

*Спирина Е.А.
БГУКИ, Минск*

СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

На сегодняшний день в современном мировом и культурном пространстве существуют следующие основные стратегии динамики традиций: 1) однополярная стратегия вестернизации с ее идеей культурной универсализации; 2) в основу второй положена концепция Хантингтона о «столкновении цивилизаций», базирующаяся на противопоставлении Запада и Востока (в лице «конфуцианско-исламских стран») – в первую очередь с точки зрения религиозных различий и позиции культурной изоляции. Однако сегодня все большую популярность приобретает стратегия глокализации, которая хоть и находится в процессе развития, но представляет собой наиболее продуктивный вариант сохранения культурных традиций в условиях глобализации.

Первым данное понятие предложил Дж. Уотсон. Глокализация – это процесс трансформации глобальных ценностей в соответствии с автохтонными основаниями культуры той или иной страны [1, с. 17]. Отвергая диффузию в чистом виде как неизбежный путь к унификации культур, он предлагал осуществлять заимствование культурных традиций каждой группой с учетом особенностей ее культуры.

Для более подробного анализа механизмов глокализации мы обратимся к типологии П. Бергера. По его мнению, существует четыре признака культурной глобализации. Они развиваются одновременно, связаны друг с другом и накладывают свой отпечаток на местные культуры:

- давосская культура, или мировая бизнес-культура – международная культура ведущих деловых и политических кругов мира;
- культура «мак-мира» (McWorld), или глобальная массовая культура, тиражируемая коммерческими предприятиями всех видов (Adidas, McDonald's, Disney, MTV и другими);
- международная клубная культура интеллектуалов или мировая интеллектуальная культура – продукт глобализации интеллектуалов, преимущественно западных;
- новые религиозные движения, или широко распространенная религиозная культура [1, с. 10–14].

Рассмотрим этот процесс наиболее подробно на анализе некоторых стран (Китай, Тайвань, Беларусь).

Давосская культура. В деловых кругах Тайваня на уровне индивидуального поведения почти у всех бизнесменов и менеджеров, занятых в современной индустрии и сфере услуг, заметно стремление одеваться, разговаривать и действовать так, как это делают их западные коллеги. Но, несмотря на западные веяния, здесь все еще преобладают традиционные методы управления: тайваньские бизнесмены по-прежнему ведут значительную часть своих дел через *guanxi* (сеть личных отношений и связей) и *xinyong* (личное доверие и связи). Эта персонифицированная предпринимательская культура ничуть не ограничивает развитие деловых связей и партнерских отношений; она влияет на тайваньское предпринимательство и на тайваньский стиль руководства. Постоянной организационной формой тайваньских предприятий является семейный бизнес.

В Китае предприниматели по поведению, манере одеваться и образу жизни не отличаются от своих нью-йоркских или лондонских коллег. Однако в частной жизни многие представители бизнес-элиты остаются в рамках традиционной культуры. Под видом глокализации скрывается еще одна разновидность реакции на глобальную культуру, которая характеризуется термином «гибридизация». Это намеренные попытки синтеза иностранных и местных культурных особенностей. Например, учитывая колоссальный экономический успех китайских диаспор во всем мире, формирование деловой культуры китайцев сочетает наиболее современные методы ведения бизнеса с традиционным китайским персонализмом.

Глобализация в Беларуси положила начало формированию нового класса бизнес-элиты – «бизнесвумен». Женщины стали занимать высокие посты и открывать собственный бизнес, но традиции ведения домашнего хозяйства и воспитания детей по-прежнему сохраняются в отличие от аналогичного опыта западных женщин. Это свидетельствует о преобразовании западных стандартов в соответствии с местными культурными ценностями.

Культура «мак-мира». Появление в Беларуси первых ресторанов быстрого питания McDonald's способствовало созданию новой культуры питания, которая впоследствии приобрела статус модной и престижной. Изначально в Беларуси (как, впрочем, в Индии и в России) McDonald's был ориентирован на средний класс (в отличие от американского, рассчитанного на бедные слои населения). Гамбургеру был создан имидж первоклассного иностранного продукта, поэтому первые рестораны McDonald's располагались в престижных районах. Причиной успеха McDonald's были различные факторы: чистые помещения; быстрое выполнение заказов и вежливое обслуживание; возможность общения вне дома; стремление женщин свести к минимуму работу по дому; престижность этих заведений, связанная с модой на все американское. Однако и здесь мы можем говорить о локализации. Как указывает Уотсон, McDonald's в Америке как бы заключает со своими посетителями негласный договор: ресторан обеспечивает посетителей свежими недорогими продуктами; они их съедают и сразу же уходят. Это и означает быстрое питание» [2, с. 34]. В Беларуси в такой договор необходимо было внести изменения. Согласно советским традициям в забегаловках люди перекусывали и быстро уходили. Чистое помещение с хорошим обслуживанием и вкусной кухней называлось рестораном, где принято было сидеть долго. Белорусы относились к McDonald's как к ресторану, поэтому задерживались. Еще одним примером локализации может послужить вынужденное снижение цен владельцами компании. Стоимость продукции изначально превышала потребительскую способность белорусов. Такая локализация особенно интересна, потому что имеет очевидные экономические последствия, к которым персонал McDonald's должен был приспосабливаться.

Появление ресторанов быстрого питания McDonald's в Китае и на Тайване сопровождалось неудачами в адаптации к местным традициям. Поскольку меню не отвечало запросам местного населения, рестораны достаточно долгое время пустовали. Менеджеры McDonald's вынуждены были отойти от принятой политики независимости и стандартизации и изменить перечень блюд в меню, которые в большей степени соответствовали местным традициям (например, все безалкогольные напитки были заменены различными сортами чая и в большем количестве появились рыбные блюда). Только после таких изменений местное население стало посещать McDonald's. Распространение глобальных воздействий может привести и к воскрешению местных культурных форм. Так, все большее проникновение с Запада в Китай и на Тайвань ресторанов быстрого питания привело к распространению закусовых, предлагающих блюда традиционной кухни.

Международная клубная культура интеллектуалов. Благодаря процессам глобализации ученые получили возможность изучать опыт других стран и перенимать его, адаптируя к местным условиям (новые технологии в легкой промышленности, ведении сельского хозяйства и т.д.). Однако западные веяния способствовали преобразованию интеллектуальной культуры:

1. Беларусь. Во-первых, реформировалась система образования: наличие десятибалльной и рейтинговой системы, кредитной системы оплаты обучения, которая в отличие от западного образца была адаптирована к местным экономическим условиям (на западе кредит выплачивается после окончания учебного заведения и трудоустройства заемщика, в Беларуси – во время учебного процесса). Во-вторых, расширение учебной программы за счет новых предметов (основы PR-компаний, международная экономика, международное частное право и др.). В-третьих, введение новых специальностей, которые были преобразованы в соответствии с функциями, выполняемыми специалистами в белорусском

обществе. Например, менеджмент, выполняющий на Западе управленческую функцию, а в Беларуси – организационно-координирующую.

2. Тайвань и Китай. Во-первых, вестернизация образования: молодые люди, обучаясь за границей, изучают новые технологии и достижения различных стран, а затем распространяют их в адаптированном виде у себя на родине. Во-вторых, учреждение грантов и стипендий европейского образца в области науки.

Новые религиозные движения. На Тайване к концу 1999 г. религиозную сферу можно было обозначить как «витрину мировых религий». Хотя правительство признает только 11 «традиционных» и «легитимных» религий, сегодня на Тайване существует приблизительно 250 всякого рода религиозных сект. В отличие от традиционных религий большинство проникающих из-за границы религиозных сект нацеливают свою «религиозную практику» на интеллектуальную и эмоциональную сферу жизни человека [1, с. 72]. Они делают акцент на мистицизм, медитацию и научное объяснение и дают психологические и психоаналитические консультации, пропагандируют полезное для здоровья питание. Одна общая особенность новых религиозных сект – в качестве ответа модернизации они предлагают самоуглубление, культивирование личностного начала и самоспасение.

В последние два десятилетия в китайском обществе распространилось христианство. Однако возможность существовать и развиваться есть только у поддерживаемых государством протестантских и католических церквей. Те же церкви, которые отказываются сотрудничать с государством, считаются опасными для существующего строя и запрещаются.

За последние 7–8 лет в Беларуси возникло значительное количество нетрадиционных религиозных движений, которых ранее здесь не было. Напомним, что нетрадиционными религиозными движениями называются неканонические, вневероисповедальные религиозные общины и объединения, как правило, привнесенные извне и развивающиеся вне институциональных религиозных рамок в данной стране или ее регионе.

Нетрадиционные религиозные движения за короткий срок сумели прижиться на территории Беларуси, т.к. их руководители быстро и оперативно среагировали на спрос и потребности населения. Например, современные пятидесятники отошли от догматического положения о необходимости осенения видимыми дарами Святого Духа. Верующие допускают, что не все члены церкви обязательно должны иметь знамение «иных языков», а только наиболее достойные или подготовленные. Такая коррекция повлияла на изменение молитвенной практики.

Подводя итог, необходимо отметить, что в анализируемых странах глобализация преломляется через специфическую культурную призму и порождает особые феномены:

- создался особый класс элиты, тяготеющий к традиционным приоритетам в поведении (отношение между полами), ведении бизнеса (семейный бизнес);
- благодаря западным веяниям, разрабатываются новые технологии в производстве и сфере услуг, которые адаптированы к местным условиям и покупательской возможности потребителей;
- глобализация способствует воскрешению местных традиционных форм (сеть ресторанов, специализирующиеся на местных традициях).

Необходимо отметить, что культурная глокализация – это движение товаров и идей (культурный фрахт) с Запада, которые в большинстве случаев адаптируются к местным условиям и оказывают благоприятное воздействие на развитие той или иной страны путем сохранения культурных традиций.

Литература:

1. Многоликая глобализация/под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 379 с.
2. Панарин, А.С. Искушение глобализмом/А.С. Панарин. – М.: Академ. Проект, 2000. – 289 с.