

**ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ****Мирјана Гајић<sup>1</sup>, Снежана Вујадиновић<sup>1</sup> и Срђа Поповић<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Географски факултет, Универзитет у Београду, Србија<sup>2</sup>Факултет за Медитеранске пословне студије, Тиват, Црна Гора

**Сажетак:** Овај рад има за циљ да анализира све изразитији феномен у свету, заснован на контрадикторном односу између глобализације и културног идентитета. Глобализација је вишедимензионални феномен који обухвата не само економске компоненте, већ и културне, идеолошке, политичке и друге. Глобализација представља сложен процес који интегрише бројне факторе чије је међусобно деловање на глобалном нивоу постигнуто захваљујући експанзији знања, технолошких достигнућа и информација ван државних граница. Утицаји подстакнути глобализацијом испољавају се у низу промена у економској, политичкој, социјалној и посебно културној сфери, која је предмет истраживања овог рада. Појам глобалне вредности најчешће се поистовећује са вредностима западних култура (американизација, вестернизација), а утицаји глобализације се испољавају кроз њено деловање на националне културне обрасце. У бројној литератури и дебатама износе се различита гледишта односа глобализације и културе, али се суштина конфликта заснива на супротним тезама које осликавају њен „двоструки лик”. Прва теза је заговорник негативног утицаја глобализације на хомогене националне и локалне културе, а друга даје предност различитостима културних садржаја, изражених кроз космополитску културу која не поништава осећање националне припадности. Аутори у раду анализирају различита тумачења комплексног односа културе и глобализације и указују на позитивне и негативне ефекте који проистичу из односа и веза на релацији глобално – локално.

**Кључне речи:** глобализација, глобалне вредности, културни идентитет, глокализација

Original scientific paper

**GLOBALIZATION AND CULTURAL IDENTITY****Mirjana Gajić<sup>1</sup>, Snezana Vujadinovic<sup>1</sup> and Srđa Popović<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Faculty of Geography, University of Belgrade, Serbia<sup>2</sup>Mediterranean Business Studies College, Tivat, Montenegro

**Abstract:** This paper aims to analyze an important phenomenon of our world, namely the contradictory relationship between globalization and cultural identity. Globalization is a multidimensional phenomenon that encompasses not only economic components but also cultural, ideological, political and other. Globalization in its archaic forms goes back to ancient history and roots linked to the emergence and spread of human society. The modern form reached in the second half of the 20<sup>th</sup> century, and the intensity and the culmination of the 80s and early 90s of the 20<sup>th</sup> century (the global age, postindustrial and postmodern age). Globalization is a complex process that integrates a number of factors whose interaction of globally achieved thanks to the expansion of knowledge, technologies and information across national borders. Impacts encourage globalization manifested in a series of changes in economic, political, social and especially cultural sphere, which is the subject of this paper. The concept of global values, commonly identified with the values of Western culture (americanization, westernization), and the effects of globalization is manifested through its effect on the national cultural forms. In literature and discussions amount to be different points of view the relation between globalization and culture, but the essence of the conflict based on opposing theses that reflect the "dual character" of cultural globalization. The first is a proponent of the negative impact of globalization on homogeneous national and local culture, while the other prefers diversity of cultural content, expressed through the cosmopolitan culture that does not negate the sense of national belonging. The authors in this paper analyze different interpretations of a complex relationship between culture and globalization and to emphasize the positive and negative effects arising from the relationships and connections between the global and the local.

**Key words:** globalization, global values, cultural identity, glocalisation

## УВОД

У раду се анализира контрадикторан однос између глобализације и културног идентитета. Глобализација се најчешће дефинише као скуп сложених друштвених процеса који обухвата широк спектар економских, политичких и културних тенденција у савременом свету (Prasad and Prasad, 2006). Она се често доживљава као почетак нове фазе у историји човечанства – слободан проток људи, робе, капитала, услуга, идеја и вредности, све мање ограничених на географски простор. Глобализација интензивира односе и интеграцију простора и активности, преуређује и трансформише привредне, политичке, друштвене и културне односе између земаља, региона и читавих континената истовремено их ширећи, снажећи и убрзавајући (Hopkins, 2002). Њен крајни циљ је глобална интеграција, односно обједињавање света тако да не постоји простор који може бити у потпуности изолован и искључен из тог јединственог тока (Вулетић, 2000, 2009; Vuletić, 2003; Miloradović, 1999; Newman and Kliot, 1999; Soros, 2002; Stiglitz, 2007; Crouch, 2009). По мишљењу Gidensa (2003), глобализацијом се врши „умрежавање локалног” кроз ширење и интензивирање односа између локалних и удаљених догађаја.

Тумачење појма глобализације представља поље сукоба различитих концепција. Чак и аутори који негирају глобализацију не могу да оспоре чињеницу да је ниво културних веза и размене информација на квалитативно највишем нивоу у људској историји, и по први пут има планетарно распрострањење (Held et al., 1999). Свет постаје међусобно интегрисан и све што се догађа локално, може се одразити и глобално.

Брзина промена које са собом носи глобализација отвара питање ваљаности постојећег методолошко-истраживачког апарата друштвених наука, као и то у ком смеру и на који начин треба заснивати истраживања: на методолошком индивидуализму, национализму или космополитизму (Paić, 2008). Код истраживања културног аспекта глобализације

## INTRODUCTION

The paper analyzes the contradictory relationship between globalization and cultural identity. Globalization is often defined as a set of complex social processes that involves a wide range of economic, political and cultural trends in the modern world (Prasad and Prasad, 2006). It is often seen as the beginning of a new phase in the history of mankind - the free flow of people, goods, capital, services, ideas and values, less limited to the geographical area. Globalization is intensifying relations and integration of facilities and activities, redesigning and transforming the economic, political, social and cultural relations between the countries, regions and entire continents, spreading, strengthening and accelerating them at the same time (Hopkins, 2002). Its ultimate goal is global integration, that is, unification of the world so that there is no area that can be completely isolated and excluded from the single stream (Vuletić, 2000, 2009; Vuletić, 2003; Miloradović, 1999; Newman and Kliot, 1999; Soros, 2002; Stiglitz, 2007; Crouch, 2009). In the view of Gidens (2003), "local networking" is being done by globalization through the expansion and intensification of relations between the local and remote events.

Interpretation of the concept of globalization is a field of conflict of different conceptions. Even authors who deny globalization cannot deny the fact that the level of cultural relations and exchange of information is on qualitatively highest level in history, and the first time has the planetary distribution (Held et al., 1999). The world is becoming integrated and all that is occurring locally can also be reflected globally.

The pace of change brought about by globalization raises the question of the validity of the existing methodological - research apparatus of social sciences, as well as in which direction and how the research should be based: on the methodological individualism, nationalism or cosmopolitanism (Paić, 2008). In studies of the cultural aspect

те су потешкоће посебно изражене, с обзиром на чињеницу да се кроз културу преливају и питања о идентитетима, укусима и животним стиловима.

Унеско дефинише културу као скуп препознатљивих духовних, материјалних, интелектуалних и емоционалних карактеристика друштва или друштвене групе, који обухвата, не само уметност и књижевност, већ и начин живота, систем вредности, традиција и веровања (UNESCO, 2002). Култура представља образац мишљења, осећања и деловања које свака особа стекне у детињству и затим примењује кроз читав живот (Hofstede, 2001). Сложеност истраживања културе надовезује се на сложеност истраживања и дефинисања појма глобализације, тако да њихов међусобни однос и узрочно-последичне везе представљају комплексно поље истраживања. За одређену групу културолога, култура је урођена, за друге је она научена и стечена. Поједини сматрају да је она израз оног најбољег и најдуховнијег у човеку, док је за друге она израз полирања ума. Поједини аутори сматрају да је култура израз начина живота човекове заједнице, док је за друге она производ уског броја истинских стваралаца (Ђорђевић, 2009). С обзиром да чини јединство материјалног и духовног стваралаштва, култура представља битан сегмент сваког друштвеног система. У њој су садржани национални елементи, језик, религија, традиција, културно наслеђе и етика као главне одреднице културног идентитета. Културни идентитет је процес у ком се директно сучељавају потребе за универзализацијом појединих култура и неминовност поштовања свих посебности. Тим процесом се утемељују кључне и битне културне вредности. Тражење културног идентитета постаје функција културе, а потврђивање личног идентитета захтева међусобну комуникацију (Кокотовић, 2005). Изградња културног идентитета условљена је друштвеним, политичким и економским чиниоцима, а његове промене су изложене утицају глобалних вредности.

У дебатама о глобализацији покренута су питања везана за појам глобалних вредности.

of globalization the difficulties are particularly pronounced, given the fact that the questions of identity, tastes and lifestyles are presented through culture.

UNESCO defines culture as the set of distinctive spiritual, material, intellectual and emotional characteristics of the society or social group, which includes not only art and literature, but also lifestyle, value system, traditions and beliefs (UNESCO, 2002). Culture is a form of thinking, feeling and acting that each person acquires in childhood and then applies throughout life (Hofstede, 2001). The complexity of the research of culture adds to the complexity of research and defining the concept of globalization, so that their mutual relationship and causality is complex field of research. For a certain group of culturologists, culture is innate, for others it is learned and acquired. Some believe that it is an expression of what is best and most spiritual in man, while for others it is an expression of the mind polishing. Some authors believe that culture is an expression of lifestyle of human community, while for others it is the product of a narrow number of true creators (Ђорђевић, 2009). Given that it makes the unity of material and spiritual creativity, culture is an important segment of every social system. It contains national elements, language, religion, tradition, cultural heritage and ethics as the main determinants of cultural identity. Cultural identity is a process in which the need for universalization of certain cultures and the necessity of respecting all the specifics are directly faced. Key and essential cultural values are founded by this process. Search for cultural identity becomes a function of culture, and personal identity verification requires mutual communication (Кокотовић, 2005). The construction of cultural identity is conditioned by the social, political and economic factors, and the changes are subject to the impact of global values.

In the debates on globalization questions have been triggered related to the concept of global values. Many authors believe that the

Бројни аутори сматрају да су Европљани створили прву светску глобалну културу (Miloradović, 1999). Стварањем колонијалних царстава појединих европских држава у простору изван географских граница Европе, многи народи су дошли под утицај европске културе, при чему су важну улогу имала путовања и комуникације. С обзиром да су колонијални поседи били анекси матичних земаља, захваљујући политичкој и привредној моћи поједине европске државе су постале глобална царства. У различитим формама и на различите начине, империјалистичке државе успеле су да одрже тесне везе са прекоморским колонијама (Golić, 2008). Примат западне културе наставио се до данас, али с том разликом да њену главну перјаницу представљају САД. Из тог разлога, појам глобалних вредности најчешће се поистовећује са вредностима западних култура (вестернизација), а утицали глобализације се испољавају кроз њено деловање на локалне и националне културне обрасце.

Europeans have created the world's first global culture (Miloradović, 1999). By the creation of the colonial empires of some European states in space outside the geographical boundaries of Europe, many nations have come under the influence of European culture, and travels and communication played an important role. Since the colonial properties were Annexes of home countries, due to political and economic power some European countries have become global empires. In different forms and in different ways, imperialist countries have managed to maintain close ties with overseas colonies (Golić, 2008). The primacy of Western culture has continued to this day, but with the difference that the United States represents its main plume. For this reason, the concept of global values is usually identified with the values of Western cultures (Westernization), and the impacts of globalization are manifested through its actions on the local and national cultural patterns.

#### КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ КАО ЖРТВА ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Присутна су различита гледишта односа глобализације и културе, али се суштина „конфликта” заснива на супротним тезама које осликавају њен двоструки лик. По мишљењу Реџиљićа (2003), управо тај двоструки лик света и глобализације представља суштинско обележје културне сфере. Глобализација у култури може значити обogaћење њених садржаја, али и свођење културног плурализма на монизам односно угрожавање плурализма културних идентитета. Различити ставови о овом питању поделили су теоретичаре културе на критичаре глобализације, заговорнике негативног утицаја глобализације на хомогене националне културе и оне који у глобализацији виде позитивну страну дајући предност различитостима садржаја. Први су заговорници тезе да глобализација води хомогенизацији, вестернизацији и

#### CULTURAL IDENTITY AS A VICTIM OF GLOBALIZATION

Different views of the relationship of globalization and culture are present, but the essence of "conflict" is based on opposing theses that reflect its dual character. In the opinion of Pečujlić (2003), it is this dual character of the world and globalization that represents an essential feature of the cultural sphere. Globalization in culture can mean enrichment of its content, but also the reduction of cultural pluralism to monism, that is, endangering the pluralism of cultural identities. Different views on this issue have shared culture theoreticians to critics of globalization, advocates of the negative impact of globalization on homogeneous national cultures and those who see globalization as a positive side by giving priority to the diversity of content. The first are the proponents of the thesis that globalization leads to homogenization, Westernization and



американизацији, а други сматрају да су њене последице хетерогенизација, креолизација и хибридикација.

Утицај глобализације у културној сфери се генерално најчешће посматра у негативном контексту. Културни идентитет је својеврсно наследство, континуитет са прошлосту, колективно благо заједница које треба заштити и очувати, иначе може бити изгубљено. Глобализација је као плима захватила свет, различите културе, доносећи тржишну, брендирану хомогенизацију културног искуства, чиме је културни идентитет у различитом степену угрожен. Глобализација се повезује са уништавањем културних идентитета и ширењем хомогенизоване, западњачке потрошачке културе – западни културни империјализам (Shepard and Hayduk, 2002). Услед стандардизације културних садржаја долази до хомогенизације животних стилова, укуса и забаве (Pečujlić, 2003). У таквим приликама, под притисцима универзалних западних вредности националне културе губе своју аутентичност. Гушење националне културе прелива се и на лични ниво, тако да хомогенизација подједнако погађа и појединца и заједницу. То значи да процес глобализације у култури носи у себи опасност губљења појединачних културних идентитета свдећи их на ниво поједностављене глобалне униформираности, а без идентитета у глобалном друштву остајемо непрепознатљиви као припадници појединих култура. На тај начин, појединац остаје ускраћен за једну од основних потреба човека, потребе да има своје корене и припадност заједници.

У оквиру критика хомогенизације, акценат се ставља на глобализацију као вестернизацију, американизацију, мекдоналдизацију, кокаколизацију и масовну културу. Амерички културни империјализам у садејству са осталим сегментима актуелне политике врши американизацију уз помоћ „тврде и меке моћи”. Њен циљ није само економски или културни, већ је превасходно политички јер „американизација утиче на начин на који људи мисле о политици”. Та критика је јако жива

Americanization, and others think that its effects are heterogenization, creolization and hybridization.

The impact of globalization in the cultural sphere is generally the most commonly viewed in a negative context. Cultural identity is a sort of succession, continuity with the past, the collective treasure of communities that should be protected and preserved or otherwise it could be lost. Globalization like a tide engulfed the world, different cultures, bringing the market, branded homogenization of cultural experience, by which a cultural identity is threatened in varying degree. Globalization is associated with destruction of cultural identities and expansion of homogenized, Western consumer culture - Western cultural imperialism (Shepard and Hayduk, 2002). Due to the standardization of cultural content it comes to homogenization of lifestyles, tastes and entertainment (Pečujlić, 2003). In such circumstances, under the pressures of universal Western values, the national cultures lose their authenticity. Choking of national culture spills on a personal level, so that homogenization equally affects both the individual and the community. This means that the process of globalization in culture runs the risk of losing individual cultural identities reducing them to the level of a simplified global uniformity, and without identity in a global society we remain unrecognizable as members of certain cultures. In this way, the individual remains underprivileged for one of the basic human needs, need to have its roots and community affiliation.

In the context of criticism of homogenization, an emphasis is placed on globalization as Westernization, Americanization, McDonaldization, Coca-colonization and mass culture. American cultural imperialism in conjunction with other segments of actual policy performs Americanization with the help of "hard and soft power". Its goal is not only economic or cultural, but is primarily a political as "Americanization affects the way people think

„у свим срединама које се осећају угроженим империјализмом америчке културе и вредности оличеним у широком спектру промена под заједничким називом глобализације” (Ђорђевић, 2009). Хиперпродукција западних и америчких вредности у култури тежи подређивању осталих култура америчким културолошком коду. Таква глобализација се остварује помоћу монопола западних мултинационалних компанија, које доминирају у сфери културне и информационе дистрибуције.

Значајну улогу у обликовању културног простора имају производи масовних медија и продукцијских кућа. Медији доводе до стварања сличних културних образаца, заснованих на доминантним вредностима капиталистичког система који је и економски и културни: и „пут развоја” и „начин живота” (Aracki, 2011; Reljić, 2003). У таквим условима главни производ глобалне културе представља тзв. глобални изоморфизам, који подразумева све већу институционалну сличност у друштвима у којима владају различите друштвене прилике (Padežanin, 2011). Слике које непрестано доносе телевизија и интернет детериторијализују духовни живот, формирају културу богату глобалним информацијама (Kaludžerović, 2009). У таквом информатичком окружењу, притисак на земље у развоју и традиционалне културе да прихвате елементе доминантне западне културе је велики (Featherstone, 1995). Због тога су глобални медији претња културној разноврсности, јер фаворизују развој хомогене културе или „монокултурализма” (Marsella, 2005). Медији већ одавно нису само средство којим се информације преносе с краја на крај света, него и инструмент којим се остварује културна и информативна хегемонија западних култура (Aracki, 2011). Негативни ефекти културне глобализације исказују се кроз наметање масовне културе и вредности које су њено обележје, што доводи до редуковања културних специфичности и идентитета малих народа (Шабић и др., 2011). При томе долази до губљења лингвистичког идентитета и прихватања мултикултурализма који поништава елементе индивидуалности

about politics". This criticism is very much alive "in all environments that feel threatened by imperialism of American culture and values embodied in a wide variety of changes under the name of globalization" (Djordjević, 2009). Overproduction of Western and American values in the culture tends to subordination of other cultures to American cultural code. Such globalization is achieved through the monopoly of Western multinational companies, which dominate in the sphere of cultural and information distribution.

The mass media and production houses products have a significant role in shaping the cultural area. The media lead to the creation of similar cultural patterns, based on the dominant values of the capitalist system that is both economic and cultural: the "path of development" and "way of life" (Aracki, 2011; Reljić, 2003). In such conditions, the main product of global culture is the so-called global isomorphism, which involves increasing institutional similarity in societies ruled by different social conditions (Padežanin, 2011). The images constantly brought by television and internet deterritorialise spiritual life, form a culture rich in global information (Kaludžerović, 2009). In such an IT environment, the pressure on developing countries and traditional cultures to accept elements of the dominant western culture is big (Featherstone, 1995). Therefore, the global media are a threat to cultural diversity, as they favour the development of a homogeneous culture or "monoculturalism" (Marsella, 2005). The media has long been not just a means by which information is transmitted from one end of the world to the other, but also a tool to exercise cultural and informational hegemony of Western cultures (Aracki, 2011). The negative effects of cultural globalization are carried through the imposition of mass culture and values that are its hallmark, leading to a reduction of cultural specificities and identities of small nations (Шабић и др. 2011). Moreover, it comes to the loss of linguistic identity and acceptance of multiculturalism, which annuls

појединих народа (културна асимилација). Глобални медији су трасирали пут ширењу конзумеризма и брендоманије. Они улазе у сферу људске приватности. Индивиде чине изборе сагласно својим потрошачким навикама. Реч је о „повећању потрошачких очекивања и аспирација независно од куповне моћи” (Skler, 2003). Кроз конзумеризам се огледа економска, културна и медијска страна глобализације. Робне марке – „бренд”, или „лого”, постали су важнији и од самог производа. У културном смислу, продаје се животни стил. Конзумеризам је истовремено и начин живота, док је брендоманија есенција конзумеризма, односно, потрошачког друштва.

Појам мекдоналдизација, односно мекдоналдизација културе означава јасну усмереност културне политике да буде детерминисана принципима комерцијалности, ефикасности, прилагодљивости и профитабилности (Ritzer, 1983). Мекдоналдизација имплицитно захтева прилагођавање најузвишенијих стваралачких принципа принципима тржишта (Barber, 2008). Снажна критика хомогенизацији укуса и стандардизацији изражена је широм света, а француски критичари су водећи у њој. У распавама и полемикама није изостала ни критика масовне културе, која прати логику профитабилности, пласира деструктивне садржаје, подстиче хедонизам и насиље обезвређујући више културне стандарде (Ђорђевић, 2009). Масовна култура није новитет, она је историјски пратилац технолошке еволуције човека и последица модернизације. Процес урбанизације је довео до отуђења, где је сусед суседу странац, где не постоји заједница већ маса, где је створена култура за све и сваког. Таква култура је довела до раскорењивања људи и амбијента у којем појединци као конститутивни елементи масовног друштва губе културни, религијски и морални интегритет (Miloradović, 1999). Данас је посебно актуелна критика комерцијализације културе. То је потрошачка култура у служби репродукције светског економског система и стварања вештачких потреба људи. То

elements of individuality of certain nations (cultural assimilation). Global media have paved the way for the spread of consumerism and brandomania. They enter the sphere of human privacy. Individuals make choices in accordance with their consumer habits. It is an "increasing consumer expectations and aspirations about, independently of purchasing power" (Skler, 2003). Economic, cultural and media side of globalization is reflected through consumerism. Brands - "brand" or "logo", have become more important than the product itself. In cultural terms, we sell a lifestyle. Consumerism is also a way of life, while brandomania is the essence of consumerism, i.e. the consumer society.

The term McDonaldization, i.e. McDonaldization of culture means a clear focus of cultural policy to be determined by principles of commerciality, efficiency, flexibility and profitability (Ritzer, 1983). McDonaldization implicitly requires adjustment of the highest creative principles to the principles of market (Barber, 2008). Strong criticism of the homogenization of taste and standardization is expressed around the world, and the French critics are leading it. In the debates and polemics the criticism of mass culture is not omitted, which follows the logic of profitability, places destructive content, encourages hedonism and violence, diminishing high cultural standards (Djordjević, 2009). Mass culture is not new, it is a historical companion of technological evolution of man and the result of modernization. The process of urbanization has led to alienation, where the neighbour is a stranger to the neighbour, where there is no community but the mass, where culture is created for each and everyone. Such a culture has led to the uprootedness of people and environment in which individuals as the constituent elements of mass society are losing the cultural, religious and moral integrity (Miloradović, 1999.). Today especially actual is the critique of commercialization of culture. This is a consumer culture in the service of reproduction of the world economic system



је култура која ствара човека који живи да би трошио, а не троши да би живео. Роба као конзумент представља његов културни израз. Циљ масовне културе је да обезвреди аутентичну стваралачку индивидуалност која није у складу са стандардима потрошње, што би омућило да се под плаштом културе називају садржаји који су даљеко од тога.

Глобална повезаност и стандардизација огледа се у културним добрима од одеће до хране, музике, филма, архитектуре и др. Чињеница је да одређени стилови и брендови имају глобалну вредност и могу се сусрести у свим деловима света. На тај начин је културна пракса постала роба којом се тргује, а хомогенизација културног искуства претња разноврсности културних пракси нарочито у неразвијеним и државама у развоју (Čolić, 2004). У глобалној економији, култура је скоро постала оперативни начин пословања само у једном смеру: културна добра и услуге произведене у развијеним државама доминирају на светском тржишту, док неразвијене економије имају потешкоће у представљању својих културних добара и услуга, па самим тим нису у могућности да се супротставе конкуренцији.

Све наглашенија критика глобалне хомогенизације и стандардизације лако може одвести у крајност. Да ли је угрожен културни идентитет неке изоловане заједнице ако њени припадници поседују мобилни телефон или посете McDonald's ресторан? Да ли су они жртве глобалног капитализма и да ли треба да остану по сваку цену сиромашни, неинформисани зарад аутентичности?

#### КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ КАО ПРОИЗВОД ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Све су бројнији аутори који културни идентитет дефинишу као производ глобализације и дају предност различитостима (хетерогенизација). Иако не може да се порекне очигледна моћ глобализованог капитализма у погледу дистрибуције и промовисања својих

and the creation of artificial needs of people. It is a culture that creates a man who lives to consume, but does not consume to live. Goods as a consumer present cultural expression. The aim of mass culture is to discredit genuine creative individuality that is not in accordance with the standards of consumption, which would enable the contents that are far than culture to appear under the guise of culture.

Global alliance and standardization are reflected in cultural properties from clothing to food, music, film, architecture and others. The fact is that certain styles and brands have global value and can be found in all parts of the world. In this way, the cultural practice has become a commodity to be traded, and the homogenization of cultural experience a threat to diversity of cultural practice, especially in underdeveloped and developing countries (Čolić, 2004). In a global economy, culture is almost becoming an operative way of doing business in only one direction: cultural goods and services produced in developed countries dominate the world market, while the underdeveloped economies have difficulties in presenting their cultural goods and services, and therefore are not able to oppose competition.

More and more pronounced critique of global homogenisation and standardization can easily be taken to the extreme. Is the cultural identity of some isolated community threatened if its members own a mobile phone or visit McDonald's Restaurant? Are they victims of global capitalism and whether they should stay poor, uninformed at all costs in the interest of authenticity?

#### CULTURAL IDENTITY AS A PRODUCT OF GLOBALIZATION

Many authors define cultural identity as a product of globalization and prefer diversities (heterogenization). Although one cannot deny the obvious power of globalized capitalism in terms of distribution and promotion of cultural goods and services in every part of the



културних добара и услуга у сваком делу света, присуство таквих добара и услуга не значи истовремено и остварење дубљег културног утицаја (Tomlinson, 2003). Искуства указују на то да културни идентитет није лак плен глобализације зато што култура прожима све области друштвеног живота и што је у великој мери институционализована (законска регулатива, образовни систем и медији). Истовремено, појединци као чланови група нису само објекти културних утицаја, већ субјекти који могу одбацили тековине глобалне културе или је интегрисати унутар сопствене. У прилог овоме иде мишљење да само земље које имају вредности сличне онима у САД су више склони да усвоје производе који одражавају типичну америчку културу (Craig et al., 2009). Упркос популарном веровању да глобализација захтева културну хегемонију, реалност показује да постоји и јача културни отпор иако економска развој *гура* све земље у заједничком правцу.

Иако медији доводе до стварања сличних културних образаца, они не угрожавају национални и културни идентитет већ су важно средство његове афирмације на глобалном нивоу. С друге стране, електронски медији, а пре свега телевизија и интернет, омогућавају гледање и праћење догађаја широм света, и бар посредно, учествовање у њима. Посебан значај имају сателитска и кабловска телевизија које су учиниле корак напред. Државама је теже да контролишу такве канале, а грађанима је лакше да дођу до пожељних информација. Gidens (2003) истиче да је телевизија као медиј одиграла значајну улогу у отварању држава Источне Европе 1989. године. Развој интернета омогућио је коришћење *online* издања новина и часописа, гледање телевизије, слушање радио програма и претраживање различитих база података. Омогућено је и олакшано електронско пословање, трговина робом, услугама и информацијама, плаћање рачуна, резервација карата, слање и примање електронске поште, образовање на даљину.

Присталице овог приступа у глобализацији виде позитиван процес који доприноси

world, the presence of such goods and services does not mean at the same time achieving a deeper cultural impact (Tomlinson, 2003). Experiences show that cultural identity is not an easy prey to globalization because culture permeates all aspects of social life and it is largely institutionalized (legislation, educational system and the media). At the same time, individuals as members of groups are not only objects of cultural influences, but subjects who can dismiss the achievements of global culture or integrate it within their own. This is supported by the opinion that only countries that have values similar to those in the United States are more inclined to adopt products that reflect the typical American culture (Craig et al., 2009). Despite the popular belief that globalization requires cultural hegemony, the reality shows that there is a strong cultural resistance even though economic development *is pushing* all countries in a common direction.

Although the media lead to the creation of similar cultural patterns, they do not endanger the national and cultural identity but they are an important means of its affirmation at the global level. On the other hand, electronic media, primarily television and the Internet, enable viewing and monitoring events around the world, and at least indirectly, participation in them. Special importance is given to the satellite and cable television that have made a step forward. It is more difficult for the states to control such channels, and it is easier for the citizens to reach the desirable information. Gidens (2003) points out that television as a medium played a significant role in the opening of the countries of Eastern Europe in 1989. The development of the Internet made it possible to use the online editions of newspapers and magazines, watching TV, listening to radio programs and searching different databases. Provision is also made for easier E-business, trade in goods, services and information, paying bills, booking tickets, sending and receiving e-mail, distance education.

Supporters of this approach see globalization as a positive process that

обогаћивању, при чему не слаби аутентичан културни идентитет појединца и заједнице плурализовањем културолошких садржаја. Сматрају да глобализација пружа много, јер отвара нова, актуелна питања у свету у коме живимо, у нашем непосредном окружењу, нашем свакодневном животу и нама самима. Процес глобализације доприноси отварању граница локалних култура и политичких заједница, преображавајући појединачна искуства у информације широм света, доприноси развоју глобалне културе, повезујући различита достигнућа која су доступна свима (Golubović, 2006).

Лепота различитости култура огледа се у томе да је свака култура ризница искуства, мудрости и понашања свих који јој припадају. На тај начин она има корист од поређења са другим културама. Другим речима, пораст културних додирова не води само нестанку старих образаца, већ истовремено под утицајем мешањем различитих традиција настају нове форме. Поменути процес познат као креолизација односи се на културне изразе који немају историјске корене, већ су резултат креативне међуповезаности (Hannerz, 1992; Cohen, 2007).

Bredšo и Valas (2003) истичу да је најизразитија црта глобалног села управо различитост и да модерну културу одликује хетерогенизација, а не хомогенизација. Глобална тенденција не може елиминисати разноликост културе. Сви ти процеси мешања, преплитања, хибридизације, креативности, најближи су концепту глокализације коју је заступао и популарисао Robertson (1992; 1995). Глокализација подразумева модификацију западних културних вредности, као глобално најутицајнијих, у складу са локалним значењима, што резултира стварањем нове културне синтезе. Теорија глокализације је најближа реалним процесима културне глобализације, пошто међусобно прожимање утицаја глобалног и локалног више доводи до својеврсне културне хибридизације, него потпуне доминације западних вредности. То значи да локално не губи свој идентитет, већ се

contributes to the enrichment, while not weakening the authentic cultural identity of the individual and the community by pluralising cultural contents. They find that globalization provides much as it opens new, current issues in the world in which we live, in our immediate environment, our daily lives and ourselves. The process of globalization contributes to the opening of the borders of local cultures and political communities, transforming individual experiences in information around the world, contributing to the development of global culture, linking different achievements that are accessible to all (Golubović, 2006).

The beauty of the diversity of cultures is reflected in the fact that every culture is a treasury of experience, wisdom and behaviour of all those who belong to it. In this way, it has benefited from comparisons with other cultures. In other words, the rise of cultural contacts is not just the disappearance of old forms, but at the same time under the influence of mixing different traditions new forms are created. This process known as creolization refers to cultural expressions that have no historical roots, but are the result of creative interconnections (Hannerz, 1992; Cohen, 2007).

Bredšo and Valas (2003) point out that the most distinctive feature of the global village is the variety and that the modern culture is characterized by heterogenization, not homogenisation. Global tendency cannot eliminate the diversity of culture. All these processes of mixing, interweaving, hybridization, creativity are the closest to the concept of glocalization represented and popularized by Robertson (1992; 1995). Glocalization involves modification of Western cultural values as a globally influential, in accordance with local meanings, which results in the creation of new cultural synthesis. The theory of glocalization is the closest to the real processes of cultural globalization, since the interweaving of global and local impacts more leads to a kind of cultural hybridization than complete domination of Western values. This means that local does not lose its identity, but is

спаја са глобалним добијајући нову, позитивну димензију. Будући да за поједине та симбиоза није адекватна, одговор на глокализацију може бити више локализације, а мање глобализације. Тада се може јавити супротан тренд од очекиваног, а то је истицање и инсистирање на различитостима. Најрадикалнији облик овог тренда који води у крајност је појава „екстремне струје ретроградног исламског фундаментализма“ (Реџиљić, 2003). Посебно ауторитарна глобализација ствара погодно тле за експанзију културних конфликта (етнички, национални, верски). Ljosa (2003) сматра да глобализација не гуши локалне културе већ их ослобађа од идеолошких стега национализма и да је страх од губитка идентитета, традиције, обичаја и митова „кошмар или негативна утопија”. Модернизација је неизбежан процес који отвара нове могућности и представља важан корак напред за целокупно људско друштво. По њему, нестајање граница и све већа међузависност подстиче нове генерације да уче о другим културама не из хобија него из потребе.

### ЗАКЉУЧАК

Интеракција између глобализације и културе је још увек недовољно истражена. Присутна је лепеза супротстављених мишљења – од оних да националне културе нису угрожене, до оних да им прети нестајање. Заговорници теорије конвергенције истичу став да долази до настанка сличних друштвених и културних структура и њиховог приближавања у правцу доминантних западних вредности тј. глобалног капитализма. Због тога је очекивано да земље у развоју, укључујући и бивше социјалистичке земље, временом све више прихвате поменуте вредности. Теорија дивергенције, са друге стране, заговара схватање да је снага културних чинилаца израженија од технолошких и да ће се разлике између националних култура или повећавати или остати приближно исте. Теорија кросвергенције, као компромис између

connected with a global, getting a new, positive dimension. Since for some the symbiosis is not adequate, the answer to glocalization can be more localization, and less globalization. Then an opposite trend can appear than expected, and it is the highlighting and insisting on diversities. The most radical form of this trend that leads to the extreme is the phenomenon of "extreme current of retrograde Islamic fundamentalism" (Pečujlić, 2003). Especially authoritarian globalization creates a fertile ground for the expansion of cultural conflicts (ethnic, national, religious). Ljosa (2003) argues that globalization is not suppressing local cultures, but it frees them from the ideological constraints of nationalism and that the fear of loss of identity, tradition, customs and myths is "nightmare or negative utopia". Modernization is an inevitable process which opens up new opportunities and represents an important step forward for the entire human society. According to him, the disappearance of borders and an increasing interdependence encourage new generations to learn about other cultures not as a hobby, rather out of necessity.

### CONCLUSION

The interaction between globalization and culture is still unexplored. There is a range of conflicting opinions - from those that national cultures are not endangered to those that disappearance is threatening them. Proponents of the theory of the convergence point to the attitude that it comes to the formation of similar social and cultural structures and their bringing closer in the direction of the dominant Western values i.e. the global capitalism. Therefore, it is expected that developing countries, including the former socialist countries, have increasingly accepted the mentioned values. The theory of divergence, on the other hand, advocates the notion that the power of cultural factors is more pronounced than technological and that differences between national cultures will either increase or stay about the same. The theory of



наведених крајности, износи претпоставке о подједнаком значају технолошких и културних детерминанти. Услед тога, може се очекивати конвергенција једних, али и дивергенција других културних вредности (Ralston et al., 1997). Већина аутора који су се бавили овим питањима сматра да је треће становиште најреалније, јер и у условима глобализације националне културе ипак опстају. Поменути различита становишта не дају у потпуности одговор на суштинска питања: да ли је глобализација потчињавање или шанса? Да ли глобализација води поништењу националних култура, асимилацији, сукобу цивилизација или њиховом међусобном обогаћивању и мултикултурализму? Да ли изолационизам или радикализам могу очувати националну и локалну културу?

Чињенично стање је да у модерним друштвима влада културни плурализам, а да су колективни и лични идентитети хибридни. Затворена друштва су својим отварањем ослободила потиснуту креативност и старалаштво. Међутим, у условима постојања мноштва култура, њихове различитости и легитимности различитих израза људског духа, поставља се питање њихових додира, сусрета, сукоба, укрштања, међуутицаја, потискивања и уједначавања. У том погледу обостарани су међуутицаји и размена на скали локалног и глобалног. Ако културна политика тежи да прошири вредности западне цивилизације, у културном смислу, то донекле може бити и оправдано, али ако доводи у питање постојање различитих културних идентитета и сузбија могућност избора, онда ту нема оправдања.

Без обзира што по мишљењу Gidensa (2003), „живимо у свету у коме смо изгубили наду да ћемо га држати под контролом, у свету који је увео нове врсте непредвидљивости, ризика и несигурности”, културе морају живети слободно. У контакту и прожимању културе се прилагођавају непрестаном току живота. Унифицираност и уједначавање прети уништењу разлика које обогаћују. Најбоља одбрана културног идентитета је његова промоција и презентација широм света.

crossvergence, as a compromise between the mentioned extremes, is the presumption of equal importance of technological and cultural determinants. As a result, we can expect a convergence of some, but also divergences of other cultural values (Ralston et al., 1997). Most authors who have dealt with these issues consider the third point of view to be the most realistic, because in the conditions of globalization, national cultures still survive. The aforementioned different perspectives do not give a response to the fundamental questions: Is globalization servitude or chance? Does globalization lead to annulment of the national cultures, assimilation, the clash of civilizations or their mutual enrichment and multiculturalism? Whether isolationism or radicalism can preserve national and local culture?

The factual situation is that cultural pluralism rules in modern societies, and collective and personal identities are hybrid. Closed societies liberated repressed creativity by their opening. However, in terms of the existence of a multitude of cultures, their diversity and legitimacy of different expressions of the human spirit, the question arises of their contacts, meetings, conflicts, crossings, interactions, suppressions and equalizations. In this regard, the interactions and exchange on local and global scale are mutual. If cultural policy tends to spread the values of Western civilization, it can be justified to a certain extent in cultural terms, but if it endangers the existence of different cultural identities and suppresses choice, then there is no justification.

Disregarding the opinion of Gidens (2003) that "we live in a world where we have lost hope that we will keep it under control, in a world that has introduced new kinds of unpredictability, risk and uncertainty", cultures must live freely. In contact and permeation, the cultures adapt to the constant flow of life. Unification and standardization threaten the destruction of the differences that enrich. The best defence of the cultural identity is its promotion and presentation around the world.

Екстремно локалистичке и националистичке визије су у раскораку са универсализмом културе.

Глобализација у култури могла би водити стварању истинске глобалне културе која не би била монистичка, већ би била култура глобалног друштва – космополитска култура. Она би постојала упоредо са локалним културама. Локалне културе би пружале осећај сигурности и укоренености, а глобална култура може подстаћи да живимо и мислимо отвореније. То значи да, као што је локална култура један од избора идентитета, тако и глобална космополитска култура може бити извор истога. Глобална култура нам нуди своје многобројне универсалистичке садржаје који могу употпунити нашу локалну призму.

Без обзира на своју негативну страну, глобализација ствара могућност да човек сам бира и конституише сопствени идентитет, бира музику коју ће слушати, начин на који ће размишљати, стил облачења и друго. Свака особа, па и група људи, треба да тежи очувању онога што чини његов културни континуитет, његово је право да чува свој идентитет и прихвати оно што жели из других култура, али мора да поштује и толерише различитост. Хомогеност и хетерогеност су два комплементарна процеса, при чему глобализација ствара креативни амалгам глобалних и локалних културних особина

Extremely localistic and nationalistic visions are at discrepancy with the universalism of culture.

Globalization of culture could lead to creation of a true global culture that would not be monistic, but it would be the culture of global society - the cosmopolitan culture. It would exist side by side with local cultures. Local cultures would provide a sense of security and rootedness, and global culture can encourage living and thinking more openly. This means that, as the local culture is one of the choices of identity, thus a global cosmopolitan culture can be the source thereof. Global culture offers us its many universalistic contents that can complement our local prism.

Notwithstanding the negative side, globalization creates the possibility that a person chooses and constitutes his own identity, chooses music that will listen, the way to think, dress style, etc. Any person, even a group of people should seek the preservation of what makes his cultural continuity, it is his right to preserve his identity and to accept what he wants from other cultures, but must respect and tolerate diversity. Homogeneity and heterogeneity are two complementary processes, where globalization creates a creative amalgam of global and local cultural characteristics.

#### ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ/REFERENCES

Aracki, Z. (2011). Mediji, globalizacija kulture i očuvanje identiteta. *Kultura*, 132, 326–335.

Barber, B., R. (2008). Shrunk sovereign: Consumerism, globalization, and american emptiness. *World Affairs*, 170(4), 73–81.

Bredšo, J., Valas, M. (2003). Stvarnost nejednakosti: priče iz celog sveta. U: V. Vuletić (ur.). *Globalizacija – mit ili stvarnost* (str. 274–296). Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

Вулетић, В. (2000). Глобализација – процес и/или пројекат. *Нова српска политичка мисао*, 7(3–4), 79–102.

Vuletić, V. (2003). *Rivalski pristupi globalizaciji*. U: I. Pantelić, V. Pavićević, V. Petrović i G. Milovanović (ur.). *Aspekti globalizacije* (str. 24–34). Beograd: Beogradska otvorena škola.

Вулетић, В. (2009). *Глобализација*. Београд: Завод за уџбенике.

- Gidens, E. (2003). *Sociologija*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Golić, R. (2008). Globalization and its historical development. In *International scientific conference „Global changes and problems: theory and practice” – Proceedings* (pp. 453–460). Sofia: University St. Kliment Ohridski, Faculty of Geology and Geography.
- Golubović, Z. (2006). *Pouke i dileme minulog veka. Filozofsko-antropološka razmišljanja o glavnim idejama našeg vremena*. Beograd: Filip Višnjić.
- Đorđević, J. (2009). *Postkultura*. Beograd: Klio.
- Kaluđerović, Ž. (2009). Poimanje globalizacije. *Filozofska istraživanja*, 29(1), 15–29.
- Кокотовић, Д. (2005). *Пукотине културе*. Нови Сад: Прометей.
- Ljosa, M. V. (2003). Kultura slobode. U: O. Nušić i D. Veličković (ur.). *Glokalni svet: osam ogleda o globalizaciji*. Beograd: Alexandria Press, Nova srpska politička misao.
- Marsella, J. A. (2005). Hegemonic globalization and diversity: The risk of global monoculturalism. *Australian Mosaic*, 11(13), 15–19.
- Miloradović, A. (ur.) (1999). *Globalizacija*. Osijek–Zagreb–Split: Pan liber.
- Newman, D., & Kliot, N. (1999). Globalisation and the changing world political map. *Geopolitics*, 4(1), 1–16.
- Padežanin, M. (2011). Kulturna politika vs. globalizacija – raznolikost protiv uniformnosti. *Kultura*, 130, 367–386.
- Paić, Ž. (2008). Što nakon kulture? Teorije preokreta i preokret teorija u globalno doba. *Politička misao*, 45(1), 29–70.
- Pečujlić, M. (2003). Globalizacija, dva lika sveta. U: I. Pantelić, V. Pavićević, V. Petrović i G. Milovanović (ur.). *Aspekti globalizacije* (str. 8–19). Beograd: Beogradska otvorena škola.
- Prasad, A., & Prasad, P. (2006). Global transitions: The emerging new world order and its implications for business and management, *Business Renaissance Quarterly*, 1(3):91–113.
- Ralston, D., A., Holt, D., H., Terpstra, R., H., & Kai-Cheng, Yu (1997). The impact of national culture and economic ideology on managerial work values: A study of the United States, Russia, Japan, and China. *Journal of International Business Studies*, 28(1), 177–207.
- Reljić, S. (2003). Mediji i globalizacija. U: I. Pantelić, V. Pavićević, V. Petrović i G. Milovanović (ur.). *Aspekti globalizacije* (str. 50–53). Beograd: Beogradska otvorena škola.
- Ritzer, G. (1983). The McDonaldization of society. *Journal of American Culture*, 6(1), 100–107.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. London: Sage Publications.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time – space and homogeneity – heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash & R. Robertson (eds.). *Global modernities* (pp. 25–44). London: Sage Publications.
- Skler, L. (2003). Rivalska shvatanja globalizacije. U: V. Vuletić (ur.). *Globalizacija – mit ili stvarnost* (str. 31–47). Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Soros, G. (2002). *On globalization*. Oxford: Public Affairs Ltd.
- Stiglitz, J. (2007). *Making globalization work*, 2<sup>nd</sup> edition. New York: W. W. Norton & Co.
- Shepard, B., Hayduk, R. (eds) (2002). From ACT UP to the WTO: Urban Protest and Community Building in the Era of Globalization. London: Verso
- Tomlinson, J. (2003). Globalization and cultural identity, in D. Held et al. (Eds.), *The Global Transformations Reader*, (2<sup>nd</sup> Eds.), pp. 269–277, Polity Press, Cambridge, UK.
- UNESCO (2002). UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity.
- Featherstone, M. (1995). *Undoing culture, globalization, postmodernism and identity*. London: Sage Publications.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning*. New York: Columbia University Press.



ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ  
GLOBALIZATION AND CULTURAL IDENTITY

---

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (1999). *Global transformation: politics, economics and culture*. Cambridge: Polity Press.

Hopkins, G. A. (2002). The history of globalization – and the globalization of history. In A. G. Hopkins (ed.). *Globalization in World History* (pp. 11–46). Sydney: Pimlico.

Hofstede, G. (2001). Diference and Danger: Cultural Profiles of Nations and Limits to Tolerance. In Albrecht M. (ed), *International HRM: Managing Diversity in the Workplace*. London: Blackwell

Cohen, R. (2007). Creolization and cultural globalization: the soft sounds of fugitive power, *Globalizations*, 4 (3):369–384.

Craig, C., S., Douglas, S., P., Bennett, A. (2009). Contextual and cultural factors underlying Americanization, *International Marketing Review*, 29, 90–109.

Crouch, C. (2009). *Postdemocrazia*, 2<sup>nd</sup> edition. Roma: Laterza.

Čolić, S. (2004). Globalizacija, kultura kapitalizma i globalna kultura. *Nar. umjet.* 41/2, 185–192.

Шабих, Д., Вујадиновић, С., Голић, Р., Гајић, М. и Милинчић, М. (2011). *Изазови глобализације: социоекономске и културолошке прилике у Србији*. У: Р. Ђато (ур.). *Трећи конгрес српских географа – зборник радова* (стр. 43–52). Бања Лука: Географско друштво Републике Српске, Природноматематички факултет Универзитета у Бањој Луци.