественного потенциала в коммуникативистике // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2005. — № 4. — С. 25-39.
 5. *Карпенко В.* Основи професійної комунікації. — К.: Нора-прінт, 2002.
 6. *Константин фон Барльовен.* Шлях до інтеркультурності // Deutschland. — 2000. — № 3. — С. 44-49.

7. *Pena A.* Як побачити нас разом? // Дзеркало тижня. — 2007. — № 3. — 27 січ.
8. *Pena A.* Мода на глобалізацію // Дзеркало тижня. — 2007. — № 4. — 3 лют.

MASS MEDIA IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL DIALOGUE IN THE AGE OF GLOBALIZATION

Tetiana Khomenko

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Street 1, 79000, Lviv, Ukraine*

Tel. office: (032) 296-47-75

E-mail: journft@franko.lviv.ua

In this article the mass media role is analyzed in intercultural dialogue. The author stresses on possibility and necessity of limitation of “cultural imperialism”.

Key words: intercultural dialogue, global media sphere, cultural imperialism, people, cultural protest.

Стаття надійшла до редколегії 20.04.2007

Прийнята до друку 25.04.2007