

О. Красівський

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Проаналізовано вплив глобалізації на культурні процеси суспільства. Вивчено значення глобальної культури для самоідентифікації і самовизначення, локальної національної культури. З'ясовано причини глокалізації. Показано наслідки поширення масової культури, перенесення західного способу життя, цінностей та ідеалів суспільства споживання на національний ґрунт.

Ключові слова: глобалізація, культура, глокалізація, вестернізація, акультурація, етнічний статус, акультурація, детериторізація, гомогенізація.

Головною тенденцією сучасного світового розвитку є багатовимірні процеси глобалізації, які розгортаються у багатьох царинах існування людини і суспільства. Вони характеризуються зростанням взаємозв'язків сучасного світу, невпинною інтеграцією ринків, фінансів, технологій, поширенням універсальних демократичних норм і цінностей, інформаційних мереж, посиленням потоку чотирьох “І”: інвестицій, індустрій, інформації та індивідів [1]. У період глобалізації з'являються нові суспільно-культурні явища, які були відомі в історичні часи в значно меншому масштабі, як і зовсім нові, що стосуються всіх сторін людського життя, зокрема й культури, створивши глобалізаційну культуру. Вивчення позитивних і негативних аспектів впливу глобалізації на культурні процеси та ідентичність національної культури займає важливе місце в сучасній гуманістиці.

Проблему глобалізації і культури вивчали українські вчені: Т. Возняк, Н. Ладо, О. Олійник, І. М'язова та інші. Серед зарубіжних дослідників доцільно відзначити польських політологів: Е. Внук-Ліпінського, П. Клдодка, М. Гольку, К. Куцінського, російських – В. Іноземцева, Н. Покравського, які вивчали загальні проблеми глобалізації та її впливу на культуру. Значний внесок у загальнотеоретичне філософське розуміння проблем глобалізації та культури зробили західноєвропейські вчені: М. Кастельс, Дж. Томпкінсон, Ф. Фукуяма, Р. Робертсон та інші.

У статті досліджуються проблеми впливу глобалізаційних процесів на культуру, зокрема на взаємовідносини глобальної і локальної культур та їх значення для сучасного суспільства.

Термін “глобалізаційна культура” з'явився наприкінці 80-х рр. ХХ ст. як відображення нової якості людини внаслідок прискорення інтеграції націй у світову систему, пов'язану з розширенням сучасних транспортних засобів та економічних зв'язків, формуванням транснаціональних корпорацій та впливом засобів масової інформації. Світовий туризм, виникнення культурних гібридів, постмодерністська культура – все це явища, які демонструють глобальні зміни. Важливою проблемою у цих умовах є внутрішня мотивація людини, її самоідентифікація, що і є головним наслідком глобалізації.

Як суспільне явище, культура пов'язана з простором, а окремі її структури та вивтори функціонують на територіях, де проживають її творці і споживачі. Кожна культурно-політична структура, осередок чи група, які є різними за змістом, зазнають у

процесі міжнародного спілкування певного взаємовпливу, що призводить до зменшення та поступового зникнення відмінностей між ними, аж до зміцнення зв'язків та ліквідації ізоляції і, таким чином, до міжкультурних відгалужень. Тобто, культурна глобалізація характеризується зближенням культур між різними націями, країнами і призводить до поглинення національних надбань культури популярними міжнародними, або часткового їх зникнення, або перетворення на інтернаціональні, що можна розцінювати як втрату національної ідентичності. Як стверджує польський дослідник соціології культури М. Голька, глобалізаційні процеси призводять, з одного боку, до акультуризації – затирання виразних ознак одних культур або часткового їх приховування чи зникнення, як одночасно – до розширення світового “культурного паноптикуму” і створення глобально пов'язаних засад творення культури, її поширення та промоції і функціонування в щораз оновлюваних якість і в відмінностях та культурних різноманіттях [2]. Йдеться як про минулі глобальні процеси – реалізацію імперіалістичних ідей, великі географічні відкриття, колонізацію, виникнення і поширення капіталістичної економіки, новітні проекти та програми, так і про сучасні механізми реалізації глобалізаційної політики – діяльність транснаціональних корпорацій та міжнародні переміщення інвестиційного капіталу, міжнародні трансфери технологій, поширення раціональної, ефективної і стандартної продукції та сфери послуг, міжнародне транспортне сполучення, а також постійний всеохоплюючий розвиток мережі електронних медіа.

Якщо розглядати культуру, насамперед, як спосіб життя, чи конструкцію, що склалися протягом певного часу, у межах якого створюються відповідні образи людського світу і характеристики дійсності, репрезентовані усталеними нормами культури, то культурна глобалізація призводить у такому разі до зміни контексту (структури) цього образу, ідентичності, загальних уявлень, цінностей. У цьому контексті культуру можна розглядати як певною мірою індикатор глобалізації, оскільки культура безпосередньо пов'язана зі свідомістю і способом життя людини та суспільства загалом.

Як наслідок спровокованих глобалізацією процесів, у культурному середовищі найбільш яскраво настають зміни, які, як зазначає британський соціолог Дж. Томпкінсон, проявляються у таких явищах як етноцентризм, культурний імперіалізм, вестернізація і детериторізація [3]. Він вважає, що глобальна культура – це, насамперед, “глобальна капіталістична культура”, зумовлена політичною і економічною владою корпорацій та їхнім глобальним багатством. Діючи як “ідеологічна влада”, вона визначає глобальну культурну реальність, поширює цінності капіталістичного способу життя і таким чином детермінує світову культуру. Багато дослідників вважають, що американський капіталізм має найбільший вплив у світі, звідси культурна глобалізація – явище рівнозначне американізації, зокрема, так званій “вестернізації”. Американська масова культура здійснює експансію настільки форсованими темпами, що затмарює європейську масову культуру навіть у самій Європі. Американізм вторгся і у європейські мови, американська масова культура поширилась серед європейської молоді, насамперед у країнах Східної Європи та на пострадянському просторі. Все це може спричинити загрозу і спротив з боку локальних культур і, відповідно, зумовлює побоювання спеціалістів. Відомий американський соціолог С. Хантінгтон застерігав США і Захід у необхідності тактовного підходу щодо інших націй у питаннях культури та глибокого розуміння фундаментальних релігійних і філософських основ інших цивілізацій [4].

Проблемою, до якої призвела глобалізація, є також детериторізація. Суть концепції детериторізації, яка зумовлена ідеями канадського філософа М. Маклюена і представлена в дослідженнях Е. Гідденса і Д. Харнея, полягає в ідеї трансформації відносин між місцем проживання людини та її культурними, соціальними практиками, досвідом та ідентичністю і є ключовим аспектом трансформації локального (локальної культури, держави-нації – всіх аспектів і рівнів локального) в умовах глобалізації [5]. На думку Дж. Томплінсона, детериторізація, яку він називав “подорожуючою культурою”, ще не означає загрозу втрати локальності, оскільки людина, яка проживає на певній території міцно з нею пов’язана, а детериторізація є лише трансформацією локальності у загальносвітовому просторі і передбачає існування тісних зв’язків між культурою і локальністю, що передують глобальним процесам. Якщо розглядати міграцію сільських жителів у великі міста, що було спричинене необхідністю забезпечення працівниками новоповсталих гігантів промисловості у містах, то фізично відірвавшись від своїх коренів, мігранти завдяки засобам комунікації не втрачали зв’язків із етнічною батьківщиною. Водночас у нових умовах, на новій території вони творили осередки своєї культури. Тому детериторізацію можна розглядати не лише як відхід від попереднього стану, в якому культурний досвід був тісно пов’язаний із визначеним місцем проживання людини, а і як вигідний засіб отримання культурного досвіду, що існує в глобальному світі. У цьому контексті детериторізація сприяє осучасненню глобальної культури, а різноманітні локальні культури мають безпосередній вплив на творення і розвиток світової культури.

Характерною ознакою глобальної культури при цьому стає проблема її самоідентифікації і самовизначення. Вона зумовлена зростанням зацікавленістю локальною національною культурою, етнічними і релігійними особливостями. На думку російського соціолога М. Покровського, усі продукти глобальної культури є результатом самоідентифікації, а зростання ідентифікаційних процесів відбувається не лише на індивідуальному рівні, а й на груповому. Вони проявляються як за етнічними, релігійними, соціальними, так і політичними тощо ознаками [6].

Об’єктивним процесом, реакцією на глобалізацію, зокрема відносини між партикуляризмом і універсалізмом, одиничним та загальним, локальним і понадлокальним, певною мірою зближенням глобальної і локальної культур, їх взаємозв’язку є глокалізація* [7]. До наукового дискурсу поняття “глокалізація” ввів у 90-х рр. ХХ ст. американсько-британський вчений Р. Робертсон, який визначав її як “регіональну реакцію на світову глобалізацію”, що є результатом співвідношення глобального і локального [8]. Запропонований автором неологізм є результатом поєднання двох слів: “глобальний” і “локальний” та означає, що глобалізація реалізується на локальному рівні і впливає на локальні культури, відповідно як і останні здійснюють свій вплив на глобалізаційні процеси. “Глобалізація підганяє локалізацію, а локалізація підганяє глобалізацію” [9], пише професор із університету в Сегеді Ю. Такеучі. Глобалізація появляється не як напруженість, посягання на щось, лише виступає щораз частіше як симбіоз між глобальним і локальним. Зусилля глобалізації завжди направлені на конкретно визначене місце і є в певному розумінні процесом глокалізації [10].

* Поняття “глокальний” і “глокалізація” вперше з’явилися в маркетингу і ґрунтувалися на японському понятті “dochakuka”, що спочатку означав адаптацію фермерської технології до місцевих умов. Поняття “глокальний” і “глокалізація” в маркетингу означали продаж і рекламування товарів у глобальному масштабі, через конкретні локальні ринки, адаптацію глобального товару під кожен конкретний ринок. За цим було цілком конкретне усвідомлення того, що локальне і різноманітне продається краще.

Однак польський соціолог Е. Внук-Ліпінський вважає, що не всі партикуляризми універсалізуються. Лише мінімальна їх кількість піддається цьому процесові, інші залишаються локальними особливостями, незалежно від поступів глобалізації; тільки незначна частина універсалізмів сприймається в локальному середовищі. Зміст і упаковка Кока-коли є ідентичні в Китаї, Болгарії, Ізраїлі, Україні, Південній Африці чи Болівії, подібно, як з продукцією Макдональдса, американськими фільмами чи музичною продукцією. Локальні мутації переважно обмежуються тільки до перекладу глобальних назв і рекламних слоганів на місцеву мову, але і то не завжди. Водночас глобальний рівень, як правило, є експансивним, натомість локальний – дефензивний [11]. У цій ситуації приголомшений локальністю, своєрідний протекціонізм локальної культури здійснюється згідно із стандартами глобалізації і певною мірою опозиційно до глобалізації. Глокалізація при цьому може бути трактована як “своєрідна реакція на космополітизм” [12], характерний початкової стадії глобалізації. Космополіти переконані, що завдяки глобалізації вони мають можливість вирватися з локального закутка, і що стають тепер громадянами світу, і мають можливість заглибитися в інших культурах, не турбуючись про розвиток рідної.

Для глокалізації характерно те, що, по-перше, вона показує проникнення (вростання) елементів глобальної культури в місцеву, локальну. Щоби зрозуміти суть цього процесу, необхідно проаналізувати передумови цього вростання, врахувати привабливість локальної культури, “конкурентність” локальних культур як “локальних продуктів” на глобальному ринку. При цьому теж враховують позитиви як і ризики для локальної культури. Водночас доцільно зауважити, що ці глобалізаційні тенденції кориговані локальними можливостями, як матеріальними, так і раціональною доцільністю пристосування їх до місцевих умов. Згадуваний Макдональдс відрізняється в різних регіонах світу і пристосовує свою продукцію до місцевої системи харчування, музична дискотека інакше звучить у США, в арабських чи східноєвропейських країнах. Навіть відомі ансамблі чи оперні співаки часто модифікують в окремих країнах свій репертуар. При цьому потрібно мати також на увазі, що глобальні “культурні перенесення” ніколи повною мірою не відображають об’єктивних відносин між носіями цієї культури і споживачами на локальному рівні. Окрім того, перенесення та поширення образів значною мірою залежать від досвіду, знань і умінь їх носіїв та спричиняються до створення конкурентних образів світу, що оцінюються з іншої перспективи як фантастичні і нереальні [13].

По-друге, глокалізація – це функціонування локальних культур в умовах глобалізації. Воно відбувається при зростаючій тенденції до атомізації і сепаратизму раніше усталених культурних зв’язків, звичаїв, традицій. Подібні тенденції є наслідком, що відбувається в адміністративній, політичній та економічній системах. Це несе загрозу ідентифікації локальної суспільності, а в майбутньому – і політичній суверенності.

По-третє, глокалізація характеризується входженням локальної культури в систему глобальних взаємозв’язків. Це стосується не лише культури загалом і глобальних елементів культури, але і глобалізації “продуктів” культури. Його наслідком є, загалом, зміцнення позицій локальної культури. Входження цього культурного локального укладу в систему глобальних взаємозв’язків зміцнює, безсумнівно, можливості розвитку того укладу. Доцільно зазначити, що локальна культура, яка належить до мережі глобальних культурних зв’язків, залишається одночасно і частиною крайової культури і накладає на неї певні зобов’язання щодо тих культур.

По-четверте, глокалізація показує, як глобалізація перетворює локальні культури, звичаї, церемонії, ритуали, форми поведінки, які раніше надавали населенню його фольклорній і етнографічній своєрідності і які, в міру того, як основна частина суспільства засвоює нові стандартні форми життя, поступово зникають. З одного боку, спрямування локальної культури в цивілізаційне культурне різнобарв'я є важливим цінним елементом прогресу і певною мірою гарантією безпеки та “неначе полегшує комунікацію чи керування уніфікованою системою”, з іншого – “робить усю систему вразливою до різного роду загроз” [14].

Підставою глобалізації є глобалізація світової економіки, тісно пов'язаної з політикою і культурою, що є “процесом лібералізації і супроводжуючий її інтеграції функціонуючих ізольованих ринків національних економік в один внутрішній об'єднаний загальносвітовий ринок” [15]. Одночасно глобальний капіталізм намагається підпорядкувати своїй владі і комерціалізувати не лише економіку, а й всі ідеї та матеріальні і нематеріальні продукти, зокрема телебачення, рекламу, пресу, літературу, фільми тощо. Відповідно важливим чинником глобалізаційних процесів у культурі, результатів “культурного виробництва” є їх комерційний потенціал. В умовах ринкової економіки усе, що може приносити прибуток, підпорядковується комерціалізації. Тому в світі й існує попит на нові глобалізаційні зміни в сфері культури, зокрема в музиці, літературі, кіно, телебаченні тощо.

Важливу роль у людському житті сучасного суспільства відіграє консюмеризм (суспільство споживання), зумовлений світовою глобалізацією, а також кризою суспільних цінностей, що проявляється в культурному розриві поколінь, соціокультурною диференціацією. Консюмеризм пов'язаний із розвитком економіки та ростом виробництва, зміною якості суспільних відносин, традицій і має безпосередній вплив на культурний розвиток суспільства.

Ідеологія консюмеризму утвердилася в посткомуністичних країнах на початку 90-х рр. XX ст., у період зміни парадигми соціально-політичного і культурного розвитку країн, появилася власне тоді, коли відбувалася значні дискусії щодо дальших шляхів та напрямків розвитку суспільства, в період становлення нових суспільних норм, зміни моральних цінностей. Все це позначилось на змісті масової культури, яка характеризується, з одного боку, споживацьким розважальним спрямуванням, пропагандою легкого способу життя та пошуку задоволення і комфорту, з іншого – консюмеризм у масовій культурі сприяє інтеграції та консолідації людей [16].

Консюмеризм реалізує себе в поширенні масової культури, західного способу життя, цінностей й ідеалів суспільства споживання, в перенесенні консюмеристських продуктів масової культури на національний ґрунт і спричиняється до гомогенізації (створення єдиної культури), або зменшення культурного різноманіття у світі, до зростання уніфікації різнобарв'я культур. Суть культурної уніфікації полягає у тому, що окремі особи чи група осіб відмовляються від своєї культурної традиції та намагаються увійти в іншу, яка здається їм привабливішою чи в яку вона змушена ввійти. Однак, за звичай, людина “не потрапляє у відповідний культурний контекст, а в певний проміжний культурний пласт, з його урізаними формами, мовою, дискурсом”. Така людина акцептує певний регрес, натомість “базова культурна група домінуючої культури у яку вона приходиться, навіть попри свою волю, перебуває у привілейованому становищі” [17].

Якщо розглядати феномен телебачення, кінематографа, літератури, можна помітити процес дублювання культурних проєктів, повторення їх в оновленій формі та

утворення серії аналогів. Найпопулярніші бестселери копіюються іншими авторами, а кінорежисери повторюють запозичені роботи. Консюмеристські тексти культури є певною мірою аналогом західних зразків текстів. Вони характеризуються сенсаційністю, серіальністю, наповнені розважальним змістом і установкою на позитивне ставлення до оточуючого середовища. Найбільш очевидні елементи, універсальні як для західних текстів, так і для текстів країн, куди вони направлені – це об'єкти репрезентації – товари, послуги, характеристика самих текстів і деякі способи вираження ідей консюмеризму.

В історичному розвитку людства культурна глобалізація здійснювалася на основі західних цінностей – реформації, просвітництва, відродження. На сучасному етапі поширеною стала система цінностей, яка має ознаки споживацького розважального суспільства, що характеризується, з одного боку, пошуком задоволення і комфорту, з іншого – прагненням особистості до здобуття успішної кар'єри, розвитку особистих якостей. Можна констатувати, що ідеї консюмеризму в масовій культурі виражають на сьогодні загальне становище в культурній дійсності і значним чином впливають на формування суспільного світогляду населення.

Як результат експансивних політичних та економічних впливів, здійснюється процес гомогенізації. При цьому доцільно зазначити, що місцеві, локальні культури, сприймаючи гомогенізуючий вплив західної культури, не зникають, а створюють власні зразки, зберігаючи свою основу. Як зазначає американський політолог Ф. Фукуяма, гомогенізація і збереження місцевих культурних ідентичностей відбувається одночасно, навіть стикаючись з навалом західної культури, місцеві жителі по-іншому сприймають пропонувану їм чужу культуру [18]. Роль національних, релігійних, етнічних традицій у суспільному житті залишається помітною, люди часто орієнтуються на “традиційний спосіб життя”.

Споживання глобальних брендів, товарів і послуг, а також розвиток інформаційних технологій у глобалізованому світі має певну проблему ідентичностей. Ідентифікація є певною захисною функцією збереження та захисту національної культури, свідомості, традицій, мови. Сучасний дослідник інформаційного суспільства професор Каліфорнійського університету М. Кастельс розглядає ідентичність як процес, через який індивід ідентифікує себе здебільшого на основі певних культурних ознак, притаманних саме цій історичній спільноті, виключаючи при цьому ширші зв'язки з іншими соціальними структурами. У контексті формування ідентичності особи він зазначає необхідність захисту її – ізоляції від негативних впливів глобалізації та створення умов з метою адаптації людини до нових реалій, що виникають [19]. Тобто, з одного боку, в умовах напливу нової системи цінностей заміні традиційних ідеалів культури етнос протиставляє власні цінності та ідеали – історичну пам'ять, вірування, традиції, мову. Тут етнос виступає як культурна спільнота та “захисний притулок” збереження етнічної приналежності та етнічних цінностей у гомогенізуючому світі, а етнокультурна ідентичність відіграє допоміжну роль у зміцненні та поширенні націоналізму та релігії. З іншого – йдеться про необхідність адаптації до нових реалій та сприйняття ролі культури в змінюваних умовах, де все більшого значення набуває наука як основа науково-технічного прогресу. У сучасному глобалізаційному суспільстві наука і теоретичні знання стали безпосередньою виробничою силою, здійснюється синтез наукової, підприємницької та політичної еліт, а етичні і мотиваційні принципи засвоїлися широкими соціальними верствами. Відбувається процес формування нової спільноти – “клас інтелектуалів”, а рушійними силами його представників є мотивація, характерна як

науковій спільноті, так і підприємницькій та політичній елітам [20]. Окрім того, доцільно зазначити, що духовна сфера у всі часи передбачала вищий рівень свободи людини, ніж матеріальне виробництво. Між тим, у межах сучасного суспільства підприємницька діяльність зробила національні і територіальні кордони умовними, а наука тим більше не обмежена державними кордонами. Особливістю нинішнього часу є те, що інтенсивно здійснюється процес зосередження наукової еліти в найбільш розвинених країнах, де забезпечені найкращі умови доступу до новітньої інформації і значні можливості для експериментальних робіт та використання на практиці отриманих результатів. Власне тут і створені найкращі умови для міжсуб'єктного діалогу, міжнаціональної комунікації.

Під впливом цих процесів оновлюється система цінностей, ідеалів культурної спільноти, здійснюється адаптація культури до нових цивілізаційних реалій.

Таким чином відбувається міжкультурна комунікація, або сучасний діалог культур, який здійснюється внаслідок взаємодії представників різних культур. При цьому соціокультурний досвід людей збагачується або, навпаки, виникає небезпека втрати різними культурами своєї індивідуальності та ідентичності, що може призвести до загострення етнокультурних протиріч. У ході міжкультурної комунікації виступає процес згадуваної уже акультурації, під час якої одна культурна система перебирає на себе властивості іншої. Акультурація може відбуватися як при добровільному запозиченні контактуючими культурами елементів один одного, так і при насильницькій культурній експансії та асиміляції, внаслідок військово-політичного домінування однієї соціальної спільноти над іншою [21]. При такому підході міжкультурна комунікація ставить культури у нерівне становище, що часто виливається у міжнаціональні суперечки та конфлікти.

Конструктивною формою міжкультурна комунікація стає тоді, коли взаємовплив культур відбувається на добровільній основі. При таких відносинах культури взаємозбагачуються, доповнюють одна одну, часто відбувається обмін не лише матеріальною культурою, але й науково-технологічними ідеями, цінностями та нормами життя. При цьому суспільство, яке зазнає культурного впливу, зберігає власну основу та самобутність, збагачуючи її надбаннями іншої культури, забезпечується таким чином стабільність та безпека [22].

Висновки

Отже, посилення міжкультурної комунікації народів може стати, в одному випадку, джерелом загострення етнокультурних суперечностей, а в іншому – проявом закономірного зближення культур. Країни і регіони не є однорідними, що сприймають попік зовнішньої культури. Споживання її як реальної продукції часто стає приводом для культурної творчості, для захоплення нею і сприйняття, а також для опору та боротьби проти неї.

Список використаної літератури

1. Kanter R. M., Pittinsky N. L. Globalization: New Word for Social Iniquity // Berkeley Journal of Sociology. 1995 – 1996. Vol. 40. P. 2.
2. Golka M. Kultura w przestrzeni globalnej // Społeczne problemy globalizacji / Z. Blok (red). Poznań, 2001. S. 78.
3. Tomplinson J. Globalization and culture. Cambridge : Polity Press, 2004. P. 81.
4. Хантінгтон С. Зіткнення цивілізацій і зміна світового порядку. URL : <https://polityslowo.wordpress.com/першоджерела/с-хантінгтон>.

5. Олійник О. Концептуалізація глокалізації: методологічні аспекти // Гуманітарний вісник ЗДІА. 2009. Вип. 38. С. 43.

6. Покровский Н. Неизбежность странного мира: включение России в глобальное сообщество // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. № 3; Жукоцкая З. Р., Ковалева Л. Е. Глобализация и ее влияние на культурные процессы // Успехи современного естествознания. 2011. № 1. С. 110—112; URL: <https://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=15713>.

7. Олійник О. Концептуалізація глокалізації... С. 43.

8. Robertson R. Globalization or glocalization? // Robertson R. White K. E. (ed.) Globalisation. Critical concept in sociology. London, 2003. Vol. III. P. 31—51.

9. Takeuchi Y. Glocalization // Encyklopedia of The City // red. R. W. Caves. London ; N.-Y. : Routledge, 2005. P. 208.

10. Pomieciński Adam. Lokalne wymiary globalizacji // Kultura i historia. 2009. № 16. URL : <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/1492>.

11. Wnuk-Lipiński E. Świat międzyepoki // Globalizacja, demokracja, państwo narodowe. Kraków : Wydawnictwo Znak, 2005 ; Kuciński K. Glocalizacja jako indygenizacja globalizacji // Rocznik Żyrardowski. 2011. № 9. S. 30—38.

12. Kuciński K. Glocalizacja jako indygenizacja globalizacji // Rocznik Żyrardowski, 2011. № 9. S. 30—38.

13. Kempy M. Wspólnota i polityka tożsamości jako sposoby organizacji kulturowej różnorodności – o potrzebie nowej topiki teorii społecznej w dobie globalizacji // Kultura w czasach globalizacji / pod. red. nauk. Małgożaty Jacyny, Aldony Jawłowskiej, Mariana Kemnego. Warszawa : Wydawnictwo IfS PAN, 2004. S. 183.

14. Возняк Т. Глобалізація як виклик людству. URL : <http://www/.ji.lviv.ua/n19text/vozn-gl.htm>.

15. Kłodko G. Świat między kryzysami – refleksje na marginesie książki N. Roubiniego i S. Mihma “Ekonomia kryzysu”, “Ekonomista”. S. p. № 2. S. 22.

16. Новак М. В. Репрезентация идеологии потребления в культурных проектах современности // Научные ведомости БелГУ. Белгород, 2009. Вып. 10. № 16. С. 20—26. (Серия “Философия. Социология. Право”).

17. Ладо Н. В. Глобалізація і культура: точки дотику. URL : <http://www.kymu.edu.ua/vmv/v/09/10.htm>.

18. Фукуяма Ф. Сильное государство: Управление и мировой порядок в XXI веке. М. : АСТ. 2006. С. 180.

19. Castels M. The Rise of the Network Society: The information Age: Economy, Society and Culture. Cambridge, MA ; Oxford, UK: Blackwell, 2009. Vol. II. P. 22.

20. Иноземцев В. Л. Наука, личность и общество в постиндустриальной действительности. URL : <http://vivovoco.astronet.ru/VV/PAPERS/ECCE/ETHICS/INOZEM.HTM>.

21. Осиповець Г., Садовська Н. Культура і діалог культур в контексті глобалізації // Схід. 2010. № 3.

22. М’язова І. Міжкультурна комунікація: зміст, сутність та особливості прояву (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. наук. ступеня канд. філос. наук. К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2008. С. 4.

*Стаття надійшла до редакції 26.11.2017
Схвалена до друку редколегією 30.11.2017*

O. Krasivsky

GLOBALIZATION AND IDENTITY OF NATIONAL CULTURE

This article analyzes the impact of globalization on the cultural processes of society. The significance of global culture for self-identification and self-determination of local national culture has been studied. The causes of globalization are explained. Shows the consequences of the spread of mass culture, the transition of the western way of life, values and ideals of the society of consumption on the national soil.

Key words: Globalization, culture, glocalisation, Westernization, acculturation, ethnic status, deterritorialization, homogenization.