



**Введение.** Рынок как глобальная система перераспределения материальных ценностей для современного человека превратился в институт по формированию потребностей, социальных целей и практик. Рыночный спрос не только регулирует производство и распределение товаров, но и структурирует общество через распределения социально важных функций. К тому же, рынок определяет роль локальных образований в общей системе мира, их значение в глобальной системе производства и распределения, материальных благ. Фактически межкультурное взаимодействие попало под контроль рыночных механизмов, которые используют наличие культурно-территориальных разногласий для повышения эффективности и прибыльности операций с перераспределения материальных ценностей.

**Основная часть.** Бек и М. Кастельс настаивают на том, что, начиная с 1980-х годов, глобализация рынков и капитала создали новую инфраструктуру мировой экономики, создавшее и глобальную организацию жизнедеятельности локальных и тотальных сообществ. Глобализация экономической активности, по их заключению, вызывает «волновые трансформации в сфере культуры, процесса, который называется" культурной глобализацией "» [1, с.82].

Но если организующим фактором культурной глобализации является глобальная экономика и глобальный рынок, то можно согласиться с мнением И. Валлерстайна о прямой зависимости межкультурного взаимодействия от экономических процессов глобализации. Современный характер межкультурных отношений отражает рост интеграции социально-экономической жизни, когда тесную «связь рынков, валют и корпоративных организаций задают цели и формы социальных, культурных и политических контактов.

Интеграция уплотняет взаимодействие различных локальных практик, приводит к обработке единого символического поля культурных коммуникаций.

Внимание исследователей культурных контактов сосредоточилась на понятии «рынок» как разноплановом отображении социокультурных процессов обмена. В этом понятии удалось совместить основные детерминанты социальных процессов - экономическую, политическую и социокультурную. Для более современных исследований рыночность/ глобальность - продукт переработки марксизма в истории и социологии [5, с. 77]. Однако рыночность имеет конкретное проявление

как товарооборот между различными временными и пространственными культурными локальностями, межкультурная взаимодействие приобретает вид рыночного обмена.

Локальное может быть интерпретировано не просто как часть глобального, а как условие его существования. Региональные культуры приобретают универсальное содержание и влияют на «господствующие» культуры западного мира, а «региональный» разница культурного продукта воспринимается как товарное многообразие. Для обществ высокого уровня развития материального производства это еще и «временная» встреча - экзотика «возвращение в прошлое», архаические формы искусства, эстетический примитивизм. Культурные отличия продуктов производства - рыночный товар, имеющий своего потребителя и занимает определенный сегмент рынка. Для обществ разного «временного» состояния - шаг в будущее, знакомство с материальной культурой и социальными практиками другого временного измерения. Этот товар реализуется в глобальном мире в виде вещей и технологий.

Образ межкультурного взаимодействия как рыночного обмена материальными, информационными, социальными ценностями предоставил возможность снять многочисленные противоречия теоретического плана, а именно проблем единства или множественности культурных форм, гомогенности или гетерогенности культурной идентичности, а также видение природы взаимодействия культур не как конфликта, а симбиоза, диалога.

Рынок получил статус теоретической модели, которая отражает характер межкультурного взаимодействия в современном мире.

Как отмечают М.Хардти А. Негри, «идеология мирового рынка опирается на дискурс, направленный против всего глубоко укоренившегося и целостного. Оборотность, мобильность, разнообразие и смешение являются единственными условиями существования рынка»[6,с.147]. Это обусловило возникновение идеи «капитала разнообразия», предусматривающий сохранение культурных и территориальных локальностей вместе с их материальными и политико-правовыми разногласиями и полностью соответствует спросу глобального рынка, существует благодаря территориальной производственной специализации, разницы уровней жизни и оплаты труда, культурной экзотике.

Рынок существует благодаря разнообразию товаров и услуг, которые он предлагает, а выживание участников рынка зависит от способности быстро

реагировать на спрос и обновлять ассортимент продукции. Изменчивость, множественность, разнообразие - эти признаки превратились в характеристику условий существования свободного рынка и одновременно требования к сфере культуры. М.Хардти А. Негри определяют рынок как сложный аппарат «биополитического структурирования мира» [6, с.44], поэтому значительная часть социальных, политических и культурных процессов направляются именно требованиями глобального рынка.

Наличие культурных локальностей обуславливают не только товарное многообразие, но и расширяют возможности сбыта и вариативность потребностей в продуктах материальной культуры. Международные корпорации строят свои долгосрочные программы именно на возможности игры на локальных различиях условий производства и потребления. В то же время культурные локальности сохраняют относительную стабильность и ограничивают развитие рынка, сдерживают такой показатель, как «изменчивость».

Ускорение всего комплекса социальных, экономических и культурных процессов современного мира принципиально отличают современную социокультурную ситуацию от любой эпохи в прошлом.

Заинтересованность компаний в сверхприбылях от международной торговли, валютных операций, трудовой миграции меняет правила межгосударственных отношений и политическую карту современного мира.

Однако внутренняя гомогенность государственно-национальных локальностей противоречит потребностям расширения и разнообразия рынка. С одной стороны, отказ от этнической гомогенности для большинства стран связана с заинтересованностью в трудовой миграции, приходе иностранных инвесторов, получении доступа к глобальной мировой системе производства и распределения товаров и услуг, потоков финансов и рабочей силы. Вслед за обеспечением этих целей в экономической сфере на символическом уровне культуры появляется гибридные и интеркультурные музыкальные формы, дизайнерские решения архитектурных, технических, бытовых объектов.

Такое явление Бек назвал «конвергенцией глобальной культуры» [1, с.269], то есть приближение к одинаковым формам и значений культур, имеющих разное происхождение. Условием для конвергенции, является одинаковая среда развития различных по происхождению культур, обеспечивается системой товарного производства.

С другой стороны, глобальный рынок создает новые культурные локальности, отделяя от устойчивых национально-культурных идентичностей меньше региональные идентичности или конструируя новые наднациональные формы сообществ. Такие процессы напоминают маркетинговую технологию выделения «целевой группы» из общего количества потребителей. Для такой группы разрабатывается своеобразие товаров, рыночных стратегий, символического ряда.

Рыночная идеология как доктрина состоит из следующих ключевых идеологем:

- 1) рынок как прозрачный пространство взаимодействия автономных индивидов, саморегулирующейся в силу действия объективных экономических закономерностей;
- 2) homo oeconomicus - автономный индивид, склонный к максимизации прибыли и минимизации затрат, который руководствуется собственными экономическими интересами, при этом демонстрирует целерациональное поведение;
- 3) конкуренция как универсальный механизм уравнивания разнонаправленных интересов;
- 4) частная собственность как предпосылка рыночного общества и рыночных отношений.

Стоит отметить, что уже в трудах А. Смита указанные идеологемы рассматриваются как имеющие универсальное социальное значение, есть такие, которые срабатывают по любой социальной сфере, тем самым вынося альтернативные регулятивы, в частности, нравственные, за скобки. Реализация рыночной идеологии на практике привела к существенным социальным сдвигам, среди которых наиболее важными представляются следующие: 1) прагматизм - ориентация на практику как универсальный критерий; 2) вещиизмом, когда отношения между людьми приобретают вид отношений между вещами; 3) подмена ценностей ценам, когда меновая стоимость любого объекта становится выразителем его ценности.

**Выводы.** Современная система межкультурного взаимодействия сформировалась как ответ на потребности рынка в разнообразии товаров и услуг. Гомогенность любой социально-культурной системы воспринимается как недостаток, препятствие универсальности и потенциальные дополнительные расходы к адаптации продукта (материального, социального или правового) к локальным

рынкам. Поэтому культурные сообщества не должны быть внутренне однородными. Они выстраиваются на стыках постоянных культурных систем с привлечением широкого социально-культурного контингента. Таким образом, структурные единицы межкультурного взаимодействия приспосабливаются к работе в условиях рыночной разнообразия.

## **Список литературы**

Айзенберг Н.И. Анализ механизмов функционирования оптовых электроэнергетических рынков // ЭКО. - 2014. - N 6. - С.97-112.

Акопова Е. Рыночные и нерыночные начала в рыночной трансформации народнохозяйственной системы / Е.Акопова, П.Таранов // Общество и экономика. - 2017. - N6. - С.47-54.

Аксютин Е.О. Современные риски и возможности для устойчивого развития рынка природного газа // Энергетическая политика. - 2017. - N 1. - С.63-72.

Алиева А.В. Исторический аспект рыночных реформ в экономике Российской Федерации // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2015. - N 24. - С.61-64.

Алимова Т.Д. Проблемы теории рынка: к анализу общего // Вестн. С.-Петербур. ун-та. Сер.5. Экономика. - 1992. - Вып.4 (N 26). - С.53-58.

Алтухов А. Пути нейтрализации рисков зернового хозяйства // Экономист. - 2016. - N 12. - С.28-36.