

Н. Н. Сухова

ПЕРСПЕКТИВЫ ЧЕЛОВЕКА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В статье рассмотрено проблему перспективы человека в сложном пространстве информационного общества. Показано, как новейшие исследования в области нейролингвистики, психологии, педагогики и философии влияют на формирование образовательного пространства человека XXI века, что в дальнейшем отразится на новых формах политической и экономической жизни общества. Отмечается, что процессы реформирования различных областей человеческого существования протекают не так быстро и зависят от уровня развития сознания людей. Стремительное проведение реформ, в частности образовательной реформы, без четкой цели, стратегии и тактики, оказываются разрушительными для общества, приводят к потере смыслозначимых ценностей людей, вызывают состояние растерянности и неопределенности. Показано, что в рамках информационного общества, при условии четкого осознания человеком ответственности за свой выбор, действия и поступки, открываются новые измерения смысла человеческой жизни на качественно новом этапе его существования.

Ключевые слова: информационное общество, нейролингвистика, цифровые машины, человек, «homo konfuzus», целостность, образование.

N. Sukhova

PROSPECTS OF THE INFORMATION SOCIETY HUMAN

Introduction. Information Society as a new type of human existence is characterized by domination of the market of services, within which information becomes the main value against the background of new production and communication technologies. It fundamentally changes the spiritual and material life of the 21st century. Humanity will again have to absorb a qualitatively new world through its own experience and invent itself in it, using the best perspectives of the Information Society. **The aim and tasks** of the paper are to show the peculiarities of educational space formation in the Information Society and to predict the impact of educational transformations on other areas of man's existence. **Research methods.** A comparative and synergistic approach will help to fruitfully compare the data obtained by researchers from different fields of knowledge and realize the complexity of the self-organization processes of modern society and its culture. **Discussion.** The concern of the researchers is the society's direction on the indicators of economic efficiency, competition and rivalry, which leads to the devaluation of human life, the loss of sense of man's existence. But in the Information Society theory, many promising and positive points for human being and society as a whole are contained. Representatives of humanitarian knowledge take into account the study of the peculiarities of man's existence, formation and development in various aspects of his life. Due to neurolinguistics, there is an opportunity for a deeper study of the features of the human brain, the formation of neural connections, which is the result of acquiring certain skills in the person's professional and everyday life. In practice, this is confirmed in the teachers' activities from primary to higher education. Basic education of a person forms the style of his thinking, sets the search vector of the meaning of life. Full-time education can not be without the philosophical cycle courses, since the main task of philosophy is to teach a person to think, analyze information flows. Information Society, leaving for a person the external media of information, weakening his memory, does not contribute into the preservation and embodiment of the mankind's spiritual values. **Conclusion.** At the moment, humanity is not fully aware of the role of technical reality in bio-social processes, which leads to a distortion of human identity in the future. Describing the information space, scientists often do not take into account the hidden spiritual basis of all the things and, therefore, guided by the scientific developments of the natural sciences and, to a lesser extent, the achievements of the humanities, form their own, often exaggerated, idea of the future prospects of humanity in general. The decision on the issue of the competition of a person with artificial intelligence depends on his choice, on what quality will be his educational field and what place there will be occupied by the subjects of the humanitarian cycle. That is because the transmission of the highest value of human life depends precisely on humanities. Nowadays, the prospects of human existence and new dimensions of its sense depend on the people's choice of people in the age of change.

Keywords: Information Society, neurolinguistics, digital machines, man, "homo konfuzus", integrity, education.

УДК 316.722+327.8

А. А. Фабрика

АМЕРИКАНИЗАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Центральноукраїнський державний педагогічний університет
ім. В. Винниченка

Анотація. Процес «американізації» глобальної культури, що утворюється, пов'язують з інтересами американського бізнесу та їхнім монопольним контролем над світовими інформаційними потоками. Стаття присвячена виявленню тих аспектів «американізації» культури, які дозволяють розглядати її, у тому числі, й як політичний проект. Для цього проводиться зіставлення змісту, характеру та засобів «американізації» культури з методом використання культурних впливів для досягнення зовнішньополітичних цілей, який представлено в концепціях культурного імперіалізму та «м'якої сили» в теорії міжнародних відносин.

Ключові слова: культура, глобалізація, американізація, міжнародна політичні відносини, культурний імперіалізм, «м'яка сила».

Вступ

Процес глобалізації характеризує швидкий розвиток та поступове ущільнення зв'язків і взаємозалежностей між країнами у загальносвітовому масштабі. На культурному рівні, в свою чергу, відбувається розширення простору постійної культурної взаємодії, взаємопроникнення культур та переклад феноменів однієї культури на мову іншої, який У. Ганнерс назвав культурною «ойкуменою». Тоді як вченими розглядаються різні напрями розвитку культурної глобалізації, багато дослідників вважають, що сьогодні формування єдиної глобальної культури більшої мірою пов'язане зі

сценарієм «глобальної гомогенізації», яка здійснюється на засадах повного панування західної культури, перш за все, американської. Ті, хто схильні визначати «американізацію» глобальної культури у дуже позитивному руслі, характеризують її як процес розповсюдження всього нового, сучасного; американські цінності, стиль життя та продукція користуються попитом в усьому світі через свою привабливість та природну потребу у них. Період американського впливу на глобальну культуру за рівнем позитиву навіть був названий «елліністичною» стадією англо-американської цивілізації. В той же час, досить поширеною є значна

негативна оцінка «американізації», яка може призвести, а де й уже призводить, до втрати національної культурної традиції та будь-якої локальної специфіки взагалі. Крім того, сама культура втрачає свій гуманістичний потенціал – на зміну національним цінностям, ідеалам, традиціям приходять принцип вигоди та споживацьке ставлення до світу, що їх культивує розвинена індустрія масової культури.

Необхідність розуміння різноманітних чисельних проявів «американізації» глобальної культури, їхніх наслідків, а також подальших тенденцій потребує дослідження того, що спричиняє цей процес. Зокрема, «американізацію» масової культури пов'язують з американською економічною активністю, розвиненими медіа та потужною силою маркетингу, що просуває американські товари на зарубіжний ринок, обслуговуючи комерційні інтереси. Разом із тим, «американізація» виходить далеко за межі масової культури.

Аналіз досліджень із цього питання показав нам наступне. Г. Хамелінк розглядає глобальне розповсюдження стандартизованих за американськими зразками продуктів харчування, одягу, музики та телефільмів, а також англосаксонського ділового стилю та мови як чинників безпрецедентної гомогенізації. Рушійними силами цього процесу автор називає *технологічні інновації, надзвичайне зростання міжнародної торгівлі та ліберально-політичний клімат*, які сприяють закріпленню існуючих моделей культурного імперіалізму – в усьому світі агресивно продається єдиний споживацький образ життя (Хамелінк, 1997: 26-27).

Г. Шиллер пов'язує ефективно просування до створення американської ери з економічною могутністю та комунікаційними ноу-хау, що взаємопов'язують одне одного (Шиллер, 1992: 49). За Г. Шиллером, радіомовлення, а так само й телебачення, які являли собою надзвичайні можливості для просвітництва людства, були захоплені: «...Імперська мережа американської економіки та фінансів, що зароджується, використовує засоби зв'язку задля свого захисту та зміцнення де б вона не існувала, та для свого розширення в регіоні, де вона сподівається стати активною» (Шиллер, 1992: 47).

Дж. Кьеза також звертає свою увагу на союз економіки і технологій. Відбуваються процеси надзвичайної концентрації в галузі використання ІКТ в руках представників американського бізнесу. Ці процеси дослідник пов'язує з прагненням до все більшої фінансової могутності, що прямо залежить від контролю над інформаційними каналами. Культура сьогодні, на думку Дж. Кьези, має ім'я «інформація» і є об'єктом жорсткої боротьби, оскільки дозволяє маніпулювати масами за допомогою нових технологічних засобів. Вона перетворилася на одну зі сфер економіки та засіб отримання прибутку, проте в подальшому, досить скоро, усе це набуде й політичного аспекту (Кьеза, 2001).

Згідно з дослідженням К. Б. Соколова, сучасна хвиля глобалізації культури реалізується у вигляді так званої «імперіалістичної» моделі, коли людству цілком свідомо нав'язується в якості універсальної лише одна американська культурна модель, прого-

лошена загальнообов'язковим еталоном. Причину цього вчений також вбачає у *контролі над глобальними потоками інформації*, що здійснюється з боку *транснаціональних монополій, перш за все, американських* (Соколов, 2009).

Б. Барбер у якості засобу гомогенізації політики, економіки, культури розглядає МакСвіт (MacWorld). МакСвіт глобалізації – продукт масової культури, чий шаблон, стиль та форми є американськими. Вчений виділяє чотири імперативи, що задають динаміку МакСвіту: *імператив ринку, імператив ресурсів, імператив інформації та технології й екологічний імператив* (Барбер, 1992: 54).

На думку А. С. Панаріна, американізація культури являє собою нову глобальну культурну революцію, яка полягає у всезагальній дискредитації позаекономічних цінностей – тотальному очищенні ринкового початку (Панарін, 2003: 131). Сучасну американську стратегію завоювання світу він пов'язує з *логікою економічної влади*. В якості значного чинника американізації А. С. Панарін розглядає також і *саме американське суспільство, яке породжує хвороби великодержавного месіанізму, гегемонізму та мілітаризму*. Комплекс переваги та месіанського покликання вчений відносить до утворюючих факторів американської цивілізації як такої. Необхідною складовою американського етногенезу, на його думку, є й метафізика розриву з традиційною культурою доемігрантського минулого, яку сприймали як перешкоду до успіху, що, в свою чергу, зумовило характерну для американців *культурофобію* (Панарін, 2003: 102-03).

Досліджуючи глобальну американізацію, яка реалізується у тому числі й у формі культурних програм, Н. А. Хренов відмічає, що Америка самопочуває себе лідером глобалізації. Вчений пояснює це *американською ментальністю*, яка є *месіанською ментальністю* й знайшла форму прояву у сучасній міжнародній політиці, що, як не дивно, не суперечить утилітаризму та раціоналізму американців. Образ Америки як «обраного народу», вкорінений в американському протестантизмі, з релігійної сфери давно перемістився у політичну, де вона намагається реалізувати свої імперські установки (Хренов, 2009: 42).

Звичайно, інтереси американського бізнесу, потужна економіка Сполучених Штатів та їхній монополіний контроль над глобальними інформаційними потоками, який забезпечують новітні ІКТ, є вкрай важливими чинниками «американізації» глобальної культури. Разом із тим, оскільки цей процес відкриває надзвичайно широкі можливості для цілей американської зовнішньої політики, він, на нашу думку, є також і політичним проектом, за яким стоїть більш широкий спектр інтересів. У цій статті ми не наважилися безпосередньо провести дослідження таких інтересів, проте зробили крок у даному напрямку.

Мета і завдання

Метою цієї статті є визначення тих аспектів «американізації» глобальної культури, що дозволять нам розглядати її як політичний проект.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

1) на основі аналізу концепцій використання культурних впливів як методу реалізації політики на міжнародній арені визначити їхній зміст, особливості та засоби застосування;

2) визначити зміст, засоби та характер просування «американізації» глобальної культури;

3) встановити риси, що є спільними для процесу «американізації» та методу використання культурних впливів у міжнародній політиці.

Методологія дослідження

Виконання поставлених завдань здійснено за допомогою таких методів: для аналізу концепцій використання культурних впливів у досягненні зовнішньополітичних цілей застосовано соціокультурний метод, з позицій якого культурне середовище суспільства постає як простір, де відбувається формування і функціонування політичних феноменів, значною мірою обумовлюється життєздатність будь-якого режиму та шляхи його трансформації; для дослідження характеру впливів процесу «американізації» на культуру (форми культури, культурні шари, субкультури) застосовано системний метод; для визначення особливостей і засобів, що є спільними для «американізації» та використання культурних впливів з метою міжнародної політики застосовано компаративний метод.

Результати

Значне місце у дослідженні проблеми використання культурних впливів задля досягнення політичних цілей займає концепція «культурно-ідеологічної гегемонії» А. Грамші, розроблена ним у 1930-40 рр. Основна ідея А. Грамші полягає у тому, що гегемонія, як головна сила держави та основа влади, спирається на культурне ядро суспільства. Тому її встановлення та підірив може протікати як невидима зміна думок і настроїв у свідомості людей (Грамші, 1991). У теорії міжнародних відносин можна виділити принаймні дві концепції, в яких відображено значущість використання фактору культури у цьому питанні: концепція *культурного імперіалізму* Г. Моргентау та «*м'якої сили*» Дж. Ная (молод.).

Г. Моргентау розглядає культурний імперіалізм як один із методів політики імперіалізму, що її реалізують окремі держави. Ціллю такої політики є отримання більшої влади. Головна особливість культурного імперіалізму полягає у тому, що він являє собою найбільш тонку імперіалістичну політику, оскільки в якості інструменту для зміни владних відносин між двома державами орієнтований на завоювання та контроль над свідомістю громадян. Разом із тим, культурний імперіалізм, на думку Г. Моргентау, не можна вважати самодостатнім методом, який здатний привести до повної перемоги. Йому відводиться допоміжна роль, що полягає у пом'якшенні супротивника, підготовці ґрунту для військового завоювання або економічного проникнення, від яких не можна відмовитися зовсім. Г. Моргентау виділяє два типи культурного імперіалізму. Це, по-перше, *тоталітарний* культурний імперіалізм, який справляє враження на інтелектуально впливові групи іноземної держави, у першу чергу, схожистю політичної ідеології. Він добре дис-

циплінований та високоорганізований, оскільки тоталітарні уряди можуть здійснювати суворий контроль і впливати на думки та дії своїх громадян та тих іноземців, що їм співчують. По-друге, культурний імперіалізм у *формі розповсюдження національної культури*, який використовує для цього засоби привабливого рівня розвитку цивілізації. Він є незрівнянно менш механічним та дисциплінованим, проте не обов'язково менш ефективним, ніж тоталітарний (Моргентау, 1948: 41-42). У той же час, Г. Моргентау розглядає культурний імперіалізм як досить неоднозначний метод, хоча й майже настільки давній, як і сам імперіалізм, що практикується у широкому масштабі безліччю націй. З одного боку, це пов'язано з тим, що культурну експансію надзвичайно складно спланувати та відстежувати. З іншого – з негативними конотаціями самої імперіалістичної політики, якій культурна експансія слугує (Моргентау, 1948: 47-48).

Основна частина досліджень щодо використання культурних впливів у цілях міжнародної політики пов'язана сьогодні з концепцією «*м'якої сили*» Дж. Ная. У другій половині ХХ ст. відбулися докорінні трансформації в міжнародних відносинах, які торкнулися, зокрема, й пріоритетних засобів досягнення зовнішньополітичних цілей. В умовах високого рівня взаємозалежності народів та суспільств можливість застосування традиційної «жорсткої сили» набули значних обмежень. У такій ситуації, на думку Дж. Ная, достатньо ефективно стає так звана «*м'яка сила*: «здатність досягнути бажаного на основі кооптації, симпатії та привабливості, а не засобами примусу та виплат»; «здатність досягнути того, аби інші прагнули результатів, яких бажаєте ви» (Най, 1990: 166). Як один із ресурсів, на яких засновується «*м'яка сила*» країни, разом з її політичними цінностями та зовнішньою політикою, Дж. Най розглядає культуру, яку визначає як набір цінностей та практики, що створюють смисли для суспільства (Най, 2004: 11). При застосуванні «*м'якої сили*» культурний ресурс діє на двох рівнях: на рівні високої культури – літератури, мистецтва, освіти, які приваблюють еліти; та на рівні популярної культури, яка основну увагу приділяє розвагам переважно основної маси населення.

На підставі праць Дж. Ная можна виокремити наступні напрями та засоби культурних впливів «*м'якої сили*». На рівні високої культури це: 1) культурні контакти між елітами, які виступають як засіб боротьби з негативними враженнями про країну, де провідна роль відводиться театрам, музеям, оперним колективам, балетним трупам, видатним симфонічним оркестрам тощо; 2) академічні та наукові обміни, велике значення яких полягає, зокрема, у тому, що іноземні студенти, зазвичай, повертаються додому з більш високою оцінкою цінностей та інститутів країни впливу, і багато з них у кінцевому підсумку опиняються на позиціях, де вони можуть впливати на результати політики, які є важливими для неї. Хоча обидва засоби є досить важливими і мають бути застосовані, деяка перевага обмінів полягає у тому, що потужні політичні ефекти можуть бути отримані через деякий час всупереч малій кількості студентів, аспірантів та

викладачів, які задіяні з кожної країни. Більше того, для важливого політичного ефекту може бути достатньо навіть одного або двох ключових контактів.

На рівні популярної культури впливові можливості мають: 1) кіноіндустрія та телебачення, які через кінофільми та розважальні шоу поширюють підсвідомі зображення і повідомлення, спрямовані на культивування заданих цінностей, що за певних умов може спричинити важливі політичні ефекти; 2) твори популярної музики, які здатні підготувати ґрунт для політичних наслідків; 3) плакати та комерційна реклама; 4) фаст-фуд, споживання якого може стати неявною заявою про відмову від традицій (Най, 2004: 44-49). Отже, попри грубий комерціалізм та орієнтацію на розваги, популярна культура розглядається як важливий напрям реалізації «м'якої сили» із значним ресурсним потенціалом. Разом із тим, Дж. Най вважає, що використання популярної культури не є таким простим: над нею практично неможливо встановити прямий контроль уряду, оскільки її розповсюдження здебільшого пов'язане з діяльністю чисельних приватних комерційних організацій; вплив популярної культури не завжди точно дає той ефект, на який можна було б очікувати; вона являє собою неоднорідний ресурс, оскільки може мати суперечливі наслідки для різних соціальних груп та верств у межах однієї країни; зрештою, популярна культура перестає бути привабливою, коли втрачає свою екзотичність.

Концепції культурного імперіалізму та «м'якої сили» були розроблені в контексті різних підходів у теорії міжнародних відносин – політичного реалізму та неолібералізму відповідно. Вони несуть у собі їхні характерні риси, що знайшло своє відображення вже у назвах: тоді як очевидно є спрямованість культурного імперіалізму на отримання більшої влади, концепція «м'якої сили» акцентує увагу на характері впливу на іноземну державу. Незважаючи на це, проведений аналіз вищезазначених концепцій дозволяє отримати загальне уявлення щодо використання культурних впливів як методу реалізації політики на міжнародній арені: 1) метод передбачає вплив на свідомість громадян іноземної держави, на їхні уявлення про світ, систему цінностей, пріоритети та ідеали в інтересах суб'єкта впливу; 2) вплив має як масову, так і елітарну спрямованість; 3) особливе значення надається впливу на еліти; 4) метод також передбачає застосування окремих засобів впливу для кожної групи та верстви населення іноземної держави, серед яких, зокрема, культурні контакти на рівні еліт, академічні й наукові обміни, розповсюдження популярної і масової культури; 5) у якості засобу впливу застосовується використання привабливих рис національної культури як характеристики високого рівня розвитку цивілізації тощо.

Подальша логіка нашого дослідження потребує аналізу «американізації» глобальної культури на предмет засобів та характеру її просування. В своїй статті 1997 р. «Чотири обличчя глобальної культури» американський дослідник П. Бергер відмічає, що існують принаймні чотири різні процеси культурної глобалізації, які відбуваються одночасно і перебувають у складних взаємовідносинах один з одним та

з культурами народів, на які спрямовано їхній вплив. Ці процеси він позначає як «культура Давосу», «клубна культура», масова культура (або McWorld) та Євангельський протестантизм, розглядаючи їх як процеси інтернаціоналізації західних країн, що мають переважно американське походження (Бергер, 1997). У 2002 році вийшла книга «Багатолика глобалізація», яка стала результатом трьохрічного дослідження глобалізації культури у десяти країнах, проведеного під керівництвом П. Бергера та С. Хантінгтона. Предметом цього дослідження були «відповіді» з боку різних суспільств на виклики глобальної культури, що зароджувалася, поширювалася в усьому світі як на рівні еліт, так і широких мас та, як зазначив П. Бергер, являла собою американізацію для країн заходу і вестернізацію з чіткою вираженістю американським уклоном для інших країн (Бергер та Хантінгтон, 2004: 7). У книзі також було підняте питання щодо засобів розповсюдження глобальної культури, які відмітив П. Бергер у своїй статті роками раніше. Ми маємо намір узяти за основу його підхід і нижче дослідити ці засоби.

П. Бергер припускає, що для еліти найбільш важливим засобом такого розповсюдження є «культура Давосу» (застос. С. Хантінгтон) – міжнародна культура провідних ділових та політичних кіл світу. В першу чергу, ця культура є прямим супроводом глобальних економічних процесів і містить у собі поведінкові аспекти, пов'язані із забезпеченням сучасної економічної та бізнесової діяльності. Проте культурні особливості цих поведінкових аспектів мають західне, в основному американське, походження, що вимагає від представників інших культур пройти процес соціалізації та вивчити англійську аби почувати себе невимушено. Такі культурні особливості проникають й у сферу дозвілля та приватного життя представників ділової еліти. Усе це стосується також і тих, хто прагне у цю еліту потрапити (випереджуюча соціалізація). У той же час, «культура Давосу» впливає й на політичні еліти, оскільки вони переплітаються з бізнесовими. П. Бергер наводить кілька прикладів того, як спільна культурна основа, до якої залучалися представники еліт, сприяла знаходженню спільної мови у політичному відношенні (Бергер, 1997). Крім того, вплив «культури Давосу» може бути набагато ширшим, оскільки у тісному зв'язку з діловими та політичними елітами перебувають і редактори та оглядачі провідних засобів масової інформації, експерти з академічних інститутів та наукових центрів, провідні науковці, керівники найбільш відомих неурядових організацій, релігійні лідери, представники мистецтва та освіти тощо. Так, наприклад, усі вони склали половину учасників того ж Всесвітнього економічного форуму за останні кілька років.

Ділова продуктивність цього форуму часто викликає багато розчарувань, проте його популярність не падає, оскільки він дає можливість встановити корисні зв'язки та знайомства з впливовою особою міжнародного рівня, до того ж у невимушених та неформальних обставинах. Тривалий період часу цими впливовими персонами вважалися в основному учасники зі Сполучених Штатів. У такий спосіб існують умови, за яких представники еліт різних кра-

їн світу, особи, що призначені приймати рішення зі стратегічних питань у різних галузях життя суспільства, поступово, але вочевидь неминуче, стають прихильниками і носіями західних (переважно американських) цінностей та способу життя (Бергер, Хантингтон, 2004: 23). Таке «переформатування» еліт веде за собою і внутрішньополітичні наслідки для тих країн, які ці еліти представляють. Хоча культурна глобалізація й сприяє взаємодії між елітами, напруга виникає між цими елітами та основною масою населення, з якою вони повинні мати справу і чий інтереси, у випадку політиків, представляти.

Інший засіб розповсюдження глобальної американізації культури, що його відмітив П. Бергер, також розрахований на еліту. Це так звана «клубна культура», яку можна розглядати як засіб вестернізації (американізації) інтелігенції іноземної країни, її цінностей та ідеології. Це відбувається через систему освіти, правову систему, різні медичні заклади, деякі засоби масової інформації тощо. Зокрема, широко реалізуються різноманітні програми обмінів, стажувань, грантів, розраховані на: студентів на період навчання або канікул; викладачів та науковців для обміну досвідом, просування ідей, проведення досліджень, налагодження зв'язків між дослідниками та навчальними закладами; лікарів для проходження клінічної та неклінічної практики у медичних закладах західної країни; спеціалістів різних галузей для отримання досвіду роботи та підвищення кваліфікації; чинних або майбутніх лідерів для вивчення особливостей західної культури та суспільного устрою країни; представників державних і місцевих органів влади з метою зміцнення професійних та особистих відносин із колегами; експертів у різних галузях для ознайомлення з їхніми ідеями та ін. На студентів вплив поширюється також через встановлення стипендій, проведення конкурсів та олімпіад. Такі програми, звичайно, пропонують не лише Сполучені Штати, проте саме вони забезпечують їх хорошим фінансуванням, що має часто вирішальне значення для пошукувачів. Велику роль тут відіграють різноманітні фонди, академічні мережі, неурядові та деякі урядові організації, корпорації, міжнародні агенції, релігійні організації тощо. Своїм наслідком усе це має не лише розповсюдження англійської мови та цінностей західної, переважно американської культури. Як правило, односпрямовано відбувається масовий переклад праць західних мислителів, запозичення західних теорій та дослідницьких парадигм. Оскільки потужна фінансова підтримка фондів надається за умов дотримання американських академічних норм та відповідності досліджень інтересам фінансуючої організації, це перетворює національних дослідників на наукові співтовариства американського типу і в теоретичному і в методологічному відношенні. Хоча «клубна культура» розрахована, в першу чергу, на еліту, вона також охоплює й усіх тих, хто до неї прагне (Бергер, 1997; Бергер, Хантингтон, 2004).

Третій засіб розповсюдження глобальної американізації культури, за П. Бергером, є McWorld (застос. Б. Барбер) або масова культура, спрямована на широкі верстви населення. Її артефакти мають чітко виражений американський характер.

З. Бжезінський на початку 70-х рр. ХХ ст. пов'язав із масовою культурою престиж Сполучених Штатів у сучасному світі та їхній специфічний внесок у людську цивілізацію. На його думку, американський вплив на масову культуру, мораль та стиль життя в різних країнах, зокрема тодішньої Європи, мав всепроникаючий характер, оскільки американізація означала та символізувала новаторство й значний рівень розвитку міст, техніки, економіки. Останнє породжувало нові характерні форми зовнішньої поведінки, які прищеплювалися спочатку в США, потім експортувалися за кордон (Бжезінський, 1972: 41-42). Разом із тим, американські дослідники охоче визнавали, що розповсюдження фундаментальних американських установок та стилю життя є метою масової культури. У той же період провідні західні мистецтвознавці та соціологи в колективній монографії «Суперкультура: американська популярна культура та Європа» оголосили масову культуру мовою всесвітнього спілкування другої половини ХХ ст., запевняючи, що американізована масова культура перетворилася на деяку «надкультуру», яка є єдиною для усього світу, і що це є вираження глобального процесу духовної уніфікації світу (Ашин та Мідлер, 1986: 18).

Тут варто зазначити, що низка вчених розглядають терміни «масова культура» та «популярна культура» як синоніми. Інші ж віддають перевагу терміну «популярна культура», пояснюючи це тим, що «масова культура» тісно пов'язана з негативним стереотипом. Існує також точка зору, згідно з якою популярна та масова – це дві різні форми культури. Популярна культура переробляє фольклор та справжнє високе мистецтво на твори, які відповідають актуальній проблематиці саме сьогодення та є доступними широкій аудиторії. Тоді як масова культура є чистими розвагами, у якій відсутні будь-які значні думки та почуття (Ашин та Мідлер, 1986: 150). Відповідно ж до завдань нашого дослідження, головним є те, що, у даному випадку, доти всі відмінності, можна говорити про їхню світоглядну спільність, схожі соціальні функції та здатність вирішувати два типи завдань: ідеологічне і комерційне – одночасно або у зв'язку із політичною та економічною ситуацією в світі. Люди, які відповідають за глобалізацію масової культури, є або членами «Давос»-еліти, або тими, хто прагне до неї потрапити (Бергер, 1997). Лідером у галузі масової культури Сполучені Штати залишаються й сьогодні.

Четвертим засобом є також розрахований на маси Євангельський протестантизм. Хоча американізацію глобальної культури П. Бергер загалом оцінює у досить позитивному ключі, цей засіб він називає найбільш агресивним. Протестантизм у своїй версії п'ятидесятників підкорив навіть ті частини світу, для яких ця релігійна традиція завжди була чужою. Сьогодні протестантизм вважається «американською релігією», історично він був конституючим фактором для Сполучених Штатів – більшість північноамериканських колоній засновані протестантами. Релігійне мислення в США розглядало державу, яка зароджувалася, як дар Творця, а американців – як обраний народ, що виконує Божу волю. Як зазначає М. А. Алхименков: «Відчуття себе «на-

родом Божим» зі своєю особливою місією допомагало переселенцям справлятися з чисельними труднощами життя в Північній Америці, а також відстоювати свою точку зору в суперечках із співвітчизниками» (Алхименков, 2014: 167-69). Тоді як практика активного прозелітизму була притаманна всім протестантським церквам, місіонерство є однією з найбільш характерних особливостей протестантизму по-американськи. Разом із тим, американський протестантизм передбачає не лише розповсюдження віри, але й експансію тих політичних систем, культурних форм, соціальних інститутів, у яких вона заломлюється (Черенков, 2005). Як відмітив у своїй книзі П. Бергер, Євангельський протестантизм «глибоко зачепив підвалини національних культур, що у найтісніший спосіб переплітаються з місцевими релігіями. Це призвело до радикальних змін, зокрема, у стосунках між чоловіками та жінками, у вихованні дітей, у ставленні до традиційної ієрархії, і, загалом, до значних соціальних, економічних та політичних наслідків» (Бергер, Хантингтон, 2004: 27).

Українська дослідниця Л. Філіпович зазначає, що американські релігії, серед іншого, привнесли в релігійне життя (як бачимо нижче, не тільки в релігійне – А. Ф.) інших країн англійську мову; подали реальний приклад демократизму, поваги до людської особистості, виступили гарантом демократичних процесів у світі; реально змінили світогляд неамериканських послідовників своїх релігій, ставлення до себе, світу, інших людей, до життя: сприяли замість колективно несвідомого приходу відповідально індивідуального свідомого (Філіпович, 2011). Свою країну американці завжди сприймали як носія певної місії світового масштабу, а протестантизм розглядався у якості визначального компонента ідеології «американізму». Не останню роль у «американізації» глобальної культури через Євангельський протестантизм грає й той факт, що саме в США знаходяться найбільш багаті місіонерські центри світу.

Отже, «американізація» глобальної культури спрямована на зміну системи цінностей, ідеології, поведінкових аспектів за американськими зразками, які привабливо подаються як такі, що є більш прогресивними і відповідають вимогам часу. Цей процес являє собою цілу систему впливів, що охоплюють як еліти, так і широкі маси населення, проникають у професійну сферу, дозвілля та приватне життя. «Американізація» покриває всі базові соціальні інститути, зокрема, економіку, політику, право, медіа, освіту, науку, медицину, релігію, сім'ю тощо. Вона просувається через контакти представників ділових та політичних еліт; обміни, гранти і стажування на рівні наукової та професійної інтелігенції; студентські обміни; інтенсивне поширення американізованих зразків масової культури; протестантизм тощо.

Уникаючи повторення, зазначимо, що порівняння основних особливостей і засобів методу використання культурних впливів у міжнародній політиці та процесу «американізації» глобальної культури вказує практично на повний їхній збіг у визначальних аспектах: зміст, спрямованість, характер та засоби.

Обговорення / Discussion

Незважаючи на отримані результати, ми також маємо протилежну точку зору на ситуацію. Так, за

словами Зб. Бжезінського: «Глобальна культурна революція, що надихається Америкою, не переслідує політичних цілей <...> Америка стала «позаплановим» та політично некерованим засобом культурної спокуси, яка просочується, захоплює, змінює поведінку та, у кінцевому підсумку, духовне життя все більш значної частини людства <...> Така ситуація не є результатом якогось політичного задуму. Вона – динамічний продукт відкритої підприємницької та висококонкурентної американської демократичної системи» (Бжезінський, 2005: 231-233). В той же час, вчений суперечить собі, коли далі зазначає, що глобальне культурне домінування Сполучених Штатів є тим, що називають «м'якою силою» гегемонії, суперників не видно на горизонті (Бжезінський, 2005: 234). Тобто, усе-таки політика.

Д. Роткопф також відводить аспектам американської культури вирішальну роль як допоміжного засобу у забезпеченні та продовженні глобального лідерства США. Те, що він бачить у цьому політичне завдання, говорять, на нашу думку, наступні його слова: «Сполучені Штати не мають соромитися просувати свої цінності. Намагаючись бути ввічливими або дипломатичними, американці не мають заперечувати той факт, що з усіх народів у світовій історії саме вони є найбільш справедливою, терпимою, готовою до критики та постійного самоудосконалення нацією, а тому, відповідно, кращою моделлю на майбутнє» (Rothkopf, 1997: 48-49).

Проте, за процесом «американізації» культури стоять не лише уявлення щодо вихідних переваг Америки, які лежать в основі її глобальної могутності. Г. Філімонов провів дослідження зовнішньої культурної політики США з 1945 р. до наших днів. Історичний екскурс показав, як від критичного ставлення до культурного фактору у якості інструменту дипломатії у 1938 р., після закінчення Другої світової війни громадські діячі та політики Сполучених Штатів прийшли до усвідомлення необхідності експорту американського способу життя як частини ідеологічної пропаганди та почали закидати до все більш масштабного розповсюдження американської культури за кордоном з метою набуття Америкою *все більшого впливу у світі*. В процесі реалізації зовнішньої культурної політики, задля необхідності виконання нових функцій, постійно зазнавав реорганізації відділ Державного департаменту США із культурних зв'язків, впроваджувалися нові культурні та освітні програми, виділялося державне фінансування, створювалися фонди, приймалися відповідні закони (Філімонов, 2010: 60-61). Із завершенням «холодної війни», механізм планування зовнішньої культурної політики США став значно більш складним через ускладнення самої системи міжнародних відносин. У той же час, як відмічає дослідник, концептуального оформлення зовнішня культурна політика в США не має. Хоча поширення американської культури в світі Г. Філімонов називає проявом «м'якої сили», на його думку, цей процес не можна розглядати у якості «поверхового впливу» або паритетної культурної взаємодії. Мова йде про односторонню, масовану, підкріплену на рівні відповідних інститутів загальносвітову культурну експансію, що

є складовою частиною багаторівневого процесу глобалізації (Филимонов, 2007).

Разом із тим, Дж. Най виклав свою концепцію «м'якої сили» в контексті аналізу відповідних аспектів американської зовнішньої політики та її результатів саме другої половини ХХ ст. Так, на його думку, «м'яка сила», що її згенерували висока та популярна культура у цей період, значною мірою сприяла цілям американської політики – перемозі в «холодній війні» (Нью, 2004). Перші праці Дж. Ная, присвячені «м'якій силі», були спрямовані на спростування твердження про занепад американської могутності, яку пов'язували зі збройними силами та економікою. Вчений намагався показати, що в існуючих умовах у світовій політиці США можуть управляти та досягати успіхів за допомогою «м'якої сили» (Минасян, 2017: 35-36). В той же час, низка науковців, які представляють різні напрями в теорії міжнародних відносин, а також політики та практики, виступають проти «м'якої сили», знижуючи її важливість та розцінюючи як неефективний інструмент (Минасян, 2017: 40). З іншого боку, гострої критики зазнають і ті дослідники, які зовсім не приділяють уваги фактору культури в реалізації зовнішньополітичних цілей. Проте Дж. Най, так само як і Г. Моргентау, не абсолютизує можливості використання культури, а розглядає їх як допоміжний засіб, хоча й досить важливий у цьому питанні. Така позиція згодом також простежується в його працях.

Дослідження Н. А. Цветкової, в свою чергу, спиралося на концепцію культурного імперіалізму, що трактувався як особлива політика, яка здійснюється урядом США для розповсюдження в зарубіжних країнах американської політичної культури, ідеології, системи цінностей у цілях реалізації конкретних зовнішньополітичних завдань. Дослідниця вивчала особливі освітні програми, створені урядом США в роки «холодної війни» для ідеологічного впливу на іноземних громадян (політиків, державних діячів, викладачів, діячів мистецтва, студентів та ін.), діяльність яких сприяла просуванню американських інтересів (Цветкова, 2006).

Наприкінці 80-х рр. ХХ ст. концепція культурного імперіалізму зазнала значної критики. Її можна вважати свого роду реакцією американських дослідників на активне обговорення культурного імперіалізму у науковому середовищі у зв'язку з посиленням експорту американської масової культури в різні країни світу як інструменту світової економічної експансії та експлуатації. Висуваючи своє бачення причин, засобів та наслідків розповсюдження американської культури, дослідники зі Сполучених Штатів пропонували замінити навіть сам термін «культурний імперіалізм» такими, на їхню думку, більш відповідними та гнучкими, як, зокрема, «транскультурація», «культурний вплив», «культурна трансляція» та ін. (Филимонов, 2010: 88, 95-96). Проте концепція культурного імперіалізму є актуальною й сьогодні. Крім того, якщо у другій половині ХХ ст. культурний імперіалізм пов'язували з агресивним розповсюдженням американської масової культури, то тепер він відображає характер впливу Сполучених Штатів на всі складові культурної сфери інших суспільств.

«Американізація» глобальної культури, що утворюється і зачіпає підвалини національних культур, являє собою прояв глобалізму – реалізації політики західних країн: «об'єктивний процес глобалізації використовується Заходом, насамперед США, для штучного насадження свого «нового світового порядку»» (Ороховська, 2009: 78).

Отже, отримані нами результати знаходять своє підтвердження у як в організації та практиці американської культурної політики, так і в працях науковців.

Висновки

Ми далеко не схильні абсолютизувати «американізацію». Проте, на нашу думку, така тенденція у розвитку культурної глобалізації нині переважає. Потужна економіка Сполучених Штатів, інтереси американського бізнесу та їхній монополний контроль над глобальними інформаційними потоками, який забезпечується новітніми ІКТ, є важливими чинниками «американізації» глобальної культури. В той же час, були підстави припускати, що «американізація» культури на глобальному рівні також є її політичним проектом, оскільки вона відкриває надзвичайно широкі можливості для цілей американської політики на міжнародній арені. В результаті проведеного дослідження нам вдалося показати, що принаймні у таких аспектах, як зміст, спрямованість, характер та засоби, «американізацію» дійсно можна розглядати як метод використання культурних впливів для досягнення зовнішньополітичних цілей США. Звичайно, «американізація» не завжди виглядає як просте насадження американської культури, має місце також і змішування культур. Але центральний, ціннісний сегмент таких гібридів все одно набуває або залишається американським, тоді як периферійні елементи можуть нести у собі риси й інших культур. Цю непросту взаємодію якраз і можна пояснити тим, що процес «американізації» просувається, у тому числі, через зміни у соціальних структурах, закони, інститути, що виходять за межі культури.

Вагоме значення для розуміння феномену «американізації» культури, на нашу думку, може мати дослідження розповсюдження китайської культури в сучасному світі у зв'язку з високим рівнем розвитку економіки та технологій Китаю, його виходом на одну з лідируючих позицій у міжнародній політиці.

Список літератури

1. Алхименков М. А. Роль протестантского мессианизма в историческом развитии США / М. А. Алхименков // Вестник СПбГУ. Сер. 6. – 2014. – Вып. 2. – С. 166-175.
2. Ашин Г. К. В тисках духовного гнета: (Что популяризируют средства массовой информации США) / Г. К. Ашин, А. П. Мидлер. – М.: Мысль, 1986. – 253 с.
3. Бергер П. Многоликая глобализация / П. Бергер, С. Хантингтон; [пер. с англ. В. В. Сапова, под ред. М. М. Лебедевой]. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 379 с.
4. Бжезинский З. Выбор. Глобальное господство или глобальное лидерство / З. Бжезинский; [пер. с англ.]. – М.: Междунар. отношения, 2005. – 288 с.
5. Бжезинский З. Между двумя веками: роль Америки в эру технотроники / З. Бжезинский; [пер. с англ. И. М. Максимовой]. – М.: Прогресс, 1972. – 308 с.
6. Грамши А. Тюремные тетради / А. Грамши; [пер. с ит.]. – В 3 ч. Ч. 1. – М.: Политиздат, 1991. – 560 с.
7. Кьеца Дж. Глобализм и средства массовой информации / Дж. Кьеца // Постиндустриальный мир и Россия. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – С. 251- 259.

8. Минасян Н. Концепция «мягкой силы» в контексте теорий международных отношений / Н. Минасян // 21-й ВЕК. – 2017. – №3 (44). – С. 35-42.
9. Ороховська Л. А. Глобалізація та глобалізм: соціально-філософський аспект / Л. А. Ороховська // Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія, 2009. – № 2 (10). – С. 75-80.
10. Панарин А.С. Испытание глобализмом / А. С. Панарин. – М.: Изд-во Эксмо, 2003. – 416 с.
11. Соколов К. Б. Глобализация культуры и культура глобализации / К. Б. Соколов // Культура на рубеже XX–XXI веков: глобализационные процессы. – СПб.: Нестор-История, 2009. – 632 с. – С. 99-117.
12. Филимонов Г. Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США: Монография / Г. Ю. Филимонов. – М.: РУДН, 2010. – 212 с.
13. Филимонов Г. Ю. Внешняя культурная политика США как компонент «мягкой силы»: дис. на соиск. уч. степ. канд. полит. наук: спец. 23.00.04 «Политические проблемы международных отношений и глобального развития» / Г. Ю. Филимонов. – М., 2007. – 187 с.
14. Філіпович Л. Американізація релігійного життя в світі як прояв трансформаційних процесів глобалізованого світу / Л. Филипович // Українське релігієзнавство. – 2010. – № 56.
15. Хренов Н. А. Судьба России в эпоху глобализации: от империи к цивилизации / Н. А. Хренов // Культура на рубеже XX–XXI веков: глобализационные процессы. СПб.: Нестор-История, 2009. – 632 с. – С. 17-99.
16. Цветкова Н. А. Cultural imperialism: международная образовательная политика США в годы «холодной войны» / Н. А. Цветкова. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. – 200 с.
17. Черенков М. Н. Американский протестантизм как социальный тип / М. Н. Черенков // Наука. Религія. Суспільство. – 2005. – № 1. – С. 67-76.
18. Barber B. R. Jihad vs. McWorld / B. R. Barber. – The Atlantic, 1992. – 269 (3) p.
19. Berger Peter L. Four Faces of Global Culture / P. Berger // The National Interest. – No. 49. – Fall 1997, pp. 23-29.
20. Hamelink G. New information and communicating technology, social development and cultural change / G. Hamelink. – Geneva: UNRISD, 1997. – 44 p.
21. Morgentau Hans J. Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace / Hans J. Morgentau. – New York: Alfred A. Knopf, 1948. – xvi, 489, xix pp.
22. Nye Joseph S. Soft Power / Joseph S. Nye // Foreign Policy. – No. 80. – Twentieth Anniversary (Autumn, 1990), pp. 153-171.
23. Nye Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics / Joseph S. Nye. – New York: Public Affairs, 2004. – 191 p.
24. Rothkopf D. In Praise of Cultural Imperialism? / D. Rothkopf // Foreign Policy. – Summer 1997. – № 107. – pp. 38-53.
25. Schiller Herbert I. *Mass Communication and American Empire* / Herbert I. Schiller. – Boulder: Westview Press, 1969, 1992 (2nd ed.). – 214 p.
- References**
1. Alhimenkov, M. 2014. "Rol protestantskogo messianizma v istoricheskom razvitii SShA" [The role of Protestant Messianism in the historical development of the United States] *Vestnik SPbGU*, 2: 166-175.
2. Ashin, G., Midler, A. 1986. *V tiskah duhovnogo gnet: (Chto populyariziruyut sredstva massovoy informacii SShA) [In the grip of spiritual oppression: (What is popularizing by the U.S. media)]*. Moskva: Mysl.
3. Barber, B. 1992. *Jihad vs. McWorld*. The Atlantic.
4. Berger, P., Hantington S. 2004. *Mnogolikaya globalizaciya [Many Globalizations]*. Moskva: Aspekt Press.
5. Berger, Peter L. 1997. Four Faces of Global Culture. *The National Interest*, 49: 23-29.
6. Bzhezinskij, Z. 1972. *Mezhdru dvumya vekami: rol Ameriki v eru tehnotroniki [Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era]*. Moskva: Progress.
7. Bzhezinskij, Z. 2005. *Vybor. Globalnoe gospodstvo ili globalnoe liderstvo [The Choice: Global Domination or Global Leadership]*. Moskva: Mezhdunar. otnosheniya.
8. Cherenkov, M. 2005. "Amerikanskij protestantizm kak socialnyj tip" [American Protestantism as a Social Pattern] *Nauka. Religiya. Suspiilstvo*, 1: 67-76.
9. Cvetkova, N. 2006. *Cultural imperialism: mezhdunarodnaya obrazovatel'naya politika SShA v gody «holodnoj vojny» [Cultural imperialism: U.S. international education policy during the Cold War]*. SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta.
10. Filimonov, G.Yu. 2007. «Vneshnyaya kulturnaya politika SShA kak komponent «myagkoj sily» [U.S. foreign cultural policy as a component of «soft power»]. *Kand. polit. nauk. Institut SShA i Kanady*.
11. Filimonov, G.Yu. 2010. «Myagkaya sila» kulturnoj diplomatii SShA: *Monografiya [«Soft power» of U.S. cultural diplomacy]*. Moskva: RUDN.
12. Filipovich, L. 2010. "Amerikanizaciya religijnogo zhittya v sviti yak proyav transformacijnih procesiv globalizovanogo svitu" [Americanization of religious life in the world as a manifestation of the transformational processes of a globalized world] *Ukrayinske religijeznavstvo*, 56.
13. Gramshi, A. 1991. *Tyuremnye tetradi. V 3 ch. Ch. 1. [The Prison Notebooks]*. Moskva: Politizdat.
14. Hamelink, G. 1997. *New information and communicating technology, social development and cultural change*. Geneva: UNRISD.
15. Hrenov, N. 2009. "Sudba Rossii v epohu globalizacii: ot imperii k civilizacii" [Russia's fate in the era of globalization: from empire to civilization] *V Kultura na rubezhe XX–XXI vekov: globalizacionnye processy*, SPb.: Nestor-Istoriya: 17-99.
16. Keza, Dzh. 2001. "Globalizm i sredstva massovoj informacii" [Globalism and the media] *V Postindustrialnyj mir i Rossiya*, Moskva: Editorial URSS: 251- 59.
17. Minasyan, N. 2017. "Konceptiya «myagkoj sily» v kontekste teorij mezhdunarodnyh otnoshenij" [The concept of «soft power» in the theory of international relations] *21-j VEK*, 3 (44): 35-42.
18. Morgentau, Hans J. 1948. *Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace*. New York: Alfred A. Knopf.
19. Nye, Joseph S. 1990. *Soft Power. Foreign Policy*, no. 80: 153-171.
20. Nye, Joseph S. 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
21. Orohovska, L. 2009. "Globalizaciya ta globalizm: socialno-filosofskij aspekt" [Globalization and globalization: the socio-philosophical aspect] *Visnik NAU. Seriya: Filosofiya. Kulturologiya*, 2 (10): 75-80.
22. Panarin, A. 2003. *Iskushenie globalizmom [The temptation of globalism]*. Moskva: Eksmo.
23. Rothkopf, D. 1997. In Praise of Cultural Imperialism? *Foreign Policy*, no 107: 38-53.
24. Schiller, Herbert I. 1992. *Mass Communication and American Empire*. Boulder: Westview Press.
25. Sokolov, K. 2009. "Globalizaciya kultury i kultura globalizacii" [Globalization of culture and culture of globalization] *V Kultura na rubezhe XX–XXI vekov: globalizacionnye processy*, 99-117. SPb.: Nestor-Istoriya.

А. А. Фабрика

АМЕРИКАНИЗАЦИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Процесс «американизации» глобальной культуры, которая формируется, связывают с интересами американского бизнеса и их монопольным контролем над мировыми информационными потоками. Статья посвящена определению тех аспектов «американизации» культуры, которые позволяют рассматривать её, в том числе, и как политический проект. Для этого проводится сопоставление содержания, характера и способов процесса «американизации» с методом использования культурных воздействий для достижения внешнеполитических целей, который представлен в концепциях культурного империализма и «мягкой силы» в теории международных отношений.

Ключевые слова: культура, глобалізація, американізація, міжнародні політичні відносини, культурний імперіалізм, «м'яка сила».

A. Fabryka

AMERICANIZATION OF GLOBAL CULTURE IN THE CONTEXT OF THE INTERNATIONAL RELATIONS THEORY

Introduction. The process of Americanization of the emerging global culture is associated with the interests of American business and its monopoly control over global information flows. **The aim and the tasks** of the article are to identify those aspects of Americanization of culture, which allow us to consider them to be the political project as well. To do this the content, nature and means of Americanization of culture are being compared with the method of using cultural influences to achieve foreign policy goals; it is represented in the concepts of cultural imperialism and "soft power" in the theory of international relations. **Research methods**, such as the sociocultural, the systemic and the comparative ones, were used to perform the tasks. **Research results.** An analysis of Americanization of global culture has revealed that it is aimed at transforming the system of values, ideology, and behavioural aspects according to American patterns, which are appealingly presented as being more progressive and meeting the imperatives of our time. This process represents a whole system of influences that encompass both the elite and the broad masses of the population, penetrating into the professional sphere, leisure and private life. Americanization covers all basic social institutions, in particular, economics, politics, law, media, education, science, medicine, religion, family, etc. It moves through the contacts of representatives of business and political elites; exchanges, grants and internships at the level of the scientific and professional intellectuals; student exchanges; intensive dissemination of Americanized samples of mass culture; Protestantism, etc. **Discussion.** Comparison of the main features and means of using the cultural influences in international politics and the process of Americanization of global culture has shown almost their complete coincidence in the crucial aspects: content, orientation, character and means. **Conclusion.** The article also looked at the opposite points of view on the problem being investigated. At the same time, the results we received are confirmed in both the works of scientists, and in the organization and practice of US cultural policy.

Keywords: culture, globalization, Americanization, international political relations, cultural imperialism, "soft power".

УДК 17.011+316.454

Н. А. Ченбай

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ В КУЛЬТУРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕПОХИ (СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ)

Національний авіаційний університет; e-mail: chenbai@gmail.com;
ORCID: 0000-0003-3744-3166

Анотація У статті досліджуються вплив медіатехнологій на всі сфері суспільного буття, суспільну свідомість, культуру загалом на різних етапах становлення інформаційного суспільства. Обґрунтовується висновок, що сучасні мас-медіа та цифрові медіа (комп'ютер, Інтернет) є тими технологіями, які сьогодні задовольняють потреби людей у спілкуванні й комунікації, проте одночасно змінюють суспільну свідомість і сприяють формуванню нового типу культури інформаційної епохи – медіакультури, як сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, які виробило людство в процесі своєї історії.

Ключові слова: медіа, медіатехнології, спілкування, комунікація, суспільна свідомість, медіакультура, культура, інформаційне суспільство, інформаційна епоха

Вступ

Протягом усієї історії розвитку людства комунікація забезпечувала одну з базових потреб людини – потребу у взаємодії і спілкуванні з іншими людьми. Комунікація і спілкування завжди були і є надважливими складовими життя суспільства і, відповідно, культури. Від уміння спілкуватися, будувати відносини з іншими людьми залежить якість життя кожної людини, особливо в наш час. Спілкування іноді ототожнюють із комунікацією, проте особливістю останньої є те, що вона є цілеспрямованим інформаційним обміном у різноманітних процесах спілкування. Комунікація опосередковує всі види соціальної діяльності, акумулює суспільний досвід і передає його від покоління до покоління, зберігаючи культуру. Підкреслюючи те, що обмін інформацією є базовою складовою життя суспільства, деякі дослідники висловлюють думку про однорідність і взаємодетермінованість комунікації і культури. Так, основоположник теорії міжкультурної комунікації Е. Холл стверджував, що «культура — це комунікація, а комунікація – це культура» (Холл, 1959: 169). Подібну думку обстоював теоретик інформаційного (постінформаційного) суспільства М. Кастельс, стверджуючи, що всі культури «створені з комунікаційних процесів. А всі форми комунікації...засновані

на виробництві й споживанні знаків» (Кастельс, 2000: 42). З огляду на зазначене вище, цілком прийнятною видається позиція тих дослідників, які стверджували, що історію людства формували засоби комунікації. З кожним новим етапом розвитку суспільства комунікаційні технології (медіа) здійснювали дедалі суттєвіший вплив на суспільну свідомість, трансформували соціальні інститути.

Становлення початкових форм комунікації підготувало підґрунтя для сучасних медійних комунікаційних технологій, які формують суспільство нового типу, з новим стилем життя, цінностями, моделями поведінки людей тощо. За словами М. Кастельса, особливістю нової системи комунікацій, заснованої на цифровій, мережевій інтеграції багатьох її видів, є те, що «вона включена й охоплює всі прояви культури» (Кастельс, 2000: 42). Так, мислитель окреслив особливості сучасного етапу становлення інформаційного суспільства, в якому «генерування, обробка і передача інформації стали фундаментальними джерелами виробництва і влади» (Кастельс, 2000: 43). Інформаційно-комунікаційні процеси займають ключове місце в сфері соціального управління в суспільстві. За словами сучасного дослідника В. Коломійця, «цифровізація дозволила інкорпорувати медійну компоненту всередину соці-