

УДК 1:3+1:93

Володимир Чернієнко, Оксана Агапова

ФЕНОМЕН ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ ПОШУКУ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Розглянуто роль публічності соціокультурної сфери в процесі формування нової української ідентичності. Автори звертають також увагу на основні аспекти трансформації публічної сфери, а також аналізують стратегію національної модернізації.

Ключові слова: публічність, ідентичність, модернізація, глобалізація.

Cherniyenko V., Agapova O. The phenomenon of public sphere in context of new Ukrainian identity.

The role of publicity of socio-cultural sphere in process of formation of Ukrainian identity is examined. The Authors pay attention to the main aspects of transformation of public sphere and analyze the strategy of national modernization.

Key words: publicity, identity, modernization, globalization.

Черниенко В., Агапова О. Феномен публичной сферы в контексте поиска новой украинской идентичности.

Рассмотрена роль публичности соціокультурной сфери в процессе формирования украинской идентичности. Авторы обращают внимание на основные аспекты трансформации публичной сферы, а также анализируют стратегию национальной модернизации.

Ключевые слова: публичность, идентичность, модернизация, глобалізація.

Глобалізаційні соціокультурні трансформації створюють нові умови для самовизначення національних суб'єктів. У цьому процесі класична стратегія модернізації починає давати збої. Своє місце в новому глобалізаційному розкладі шукає й молода українська нація. Цей процес розгортається на тлі поглиблення нової стратегії “національної модернізації”, якщо

під останньою розуміти модернізацію незахідних суспільств, але не шляхом вестернізації їх. У цих нових умовах свою прогресивну роль повинна зіграти публічність соціокультурної сфери.

У традиційному розумінні публічна сфера являла собою територіально окреслений соціальний простір комунікації, де обговорюються актуальні загальнозначущі проблеми модернізації (осучаснення) західних і незахідних суспільств, та на основі такого обговорення приймаються найбільш оптимальні для ситуації, яка склалася, рішення. Глобалізація, інформаціоналізм, мережеві технології максимально розширили публічний простір, що поставило проблему нового розуміння публічної сфери.

Але феномен публічної сфери неможливо усвідомити без широкого культурологічного підходу. Цей підхід дає можливість осмислення головного матеріального чинника публічності. Цим фактором є насамперед індустрія. Індустрія потребує “маси”, яка є історично новим феноменом. Індустрія створює масу, створює масову культуру й, отже, *модернову публічність*, наприклад, публічні бібліотеки, ЗМІ, музеї. Глобалізаційна тенденція капіталізму веде до глобального розповсюдження й укорінення масової культури. Глобалізуватися може тільки масова культура, “axis mundi” (“вісь світу”, культурна ключова метафора) якої є екран, який задає *космополітичний* публічний простір. Локальні культури не глобалізуються, тому що “axis mundi” у них інший, наприклад, у американської культури – “біржа”, у китайської культури – “сім’я”, у японської культури – “сад”, у традиційної української культури – “пісня”.

Підсумовуємо. Стратегія “національної модернізації” потребує нових символів ідентичності, які сприяють розв’язанню конфлікту між локальними і масовою культурами і, отже, нової *постмодернової публічності*.