

**Ф. Ф. Рыбаков<sup>1</sup>**

## **УСЛУГИ В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

Начало XXI века ознаменовало эпоху колоссальных структурных преобразований. Научно-техническая, а затем и сервисная революции изменили структуру валового национального продукта развитых стран в пользу роста доли услуг. К началу XXI века в пространстве образовательных, культурных, гуманитарных обменов, миграционных процессов, туристских и других сервисных услуг наблюдается формирование глобальной культуры, которая способствует интеграции национальных экономик, национальных культур. Услуги в системе формирования глобальной культуры начинают играть если не первостепенную, то весьма значимую роль. Экономике постиндустриального общества называют экономикой услуг, что не лишено оснований.

Культура как мегасистема включает различные экономические и другие культурные подсистемы, например услуги сферы здравоохранения, образования, транспорта, туризма и др. Причем часто они культурно и экономически взаимосвязаны, причем

культурная составляющая является доминирующей по сравнению с экономической. В этом заключается специфика постиндустриального общества с ее имиджевыми, мифологизированно-культурными вызовами, поводами, сигналами. Мировой опыт свидетельствует о том, что в ряде стран, например, транспортные и туристические услуги формируют основные статьи госбюджета. Характерный пример — Египет, где Суэцкий канал, курорты Хургады и Шарм-Эль-Шейха составляют основную часть доходов бюджета. Панама половину бюджета формирует за счет транспортных услуг (Панамский канал). Страны — транзитеры нефти и нефтепродуктов получают значительные доходы за счет транспортировки этих продуктов по своим территориям.

В контексте глобализации культуры и экономики в литературе и других источниках постепенно формируются следующие подсистемы, связанные с сервисом и услугами.

Глобальная «*инновационная культура*», по М. А. Гусакову<sup>2</sup>, характеризуется социально-ценностными ориентациями общества на изменения и свободный поиск. *Глобальные услуги инновационной культуры* — это услуги по обеспечению, планированию, реализации инновационных проектов в различных областях, в том числе социальных, экономических, социокультурных.

<sup>2</sup> Гусаков М. А. Инновационная экономика как подсистема инновационной культуры и социально-ценностных ориентаций общества. См. наст. изд.: С. 444–446.

<sup>1</sup> Заведующий кафедрой экономической теории и экономической политики Санкт-Петербургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ. Автор более 215 научных и учебных публикаций, в т. ч. книг: «Демонопользация экономики как элемент рыночных отношений», «Антимонопольное регулирование: федеральный и региональный аспекты», «Экономическое реформирование России в XX веке: политико-экономический анализ», «Инвестиции и экономические реформы», «Экономика Санкт-Петербурга: прошлое, настоящее, будущее» и др.

*Услуги глобальной кибербезопасности* — это услуги по обеспечению осведомленности, ответственности, этики, своевременного реагирования, демократизации, оценки рисков, проектирования и внедрения специальных ИТ-систем, управления ими и своевременной переоценки целей и критериев безопасности<sup>1</sup>. Соответственно *культура глобальной кибербезопасности* обуславливается социально-ценностными ориентациями общества как на личную, так и на корпоративную и государственную безопасность.

*Услуги глобальных компаний* — это услуги крупных международных предприятий, которые рассматривают весь мировой рынок как единое целое, производят и маркетизируют стандартизованный продукт с минимальным учетом особенностей национальных рынков зарубежных стран<sup>2</sup>. *Культура глобальных компаний* — это культура социально-ценностных ориентаций международных корпораций с учетом взаимных целей, интересов, экономических выгод и компромиссов.

*Культура глобальной экономики* представляет собой исторически новую реальность, отличную от мировой экономики. Согласно Ф. Броделю и И. Уоллерстайну, под глобальной мировой экономикой понимается такая система, где процесс накопления капитала происходит по всему миру<sup>3</sup>. По мнению П. Лукша<sup>4</sup>, целесообразно говорить не только об экономике культуры, но и о глобальной культуре экономики как науке о будущем. *Культура глобального сервиса* — составляющая культуры глобальной экономики, так как доля сервисных операций, услуг существенно растет (финансовые услуги, услуги социально-культурного сервиса, туризм, образование и т. д.). Культура глобальных туристских услуг как подсистема культуры глобального сервиса подразумевает не только интеграцию процессов, операций по функциям деятельности (перевозка, экскурсионное обслуживание, гостиничные услуги и т. д.), но и интеграцию сервисных кластеров по странам и регионам. В первом случае целесообразно говорить о функциональной интеграции, во втором — о региональной. Функциональная и региональная интеграции суть глобальная интеграция туристских услуг.

*Культура глобального города* (глобальный город от *англ.* Global city, используются также термин «мировой город» (*англ.* World city) или «альфа-город» (*англ.* Alpha city) — это культура города, считающаяся важным, значимым элементом для всей мировой экономической системы. Такой город обычно имеет ключевое значение для больших регионов Земли и оказывает на них серьезное политическое, экономическое или культурное влияние<sup>5</sup>. В противопо-

ложность понятию «метрополия», которое может быть использовано и по отношению к центру конкретной агломерации или региона, «глобальный город» имеет смысл только в рамках системы городов на всем земном шаре. Термин «глобальный город» впервые был использован Саскией Сассен в ее работе «*The Global city*» (1991) в применении к Лондону, Нью-Йорку и Токио и противопоставлялся термину «мегалополис»; термин «мировой город» восходит к описанию П. Геддеса в 1915 году городов с непропорционально большим количеством бизнес-встреч. Совокупное население агломераций 130 глобальных городов составляет<sup>6</sup> 766 млн человек. Из них на долю США приходится 15,9 %, ЕС — 12,3 %, Индии — 10,2 %, Китая — 9,5 %.

*Культура глобального информационного общества* — теоретическая концепция постиндустриального общества; культурная составляющая постиндустриального информационного развития цивилизации, в которой главными продуктами производства становятся информация и знания.

*Отличительные черты культуры глобального информационного общества*<sup>7</sup>:

- увеличение роли информационных социально-ценностных ориентаций, знаний и информационных технологий в жизни общества;

- возрастание числа специфически ориентированных культурных людей, занятых информационными технологиями, коммуникациями и производством информационных продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте;

- нарастание влияния культуры информатизации общества с использованием телефонии, радио, телевидения, сетей Интернет, а также традиционных и электронных СМИ;

- создание глобального культурного информационного пространства, обеспечивающего: а) эффективное информационное взаимодействие людей; б) их доступ к мировым информационным ресурсам; в) удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах.

Таким образом, можно наблюдать, что в системе глобальной культуры проявляются и развиваются новые подсистемы: культура глобальной экономики; культура глобального информационного общества; культура глобальных компаний; культура глобального города; глобальная инновационная культура; глобальная культура кибербезопасности; культура глобального сервиса; культура глобальных туристских услуг и др. Социально-ценностные ориентации, мотивации, потребности, глобальные культуры отмеченных пространств развивают экономики, технологии, методологии, логику соответствующих сфер сервиса и услуг.

<sup>1</sup> Материалы ООН. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей на 57-й сессии. П. 84 повестки дня. URL: <http://ifap.ru/ofdocs/un/57239.pdf>

<sup>2</sup> URL: [http://mirslouvrei.com/content\\_eco/GLOBALNYE-KOMPANII-39620.html](http://mirslouvrei.com/content_eco/GLOBALNYE-KOMPANII-39620.html)

<sup>3</sup> Кастель М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. URL: [http://polbu.ru/kastels\\_informepoch/ch21\\_i.html](http://polbu.ru/kastels_informepoch/ch21_i.html)

<sup>4</sup> Экономика культуры — штрихи к науке нового века. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/19.html>

<sup>5</sup> Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki>

<sup>6</sup> Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki>

<sup>7</sup> Там же.