

МИЛЕНА П. СТАНОЈЕВИЋ¹

Универзитет у Београду, Филозофски факултет
Институт за социолошка истраживања
Београд (Србија)

ИЗАЗОВИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ КУЛТУРЕ: КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ И ГЛОБАЛИЗАЦИЈА

САЖЕТАК. „Културни идентитет је процес у којем се директно сучељавају потребе за универзализацијом појединих култура и неминовност поштовања свих посебности” (Коковић 2005, 298). Глобално-културни приступ, у оквиру дебате о глобализацији, разматра питање опстанка културног, односно националног идентитета у условима „глобалне културе” (Склер). Глобализација културе је као предмет овог рада узета као засебна димензија глобализације. Група аутора дефинише процес културне глобализације као процес денационализације и културне унификације који носи опасност укидања плурализма култура и брисања културних, односно националних идентитета. Поставља се питање: да ли нестанак националних граница нарушава националну културу једне земље.

У раду ће бити проблематизовани следећи процеси: напетости између културне хомогенизације и културне хетерогенизације (Ападурај 2011), односи етничке и културне фрагментације и модерничке хомогенизације (Фридман), однос глобалног и локалног, као и процеси универзализације и партикуларизације (Робертсон). Наведени процеси резултат су додире сусрета различитих култура које се често посматрају у релацији доминантна vs подређена култура, при чему се најчешће истиче утицај западних културних образаца у односу на незападна друштва. Међутим, постоје аутори који подсећају да је тај однос знатно комплекснији – мање политичке целине увек страхују од доминације оних већег обима, посебно ако се налазе у њиховом суседству. Из наведеног следи да се хомогенизација не односи искључиво на доминантне културне образце Запада (процес американизације/вестернизације) већ се може говорити и о процесима јапанизације (за Корејце), русизације (за балтичке републике) итд. (Ападурај 2011).

¹ mstanojevic85@gmail.com

Предмет овог рада је разматрање комплексности процеса културне глобализације. У погледу проблема очувања националног културног идентитета у условима глобализације, циљ рада је да се прикажу и размотре различити модели глобалних културних образаца, као и димензије глобалних културних токова, односно да сагледа питање садашњости и будућност глобализације културе.

Кључне речи: културни идентитет, национални идентитет, културна глобализација, глокализација.

ИЗАЗОВИ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ КУЛТУРЕ: КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ И ГЛОБАЛИЗАЦИЈА

Ширење великих светских религија, колонијална освајања, трговина, ратови представљају најранији вид протоглобализацијских процеса и сусрета различитих култура. Учесници „културног саобраћаја” (Aparaduraj 2011, 48) били су путници, трговци, ходочасници, ратни освајачи. С развојем комуникацијских медија, најпре усмених предања, технологије писања и штампања, потом и електронских медија (Mc Luhan), мреже културног саобраћаја се шире и преплићу. Сваки нови медији стварао је своју „околину” које смо углавном несвесни. Током XX века „нове околине” стварале су се *визуелном* (Picasso, Braque, Pollock, Rothko), *урбаном* (Le Corbusier) и *књижевном* (Yeats, Forster, Thomas Man, Kafka, Samuel Beckett) револуцијом. Наведени уметници XX века донели су нове обраде и утицаје у својим доменима делања (Van Doren, 1995).

Каснија технолошка револуција стварала је нове „околине” и довела до несметаног кретања капитала, људи, идеја, информација (Holton 2000, 140–151). Информациона технологија утицала је на стварање глобалне виртуелне стварности у којој време и простор не представљају фундаменталну препреку за друштвене размене. Масовни медији учинили су размену културног садржаја интензивнијом. „Они су свуда око нас, попут лондонског смога. Не можемо им побећи (Van Doren 1995, 360).” Масовни медији довели су до сажимања времена и простора, а комуникација посредством медија допринела је конструисању „глобалног села” (Mc Luhan). Овај појам упућује да свако у свету може бити изложен истим представама, односно да су сви људи света постали део једне глобалне заједнице. Све више људи живи у националним/или интернационалним/информацијским системима, а не у својим градовима или местима. Отварањем граница локалних култура и политичких заједница повезују се различита културна достигнућа.

Последње године XX и почетак XXI века обележени су друштвеним променама, брзим развојем на пољима транспорта, комуникационе технологије, порастом миграција, развојем туризма. Ове промене задиру дубоко и у

област културе, идентитета и животних стилова. По дефиницији, култура је друштвени процес који настаје у тачки укрштања универзалног и партикуларног. Валерштајн истиче да је „дефинисање културе питање дефинисања граница” (1991, 187), а Ападурај тврди да је култура поприште разлика, супротности и поређења (1997, 12). (Boaventura de Soza Santos, 2002). Културна димензија представља засебну димензију глобализације. Њој припадају „масовни медији, велики део компјутерске индустрије, образовања, науке и уметности који добијају индустријски карактер и врше светску дифузију западног секуларног дискурса и културних образаца” (Тркуља 2003, 21)².

Поменуте тенденције на макронивоу осветлиле су бројне напетости у домену процеса глобализације: партикуларизам на супрот универзализма, униформност на супрот разноврсности, питање националног идентитета и значаја националне државе у условима глобализације. У раду ћемо се бавити културном димензијом глобализације. Предмет овог рада је разматрање комплексности процеса културне глобализације. Циљ рада је да се прикажу и размотре различити процеси глобализације културе, да се суоче се њиховим изазовима истих и сагледа питање садашњости и будућности глобализације културе.

Роберт Холтон (*Robert Holton*) (2000) сматра да се у оквиру дебате о културној глобализацији, издвајају три основне позиције: тезе о културној хомогенизацији, тезе о поларизацији и тезе о хибридизацији. У првом делу рада размотритићемо ове тезе; у другом делу рада представитићемо изазове и напетости у контексту наведених процеса, да бисмо у закључку размотрили питање садашњости, тачније будућности културне глобализације.

ПРОЦЕС ХОМОГЕНИЗАЦИЈЕ КУЛТУРЕ

Културна интеракција, као што је речено, одвијала се и у давној прошлости. Крајем XX и почетком XXI века, процес хомогенизације културе убрзан је развојем информационих технологија и глобалне комуникације. Компаније попут Гугла (*Google*), Мајкрософта (*Microsoft*), Самсунга (*Samsung*), Јахуа (*Yahoo*), као и развој друштвених мрежа – Фејсбука (*Facebook*), Мај спејса (*My space*), Твитера (*Twitter*) начинили су револуцију у глобалној комуникацији. Једна од последица културне глобализације јесте развој и успон хомогене културе или „монокултурализма” (Marsella A. J. 2005, 15). Хомогенизација културе представља процес у коме једна култура постаје доминантна у односу на друге културе. У практичном смислу, процес хомогенизације „најављује” свет у коме се возе

² Поред културне, Тркуља наводи следеће димензије глобализације: економску, друштвено-институционалну, инфраструктурну, политичку, војну – геостратешку и еколошку димензију (Тркуља 2003, 20, 21)

иста кола, читају исте књиге, новине, гледају исте ТВ серије, слуша иста музика. Шездесетих година XX века, Битлси и Елвис Присли представљали су зачетнике глобалне популарне музике (Вулетић 2009, 82).

По мишљењу аутора који заступају тезу о хомогенизацији културе, актери који подстичу овај процес су транскултурални медији, индустрија туризма, мултинационалне и транснационалне компаније, интегрисано тржиште, као и организације које окупљају центре политичке, економске и војне моћи (Падежанин 2011, 368). Наведени актери врше притисак на земље у развоју да се асимилију и покоре „доминатној култури” (Featherstone M. 1995, 6). Ова, „доминантна култура” назива се „глобална култура” (Склер). „Глобална култура” намеће сопствени униформни образац културних вредности и угрожава опстанак аутентичне културе, негативно утиче на културне специфичности и разноврсности појединачних земаља и заједница (Лечнер Ф. Ц. и Боли Ц, 2006, 49). Ова теза претпоставља да „културе располажу фантастичним асимилативним механизмима ... који попут ензима мењају идеолошке композиције страних тела” (Greenblatt, 1992:4).

Постоји неколико становишта у оквиру дискусије о хомогенизацији културе. Приказаћемо становиште које овај процес изједначава са „вестернизацијом”, последице „вестернизације” у домену културе, али и критичка разматрања таквог приступа и остале подваријанте датог процеса.

Када се говори о хомогенизацији културе, група аутора овај процес означава „вестернизацијом”, односно говори о доминацији културних модела, вредности и идејних концепата западних култура (Западна Европа и Северна Америка) (Waters M. 2001). Успон индустријског друштва Запада, касније и развој технологије довео је до ширења културне комуникације, али је тај смер, по мишљењу аутора који су заступали тезу о вестернизацији, био једносмеран – западна култура, њена наука, идеологија и вредности ширила се на незападна друштва која су у већој или мањој мери, сагласно или уз различите степене противљења, прихватили западне културне обрасце (Гајић 2009). Западни културни обрасци, обрасци животног стила, веровања и вредности ширили су се преко различитих канала комуникације, између осталог и преко садржаја популарне културе. Серија која је осамдесетих година представљала пример америчке доминације над светском медијском индустријом била је серија „Далас”³ (Morley, Robins, 1995).

³ У студијама културе, група аутора је сматрала да серија не представља доминацију америчког обрасца, већ да се различито „чита”, зависно од културолошког контекста. Гледаоци америчког, руског, северноафричког и јапанског порекла дају серији различита значења у складу са својом културом. У Холандији, серију су посматрали као ироничну интерпретацију, кроз мрежу феминистичких агенди (Ien Ang 1985). Аустралијски Аборџини су у серији видели специфичне идеје о сродству (Eric Michaels1988) (наведено према: Morley, Robins, 1995).

Једна од бројних последица процеса хомогенизације у домену културе јесте маргинализација одређених продукција и уметника на локалном и регионалном нивоу (Падежанин 2011, 377). Док једни „делују на глобалном плану и доприносе развоју профитно оријентисане културне индустрије, други делују на територији држава и доприносе развоју непрофитно оријентисане уметничке продукције” (Ђукић В. 2010, 303–304). У процесу хомогенизације културе, дакле, даје се предност тржишном концепту културне политике. Вујовић наводи да се могу разликовати два концепта културне политике: хуманистички и тржишни. У основи хуманистичког приступа је идеја да култура битно одређује појединца и друштво. Насупрот томе, тржишни приступ вреднује културна добра као добра која су подвргнута законима тржишта, вреднује се оно што се тренутно тражи не узимајући у обзир да ли се ради о аутентичном културном садржају (Вујовић 1997). Тржишни концепт културе, с друге стране, захтева да културе буду различите на неким, маркетиншки и за индустрију туризма исплативим пољима као што су језик, кухиња, уметност, занати, плес и сл. (Holton 2000, 140–151).

Један од аутора који је у културној глобализацији видео процес „вестернизације” јесте Имануел Валерштајн (Immanuel Wallerstein). Имануел Валерштајн, амерички социолог, представник теорије светског система, глобалну културу перципира као идеологију која подржава доминантни друштвени систем (капитализам), односно представља одраз хегемоније. Валерштајн тврди да се „у последњих десет-петнаест година није случајно толико дискутовало о култури. То је последица чињенице да се у XIX веку одустало од чврстог уверења да су економска и политичка арена места друштвеног напретка, па стога и индивидуалног спасења” (Wallerstein 1991, 198). Он сматра да је процес културне глобализације обликован интересима земаља Запада, а да неправедни систем политичких подела води до постојања подела и у домену културе међу различитим државама (Падежанин 2011, 371).

Постоје аутори који критички разматрају једнострану модел утицаја западних на незападна друштва и закључују да је процес хомогенизације знатно комплекснији. Ападурај подсећа да мање политичке целине увек страхују од доминације оних већег обима, посебно ако се налазе у њиховом суседству (Ападурај 2011, 54). Земље „матике”, могу диктирати доминантне образце некадашњим колонијама, примера ради Велика Британија и Француска. У Конгу се тако користила амбалажа кока-коле (*coca-cola*) која је произведена, не у САД, већ у Европи, у Француској (Холтон, 2000:140–152). Како Ападурај наводи: „Сједињене државе не држе више конце светског система слика, већ су само један чвор у сложеној транснационалној конструкцији имагинарних крајолика (Ападурај 2011, 52)”.⁴ Процес хомогенизације не

односи се искључиво на доминантне културне обрасце Запада (процес американизације/вестернизације), већ се може говорити и о процесима јапанизације (за Корејце), русизације (за балтичке републике) (Ападурај 2011).

Поједностављење сила хомогенизације не само да води до једностраног модела културне глобализације већ може имати значајне импликације у оквиру унутрашње политике конкретне националне државе. Тако, националне државе користе овај поједностављени модел према сопственим мањинама у својим хегемонијским стратегијама, како би приказале да је опасност „споља” реалнија од опасности унутар националне државе (Ападурај 2011, 54).

С друге стране, група аутора не само да критички приступа процесу вестернизације, већ сматра да културна глобализација ствара разноврсност исто колико и хомогеност (Robertson i Khondker, 1998). По учењу Фридмана, културна и етничка расцепканост, с једне стране, и модернистичка хомогеност, с друге, нису супротстављене већ равноправно конституишу глобалну стварност (Featherstone 1990, 311). Ападурај (Appadurai) културу света перципира кроз раздвојеност културолошких токова. Идеје, људи, капитал, медијски садржај, машине и сл. независно се крећу, те у глобалној култури преовладавају супротна стремљења, она која воде ка већој хетерогености (Appadurai 1996, 4). Френсис Фукујама сматра да је културна хомогенизација присутна само на површинском нивоу, док дубљи нивои културе пружају отпор овом процесу. То објашњава друштвима која су задржала своје обичаје и традицију (Вулетић, 2009, 87).

Вестернизација, дакле није једини могући „сценарио” процеса хомогенизације у оквиру дискусије о културној глобализацији. Штомка, поред „вестернизације” наводи још три могућа правца светског културног развоја. Други поглед предвиђа „сценарио засићења” по коме културне периферије прихватају утицаје из центара, међутим, у дужем временском периоду, тек након неколико генерација, постају презасићене њиме, док истовремено локални културни обрасци нестају. Трећи сценарио управо предвиђа „периферијско кварење” културе. И овај поглед на културну глобализацију претпоставља процес прихватања културних утицаја, али периферија од центра преузима негативни утицај – на периферна тржишта шаљу се најлошији производи, а у погледу културног садржаја, не прихватају се садржаји високе, већ садржаји масовне културе. На сличан начин је и Алексис де Токвил,

⁴ Ападурај пружа врло комплексну слику процеса културне глобализације. Он наводи пет димензија глобалних културних токова: етнолик, медијалик, технолик, финансолик и идолик. Суфикс лик упућује на „флуидне, неправилне облике тих крајолика” (Ападурај 2011:56). Опширније видети у: Ападурај, 2011: 47–79.

француски мислилац XIX века, сматрао да масовна производња доводи до слабљења квалитета производа, „који представљају контраст свакој софицицираности, нарочито културној”. Четврти поглед назива се „сценарио за сићења” или „сценарио глобалне локализације”, тј. глокализације (Гајић 2009, Вулетић 2009, 82, 83). С обзиром на то да овај сценарио припада процесу хибридизације културе, појаснићемо га и посветити му посебну пажњу у наредном поглављу.

ПРОЦЕС ХИБРИДИЗАЦИЈЕ КУЛТУРЕ

Када је о култури реч, дихтомија хомогенизација – хетерогенизација превазиђена је увођењем појма хибридизација културе. Хибридизација представља покушај да се концептуализује сусрет људи и догађаја различитих (често доминантних и подређених) култура (Склер 2002, 39). Према учењу групе аутора који заступају ову тезу, глобализација подстиче спој културних репертоара који се сусрећу путем прекограничне размене. Појам хибридизација помиње се у биологији – баш као што хибриди комбинују генетски материјал из различитих извора, појам хибридизације, у оквиру дебате о глобализацији, комбинује културне елементе из низа извора (Холтон 2000, 148).

Процес хибридизације културе, као што смо навели у претходном делу, припада Штомкином „сценарију сазревања” или „сценарију глобалне локализације”, тј. глокализације. По овом сценарију, културна глобализација води равноправном дијалогу и размени културних добара и вредности између различитих култура, оних које су смештене у глобалним центрима и оних смештених на периферији. Локална култура опстаје, али бива надограђена утицајима из центра. Не долази, дакле, до потпуне хомогенизације, „позападњачења”, већ долази до локалне интерпретације примљених културних вредности. Резултат овог сценарија јесте хибридизована култура (Гајић 2009).

Хибридизација се појашњава низом догађаја и процеса: миграцијама, мешовитим браковима, прекограничним запошљавањем, прекограничним студирањем, развојем туризма, као и културним и спортским манифестацијама: „Песма евровизије”, Карневали, Олимпијада, Лига шампиона, итд. Треба имати у виду да наведени процеси могу подстицати хибридизацију али то није нужни смер процеса. Примера ради, туризам може допринети ширењу видика и интеркултуралној размени, али може и да сузи видике, уколико претпоставља предрасуде. Два кључна појма која се везују за процес

хибридизације културе су глокализација и космополитизам. Наведене појмове ћемо разјаснити у наставку излагања наведеним редоследом.

Хибридлизована култура представља међусобно прожимање утицаја глобалног и локалног. До синтезе ова два појма долази у појму „глокализација”. Термин „глокализација” је најпре употребљен у пословној комуникацији јапанских бизнисмена, при чему је означавао посебну нишу у маркетинг која се тиче осетљивости на локалну културу (Robertson 1995, Гајић 2009). У друштвеним наукама међу првима га употребљава Роланд Робертсон који га тумачи као „интерпетацију глобалног локалним”, док Мејнард дефинише појам као „одговор на глобализацију, или поновно јачање културних идентитета на нивоу локалних заједница” (Мејнард) (наведено према: Гајић 2009).

Концепт „глокализације” је у практичном смислу, испрва означавао „стварање производа или услуга намењених за глобално тржиште, али прилагођена да одговара локалним културама” (Гајић 2009). Пример глокализације у том контексту јесте компанија *McDonald's* која у Саудијској Арабији неће имати у понуди свињетину, али ће у Мексику понудити посетиоцима бурито; или пак компаније попут Нес кафе и Кока-Коле које користе локалне глумце у рекламним спотовима, како би се прилагодили датом тржишту (Гајић 2009).

У савременом пословању носиоци процеса културне глобализације из економских разлога, све се више прилагођавају локалним садржајима и њиховим разноликостима (Гајић 2009). Феномен глокализације приказаћемо на примерима пословања великих компанија на међународном тржишту. Велике компаније послују на међународном тржишту, ван граница матичне земље, тако да се неминовно сусрећу са различитим културама. Да би успешно пословале, потребно је да прихвате и поштују културу дате земље, односно културолошко окружење тржишта. Културолошко окружење једног тржишта чине карактеристике припадника одређеног културног подручја које своје корене има у традицији и негованом систему вредности (Ракита, Митровић 2007, 118).

Различите културе веома често подразумевају и различит естетски сензибилитет, на који утиче специфична традиција из области ликовних уметности, архитектуре, начина облачења и слично, а све се ово одражава и на дизајн њихових производа и продајних објеката (Gobe 2006, 114). Да би се одређене културне вредности уклопе на локална тржишта, потребна су истраживања и анализе понашања потрошача и начина њихове интеракције са традиционалним културним веровањима и вредностима (Ковач Жиндершић 2007, 179). Навешћемо пример пословања *McDonald's* ресторана у Француској.

McDonald's ресторани у Француској су други по профитабилности у свету, одмах након *McDonald's* ресторана у Сједињеним Државама. Из тог разлога, многи су покушали да разумеју парадокс, с обзиром на то да су многи Французи противници америчких ставова, начина живота и америчких брендова. Новембра 2009. љубитељи уметности и грађани у Француској протествовали су против отварања ресторана у близини Лувра. Од како је *McDonald's* служио свој први *Big Mac* у Француској, пре 30 година, отворено је 1.140 ресторана широм земље. Део успеха компаније *McDonald's* у Француској може се објаснити напорима да се адаптирају на локалне укусе потрошача. На менију у *McDonald's* ресторанима у Француској могу се наћи *LeRoyal Delux* који има више сенфа преко говедине, сира и поврћа и уједно је и други најпродаванији бургер после *Big Maca*. Ресторани нуде и велики број сезонских понуда као што су хамбургер *Le Big Tasty* и салата *Little Mozza*, који су припремљени тако да задовоље укусе Француза. Компанија има у понуди пиво, кафу и поврће француског порекла (<http://topics.nytimes.com>, 10. 12. 2011).

Упознали смо појам глокалности. Феномен који је заступљен у дискусији о хибридикацији културе јесте и појам космополитизма. Космополитизам се може дефинисати као „начин живота или схватање засновано на премиси да сва људска бића деле, или би требало да деле, једнаки статус као грађани света” (Караманић 2007, 261, 262). Овај појам не везује се само за дебате о глобализацији и хибридикацији културе. Још је Диоген у IV веку пре нове ере називао себе грађанином света, премда је у то доба ова одредница упућивала на одбацивање друштвених конвенција и живот у складу са природом. У раном хришћанству, „св. Павле проповеда да нема разлике између Јевреја и Грка, Скита или варвара, роба и слободног човека” (Кол., 3:11). Токм просветитељства, бројни интелектуалци су у идеји космополитизма видели борбу против тираније и празноверја. У савременом друштву, појам космополитизам упућује на превазилажење различитости, уз њихово прихватање и уважавање, као и тежњу да се превазиђу локалне и регионалне лојалности (Караманић 2007, 261, 262).

По Ханерцовом учењу, космополитизам подразумева позитиван став према коегзистенцији култура који се огледа у индивидуалном доживљају, жељи и вољи за контактом с Другим, интелектуалној отворености према различитим културним искуствима (Hannerz 1990, 239). Космополитизам карактерише оријентисаност ка мноштву културних ценатара, прихватање постојања различитих култура и спремност да се оне прихвате као и проактиван став према укључивању нових искустава у лични културни репертоар (Hannerz 1992, Holton 2000, 150). Међународне дипломате, бирократе, академци, новинари и пословни људи, али и радници мигранти, поморци, по-

моћни радници, музичари, уметници, ходочасници, спортисти укључени су у више различитих културних окружења. Међутим, питање културног идентитета је сложено, те се не може тврдити да транснационална искуства и професионалне мреже нужно воде космополитизацији.

Тезе о хибридизацији културе, дакле, настоје да предоче да је услед све већег кретања становништва и информација, готово немогуће говорити о „чистим” културним обрасцима нити о аутентичним културама, већ о присуству више прожимајућих културних облика и идентитета (Холтон 2000, 150, 151).

ПРОЦЕС ПОЛАРИЗАЦИЈЕ

Премда су интензивнији међународни контакти и међусобна зависност пружили нове шансе толеранцији, екуменизму, солидарности и космополитизму, нису занемарљиви нови облици и манифестације нетолеранције, шовинизма, расизма, ксенофобије. Група аутора која у културној глобализацији препознаје процес поларизације даје следећи аргумент – у савременом друштву национализам је израженији од космополитизма, политика идентитета је заступљенија од крос-културне сарадње, сукоби у свету су присутнији у односу на међународну толеранцију. Технолошке промене и информатичка револуција допринеле су лакшој и бржој размени информација, међутим, технолошке предности више се користе у сврху продубљивања расних и етничких разлика, него у сврху интеркултуралног дијалога. Аутори Едвард Сајд (Edward Said), кроз концепт оријентализма, Семјуела Хантингтона (Samuel Huntington), кроз концепт сукоба цивилизација⁵, Бенџамина Барбера (Benjamin Barber), кроз сукоб *McDonald's* света и цихада⁶; Бауман, кроз поделу света на туристе и вагабунде,⁷ и други сматрали су да се савремено друштво све више поларизује, при чему долазе до изражаја дихотомне

⁵ Хантингтонова идеја супротставља цивилизацијску парадигму хладноратовској парадигми. Хантингтон представља нови модел који нуди боље разумевање догађаја у савременој светској политици. Са завршетком хладног рата, на сцену ступа рат култура, односно сукоб цивилизација. Хантингтон сматра да је свет цивилизацијски подељен на основу религијских разлика (Вулетић, 2009:85).

⁶ Аутор користи метафору Свет Мекдоналдса (*MC world*) како би описао потрошачко друштво глобалног капитализма, „друштво брзе хране (*Mc Donalds*), брзе музике (*MTV*), и брзих компјутера (*Apple Mac*)”, с једне стране, и цихад како би описао културни фундаментализам и трибализам, с друге стране (Холтон 2000, 146).

⁷ Туристи су луталице, путују зато што желе, због изазова; вагабунди су невољни туристи путују јер други избор немају. Обе групе су потрошачи, представљају две стране истог новчића (Вулетић 2009, 104, Бауман 2003, 264, 265).

форме (Холтон 2000, 145; Вулетић 2009, 104). На овом месту навешћемо као пример тумачење оријентализма Едварда Сајда.

Оријентализам је стил мишљења, заснован на онтолошкој и епистемолошкој дистинкцији која се повлачи између „Оријента” и „Окцидента”. Зато је велики број писаца прихватио основну разлику између Истока и Запада као полазну тачку за своје сложене теорије које се тичу Оријента (Said 2000, 11). Реч је о Западном стилу доминације, реструктурисања и поседовања власти над Оријентом. Ово значење доминира почев од позног осамнаестог века (Саид 2000, 11). Европа се представља као „прогресивна”, „модерна” и „рационална” у поређењу са наводно „стагнирајућим”, „задртим”, „традиционалним”, „егзотичним” или „ирационалним” друштвима Оријента. Оријенталистичко знање служило је као средство културне и политичке доминације, потврђујући инфериорност источних народа, њихових религија и заједница у односу на оне на Западу (Бакић-Хајден 2006, 36).

Постоји тежња Запада да Оријент прикаже као живу прошлост. Реч је о једном колонијалистичком дискурсу. Репродукција оријентализма представља образац по коме се изнова примењује првобитна дихотомија на којој је оријентализам заснован. Тако је Азија више „Исток” у односу на источну Европу, у источној Европи Балкан се посматра „најисточнијим”. Што се Југославије тиче, сваки регион који је јужно или источно од нас посматра се као примитивнији и конзервативнији, те се идеја оријентализма на тај начин репродукује. Тако термин „они други” користе они који су и сами били тако обележени у оријенталистичком дискурсу (Бакић-Хајден 2006, 36, 54, 60).

Представили смо процесе хомогенизације, хибридизације и поларизације и у оквиру њих подваријанте процеса и „понашање” појединачних култура у глобалној културној интеракцији. Културна глобализација, имајући у виду све наведене процесе, осветљава бројна проблематична подручја и изазове. Изазовима културне глобализације бавићемо се у делу рада који следи.

ИЗАЗОВИ КУЛТУРНЕ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Изазови културне глобализације су бројни. Преамбициозни подухват би био да се у једном раду обухвате и размотре. На овом месту покушаћемо да осветлимо само неке од изазова културне глобализације, у склопу представљених процеса. Процес *хомогенизације* поставља следећи изазов: Како одговорити на растућу културну униформност? Како сачувати разноликост? Којим инструментима? Процес хибридизације (и други наведени процеси) као изазов постављају питање односа национализма спрам космополитизму, питање индивидуалног спрам колективног идентитета. Процес по-

ларизације поставља изазов превазилажења дихотомија на макронивоу и репродукција дихотомија на микронивоу. У овом делу рада размотрићемо неке од наведених изазова културне глобализације и настојати да дамо одговоре на нека од постављених питања.

КУЛТУРНА РАЗНОВРСНОСТ НАСПРАМ КУЛТУРНЕ УНИФОРМНОСТИ

Процес хомогенизације културе намеће изазов очувања културне разноврсности. Униформна култура угрожава опстанак културних специфичности поједничних држава дајући им истоветну глобалну форму, те се у оквиру културних политика развијају стратегије које имају за циљ очување и заштиту садржаја локалне културе.

Постоје институције на националном и наднационалном нивоу које нуде различите одговоре на дати изазов. На наднационалном нивоу постоје активности Европске уније и међународних организација – Организација Уједињених нација за образовање, науку и културу (Унеско) и Савет Европе, које се баве питањем очувања културног идентитета засебних држава и које креирају различита докумената⁸ – декларације, конвенције и препоруке за вођење локалних културних политика. Користећи те инструменте, поменути организације утичу на локалне културне политике и кроје глобални ниво деловања у области културне политике, при чему је задатак појединачних држава да самостално креирају и воде културну политику (Падежанин 2011, 368).

Премда се често говори о креативним индустријама које наглашавају економски потенцијал културе, велики део стручне јавности која се бави питањима културе сматра да култура треба да остане „поље слободе и стваралаштва” које нема цену. У оквиру Унескове *Конвенције о заштити и унапређењу разноликости културних израза*, наводи се да се културне активности не смеју третирати само кроз комерцијалну вредност. Културна политика, посебно у области културног наслеђа, културне баштине и културног стваралаштва, не би требало да има економски карактер. Приликом креирања културних политика, треба имати на уму да је у пољу културе, услед процеса културне глобализације и доминанте корпоративне културне потрошње до-

⁸ Неке од тих докумената су: *UNESCO-ва Оштиа декларација о културној разноликости* из 2001, *Конвенција о заштити и промоцији разноликости културних израза* из 2005, *Евројска културна конвенција* из 1954. и *Декларација комисиона министра о културној разноврсности* из 2000. Савета Европе и *Евројска агенда за културу* Европске уније из 2007, *Евројска агенда за културу у глобализујућем свету*.

шло до промене у моделима културне продукције, до промена културних навика, пракси⁹. У складу са наведеним трендовима, Србија треба да дефинише своје националне државне интересе у култури, заштити и промовише материјалну и нематеријалну културу (Ђерић, Милојевић 2013, 129–133) и дефинише одрживи развој културне разноврсности.

Одрживи развој културне разноврсности подразумева „заштиту постојеће културне и историјске баштине, њену актуелизацију, подстицај савременом стваралаштву и домаћим културним индустријама, развијање интеркултурног дијалога и употребу културе и уметности као средства кохезије друштва (...)” (Падежаин 2011, 378). Премда се у контексту очувања културне разноврсности помињу наднационалне институције, главну улогу у процесу заштите културне и историјске баштине има суверена држава¹⁰. Она је та која дефинише приорите културних политика, осмишљава одређене стратегија, али их укључује у савремене токове. Културна политика на нивоу суверене државе не може се равноправно борити против глобализације, али може „управљати” њеним последицама.

У погледу земаља Балкана, с обзиром на друштвено-историјски контекст, специфичне економске, културне, друштвене услове и процес трансформације, у академском дискурсу, разматрају се и различите подврсте културног идентитета: *национални идентитети, регионални идентитети, транзиторни идентитети, етски идентитети (homo balcanicus i homo heroicusa)* (Дражић)¹¹.

Када је о *националном идентитету* реч, у погледу напетости између космополитизма и национализма, критичари процеса хибридикације наводили су да је у савременом друштву, политика идентитета доминантна у односу на крос-културну сарадњу, а да су национални сукоби, ксенофобија, шовинизам обележили последње деценије XX и почетак XXI века. Суверенитет

⁹ Цветичанин се бавио изучавањем културних пракси Србије. За Србију је карактеристичан плурализам културних пракси: елитна глобална култура (култура позоришта, лепе литературе, класичне музике; прати је тек један или два одсто популације); популарна глобална култура; традиционална локална култура (изворна народна култура – изворна народна музика, усмена књижевност, традиционални обичаји); и популарна локална култура (новокомпована народна музика, комедије, телевизијске серије и сл.).

¹⁰ У оквиру *Конвенције о заштити и промоцији разноликости културних израза* из 2005. начело суверенитета акценат ставља на права државе да „усвоји мере и политику за заштиту и унапређење разноликости културних израза на својој територији”.

¹¹ Питање идентитета је комплексно и захтева више простора за анализу. На овом месту, дат је само упрошћен приказ различитих врста идентитета, како би се нагласили динамичан карактер културне интеракције и идентитетско-интеракцијска димензија културне глобализације.

националних држава бива проблематизован споља, кроз процес глобализације, развојем светског тржишта и деловањем транснационалних, глобалних корпорација и изнутра, нараслим процесима фрагментације, јачањем покрета сепарација и сецесија унутар националних држава. Процес глобализације, упркос томе што води стварању, на одређени начин, „светског друштва” није ослобођено од различитих економских и политичких интереса појединачних држава, што доводи до сукоба и различите артикулације националних интереса (Марковић 2000).

Под појмом *национални идентитети* подразумева се „особен национални карактер, осећање припадности и солидарности унутар етничких група, као и путеви њиховог настајања и односи са другима, суседним групама и њиховим идентитетом” (Стојковић 1993, 22). Сам појам идентитет означава „истоветност” те се национални идентитет може посматрати кроз образац сличности уз несличност (Azkin 1964, 8; наведено према Smit 2010, 121). О националном идентитету, тачније националном карактеру, писали су мислиоци XVIII века, Монтескје и Русо. Русо наводи: „Прво правило којег се морамо држати јесте правило националног карактера; ако га нема, најпре му га морамо подарити” (Русо 1915, 319; наведено према Смит 2010, 121). Већ смо навели значај друштвено-историјских чинилаца у погледу формирања идентитета. Не смемо заборавити ни психолошке чиниоце. Национални идентитет, поред рационалне свести, подразумева и бројне слојеве ирационалног и тзв. колективног несвесног (К. Јунг), што у одређеним кризним периодима утиче на колективно понашање актера (Митровић 2002).

У условима глобализације, с посебним нагласком на процесе миграција, поставља се питање очувања националног идентитета. У стручној јавности, с обзиром на наведене процесе, појавио се израз „национализам на даљину” (Андерсон 1994), који означава све веће могућности комуникације и организовања дијаспоре. Сматра се да ће културни трагови и национални идентитети имати главну улогу у позиционирању једног народа на новој светској мапи човечанства. Митровић истиче значај очувања језика за српски народ који живи у дијаспори, истичући одговорност Владе, школа и универзитета у формулисању културне политике у служби очувања културног идентитета у условима глобализације. Како наводи, само „земље и појединци са јачим културним капиталом имаће снажније капацитете и потенцијале и моћи ће да издрже у наступајућој конкуренцији, у новим формама културних и друштвених борби, и компетицију самоафирмисања група и актера у будућој заједници човечанства (Митровић, http://kovceg.tripod.com/srpski_i_globalizacija.htm, 22. септембар 2013)”.

Да процеси глобализације не представљају претњу националном идентитету, већ управо супротно, позитивно оснажују национално осећање, сматрао је и Шотле дајући као пример мас-медије и националне канале у већини крајева света који су знатно гледанији од глобалних емитера, попут *CNN International*. Ту су, с друге стране, и глобална такмичења, попут Олимпијских игара и светских првенстава, која такође подстичу национално осећање. Неке владе чак предузимају мере у циљу смањења глобалног утицаја у циљу очувања националног идентитета. Примера ради, владе Француске, Исланда, Филипина и Русије низом мера супротстављају се продору енглеског језика у њихове националне језике (Шотле 2009, 229, 230, 231).

Регионални идентитети означава „заједничко културолошко језгро народа на овом простору, који је израз не само заједничког културног наслеђа, већ и њихових сличних (истоветних) очекивања и реакција на оновремене изазове.” За *транзиторни идентитети* се може рећи да је подврста *регионалног идентитета* који упућује да народи Балкана живе разапети између прошлости и садашњости, при чему прошлост одређује садашњост и будућност њихових народа и држава за разлику од развијених друштава, у којима је стављен акценат на будућност. Из наведених разлога, не може се у контексту ових друштава говорити о простом преношењу и примени модела из западних друштава (Митровић 2002).

Није довољно проучавати процесе и потпроцесе културне глобализације. Разматрањем актера глобализације, индивидуалних и културних идентитета појединаца и група приликом сусрета различитих култура, увиђа се комплексност процеса и немогућност његовог поједностављења. Један део друштва, примера ради, може да прихвати темељне глобалне утицаје, док други део може да им се противи. У оквиру једног друштва може се створити културни јаз између две струје, што може да поприми друштвено политичке димензије. Сведоци смо савремених политичких збивања у српском (и не само српском) друштву и поделу становишта политичке елите, па и становништва на оне „за Европу” и „против Европе”.

ПРЕВАЗИЛАЖЕЊА ДИХОТОМИЈА И РЕПРОДУКЦИЈА ДИХОТОМИЈА

У контексту процеса поларизације упознали смо оријенталистички дискурс (Said 2000) у оквиру кога се наглашава оштра подела света на модеран и рационални Запад и назадни и ирационални Исток. Оријенталистички дискурс, сходно сложеној друштвено-политичкој ситуацији и геополитичком положају, репродуковао се и у контексту република бивше Југославије.

Најпознатија је дихотомија „северних” и „јужних” република. Она се огледа у томе што се у привилегован положај стављају Хрватска и Словенија, претежно католички, својевремено делови хабзбуршке империје у односу на претежно православне и муслиманске делове некадашњег отоманског царства (Бакић-Хајден 2006, 36). Културни и политички дискурси крајем 80-их представљају народе Хрватске и Словеније природно склоним демократији и напредовању, а друге као ауторитарне и назадне (Бакић-Хајден 2006, 34).

Репродукција оријенталистичког дискурса огледа се и у опису Балкана¹². Реторика која се примењује на тај „други” део Европе препознаје се у следећим појмовима: балкански менталитет, балкански примитивизам, балканизација, бизантизам, оријентални деспотизам... Са друге стране је Запад који је себе доследно повезивао са „цивилованим светом”. Дакле, Запад се дефинише у односу на оног „другог” (Бакић-Хајден 2006, 34, 54, 55). Марија Тодорова, у својој студији *Имаџинарни Балкан*, истиче да је овај простор производ колонијалне свести, разматрајући улогу хегемонистичких, империјалних сила у стигматизацији овог простора. Предлагала је да се за балкански део Европе који је био под отоманском влашћу уведе посебна реторичка парадигма *балканизам*. Балканизам је развио своју посебну реторику захваљујући свом специфичном геополитичком и културном положају: ни Исток, ни Запад, где живе људи који нису више Оријенталци, али нису још Европљани (Тодорова 1994, 454). Балканизам означава „пежоративан синоним за подељеност, завађеност, племенску искључивост и трибализацију, односно политичку дезинтеграцију одређеног процеса” (Митровић 2002). Стереотип о Балкану касније се и инструментализовао за различите потребе.

Услови криза и одређени геополитички простори представљају плодно тле за репродукцију оријенталистичког дискурса. Неопходни су напори, пре свега академске заједнице, образовног система, потом и медија у развијању делотворне научне критике стереотипа и предрасуда који су део, било колонијалне, било историјске свести. Неопходна је и шира културна акција на афирмисању вредности мултикултурализма и интеркултурализма, имајући у виду локалне специфичности појединачних земаља.

¹² Натурализам и есенцијализам карактеристичан за оријенталистички дискурс, па и балканизам, приметан је у радовима Едит Дарам (*Проучавање Албанаца на Балкану*) и Ребеке Вест (*Црно јаће, бели соко*). Обе су пружиле различит опис земаља Балкана. Прва је била веома поштована у Албанији, друга у Србији, зависно од степена глорификације једног, односно другог народа.

Закључак

У раду смо представили глобализацију културе као засебну димензију глобализације, процесе у оквиру културне глобализације: хомогенизацију, хибридизацију и поларизацију (Холтон 2000), као и неке од изазова с којима се наведени процеси сусрећу. У оквиру процеса хомогенизације, размотрили смо питање очувања културне разноврсности којој прети културна униформност. У оквиру процеса хибридизације представили смо напетости које постоје између персоналног и културног идентитета. У оквиру културног идентитета постоје различити подтипови идентитета: национални, регионални, транзиторни, епски који су у великој мери обликовани друштвено-политичким приликама датог друштва. У оквиру процеса поларизације приказали смо на који начин се репродукује оријенталистички дискурс, готову у земљама Балкана које су специфичне по свом геополитичком положају.

Премда смо се бавили само једном димензијом глобализације – културном, дужни смо да нагласимо да је она нераскидиво повезана и са осталим димензијама глобализације – политичком, економском, идеолошком итд. Различита становишта о процесима културне глобализације имала су за циљ да се идеално типски прикажу различити сценарији процеса пре него да се тврди да је било који од наведених процеса преовлађујући. Сваки од наведених процеса треба, као што је речено, схватити као идеално-типске форме. Тешко је данас прихватити тезу о хомогенизацији култура, када се на глобалној мапи градова посебно цене различитости, културне специфичности, нарочито у додиру економске и културне глобализације. Чак је присутан и оријенталистички дискурс – потрага за нечим мистичним, другачијим. С друге стране, не могу се ни оспорити глобални обрасци запада који су доминантни готово у свим културама. Али, да ли нужно морамо говорити о поступном преузимању датих образаца или само коришћењу?

У погледу процеса хибридизације покренуто је важно питање – питање персоналних и културних идентитета. Када се говори о глобализацији, говори се о процесу, а не о онима који учествују у том процесу, односно бивају његови „примаоци”. Други део рада је управо имао за циљ да, кроз изазове и противречности, прикаже комплексност процеса и доведе их у везу са појединцима, групама, актерима и институцијама. У дискурсу о глобализацији често се занемарују актери, а друштва, било да говоримо о Западу или незападним друштвима, приказују се (и не само у тезама о хомогенизацији) у виду хомогених форми у оквиру којих не постоје разлике међу појединцима и групама. Извесне културолошке мапе и форме су нам уистину потребне за лакше разумевање света, али, их често доводе до симплификације поједи-

них друштава. Приказ различитих типова идентитета имао је за циљ да нагласи важност друштвено-историјског контекста и психолошких фактора при разматрању домета културне глобализације.

У погледу процеса поларизације, нема сумње да се свет све више поларизује и да упркос стремљењима ка што бољој међукултурној сарадњи, фундаменталистички покрети и сукоби не јењавају, а политика идентитета јача. Међутим, појединачна друштва су у том погледу прилично фрагментирана, те се, пре може говорити о поларизацији појединачних друштава, него о поларизацији на глобалном нивоу. Дихотомије се у условима криза у знатној мери репродукују, што посебно подстичу медији. У условима интензивне комуникације и брзог протока информација ратови се територијало завршавају, али у медијима, у којима се посебно инсистира на дихотомним формама, не престају. Недавна дешавања (2013) у Вуковару, у Хрватској – рушење табле ћириличног натписа, говоре у прилог датој тези. Демонстранти су јасно поручили да не „желе ћирилицу, ни сада, ни икада, јер то није обично писмо, већ писмо под којим су чињени злочини над Хрватима” (www.novosti.rs, 23. 09. 2013). Чињеница да је Хрватска месец дана пре наведених догађаја постала пуноправни члан Европске Уније додатно осветљава противречности процеса глобализације.

Процеси глобализације отуда се не могу посматрати независно од актера, од персоналних и културних идентитета појединаца и група. Културни идентитети су управо показатељи да свако семе не може успети на сваком тлу, и да се се приликом све интензивније културне интеракције на националном и глобалном нивоу мора водити рачуна о локалним специфичностима датог друштва. „Семе толеранције” тешко ће порастати по стандардизованом образцу сађења на просторима у којима последице рата, не само што нису отклоњене, већ се различитим механизмима продубљују. Овим аутор никако не жели да оспори стремљења која воде бољој међукултурној сарадњи, у националним оквирима и на глобалном плану, али жели да нагласи да свака стратегија која се креира у том смеру мора и те како имати у виду најдубље слојеве културног идентитета појединаца и друштва, узимајући у обзир и психолошке факторе.

С обзиром на комплексност феномена, надамо се да смо овим радом успели да проблематизујемо процесе глобализације културе, да укажемо на неке изазове с којима се процес сусреће и понудимо начине управљања процесом у појединим сегментима. Тема глобализације још дуго ће бити у фокусу истраживања. Очекује се да ће ова тема представљати велики изазов домаћој и иностраној стручној јавности, јер смо, с једне стране сви сведоци наведених процеса, могућих сценарија, али с друге стране, с обзиром на дина-

мичност промена у друштву, променљивост односа моћи на глобалном нивоу, нико са сигурношћу не може предвидети даље токове процеса.

ЛИТЕРАТУРА

- Anderson, B. „Exodus”. *Critical Inquiry* 20: 314-27, 1994.
- Ападупај, А. *Kultura i globalizacija*. Београд: Nolit, 2011.
- Appadurai A. *Modernity at Large: The Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis 1996, 4.
- Appadurai, A. *Modernity at Large*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- Azkin, B. *State and Nation*. London: Hutchinson, 1964.
- Bakić, H. *Varijacije na temu Balkan*. Београд: Институт за филозофију и друштвену теорију, 2006.
- Bauman, Z. „Turisti i vagabundi”. U: *Globalizacija mit ili stvarnost*, priredio Vuletić, Vladimir. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Београд, 2003.
- Berger P. L., Huntington S. P. (eds). *Many Globalizations: Diversity in the Contemporary World*. New York, 2002.
- Charles Van D. *Povijest znanja (Umetnost i mediji)*. Zagreb: Mozaik knjiga, 2005.
- Cvetičani, P. „Kulturna produkcija i kulturne prakse u Srbiji”. U Đepić Aleksandar, Milojević Milena (prir.), *Kulturne industrije i kulturna raznolikost*, Centar za istraživanje kreativne ekonomije, Београд, 2012.
- Đepić A., Milojević M. (prir.). *Kulturne industrije i kulturna raznolikost*. Београд: Centar za istraživanje kreativne ekonomije, 2012.
- Đukić V. *Država i kultura: Studije savremene kulturne politike*. Београд, 2010.
- Featherstone M. (1990), “Global Culture: An Introduction”. U Featherstone Mike (ur.) (1990), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage, 1–14.
- Featherstone M. *Undoing Culture, Globalization, Postmodernism and Identity*. London 1995.
- Gajić, A. „Globalizacija kulture i identitet – o jednoj lokalnoj zabludi”. *Srpska politička misao*, br. 1 (2009), 117–130.
- Gobe M. *Emocionalno brendiranje: nova paradigma povezivanja ljudi i brendova*. Београд: Mass Media Internationale, 2006.
- Golubović, Z. *Antropologija u personalističkom ključu*. Београд: Gutenbergova galaksija, 1999.
- Golubović, Z. *Ja i Drugi – antropološka istraživanja individualnog i kolektivnog identiteta*, Београд: Republika, 1999.
- Greenblatt, S. *Marvellous Possessions: The Wonder of the New World*. Oxford: Oxford University Press, 1992.
- Hannerz, U. *Cosmopolitan and Local in World Culture*. U Featherstone (ur.), 237–251.

- Hannerz, U. *Cultural Complexity*. New York: Columbia University Press, 1992.
- Holton, R. "Globalization's Cultural Consequences". In *Annals of the American Academy of Political and Social Science, Dimensions of Globalization*. Sage Publications, Inc. in association with the American Academy of Political and Social Science, Vol. 570, (2000): 140–152.
- Jansen, S. *Antinacionalizam*. Beograd: Nolit, 2005.
- Jovanović, Đ. et al. *Parodija tragičnog, kič kao konstituens političke i kulturne ideologije*. Kosovska Mitrovica: Filozofski fakultet, Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Niš: Istraživačko-analitički centar, 2002.
- Karamanić, „Kosmopolitizam”. U *Sociološki rečnik*, priredili Aljoša Mimica i Marija Bogdanović. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 2007.
- Koković, D. *Pukotine kulture*. Novi Sad: Prometej, 2005.
- Kovač-Žindepšić R. „Uticaj masovne kulture na ponašanje”, u: *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 2007, 179.
- Lečner F. Dž. i Boli Dž. *Kultura sveta: Začeci i ishodi*, Beograd 2006.
- Marković, D. „Globalizacija i problemi očuvanja nacionalnog kulturnog identiteta”. *Teme*, XXIV bp. 1–2, 37–45, januar–jun 2000.
- Marsella A. J. „Hegemonic Globalization and Diversiy: The Risk of Global Monoculturalism”. *Australian Mosaic* 13, 2005, 15.
- Mitrović Lj. „Sudbina kultupnih i etničkih identiteta u procesima globalizacije i regionalizacije na Balkanu”. U *Kulturni i etnički identitet u procesima globalizacije i regionalizacije na Balkanu*, Juni, 9/2002.
- Morley D. & Robins K. *Spaces of identity, global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London & New York: Routledge, 1995.
- Padežanin, M. „Kulturna politika vs. globalizacija”. U *Kultura: časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku*, br. 130, (2011), 366–385.
- Rakita, B., Mitrović, I. *Brend Menadžment*. Beograd: Savremena administracija, 2007.
- Robertson, R., Khondker, Habib (1998). "Discourses of Globalization. Preliminary Considerations". *International Sociology*, 13 (1), 25–40.
- Robertson, R. "Glocalization, Time-Space, and Homogeneity-Heterogeneity". In *Global Modernities*, edited by M. Featherstone, S. Lash, and R. Robertson. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- Rousseau, Jean-Jacques, *The Political Writings of Rousseau*. Edited by V. E. Vaughan, 2 vols; Cambridge, Cambridge University Press, (1924–34) Correspondance Generale, ed. T. Dufour, Paris, Vol. X.
- Said, E. *Orijentalizam*. Čigoja štampa, Beograd, 2000.
- Boaventura de Soza, S. „Procesi globalizacije”. U *Reč: časopis za književnost i kulturu*, br. 68 (14), Radio B 92, Beograd (2002): 5–131.
- Sklair L. *Globalization: Capitalism and its Alternatives*. Oxford, 2002.

- Smit, A. *Nacionalni identitet*. Beograd: Biblioteka XX vek, 2010.
- Stojković, B. *Evropski kulturni identitet*. Niš: Prosveta, 1993.
- Šotle J. A. *Globalizacija, kritički uvod*. Beograd: Službeni glasnik, 2009.
- Todorova, M. *Imaginarni Balkan*. Zemun: Biblioteka XX vek, 1994.
- Trkulja, J. „Globalizacija kao potčinjavanje ili praksa”. *Aspekti globalizacije*, priredili Ivana Pantelić et al. Beograd: Beogradska otvorena škola, 2003.
- Vest, R. *Crno jagnje i sivi soko*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod, 2000.
- Vujović, S. „Grad, spektakl i identitet (Traganje za modernim kulturnim identitetom grada)”. U *Sociologija*, vol. 39, br. 2, Beograd (1997): 269–281.
- Vuletić, V. *Globalizacija*. Beograd: Zavod za udžbenike, 2009.
- Wallerstein, I. *Geopolitics and Geoculture*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
- Waters M. *Globalization*. London, 2001.

Интернет странице

- http://kovceg.tripod.com/sppski_i_globalizacija.htm, (Mitrović, Ljubiša, *Jezik, identitet i duhovno jedinstvo srpskog naroda u doba globalizacije*) 22. septembar, 2013.
- www.novosti.rs, 23. septembar 2013.
- <http://topics.nytimes.com>, 10. 12. 2011.

MILENA P. STANOJEVIĆ

THE CHALLENGES OF CULTURAL GLOBALIZATION: CULTURAL IDENTITY AND GLOBALIZATION

SUMMARY

„Cultural identity is a process in which the needs for the universalization of certain cultures and the necessity of respecting all their specificities confront each other” (Kokovic, 2005: 298). The global cultural approach, within discussion on globalization, deals with the survival of cultural and national identity in conditions of “global culture” (Sklair). Globalization of culture as the subject of this paper is taken as a separate dimension of globalization. Various authors define the process of cultural globalization as a process of de-nationalization and cultural unification, which threatens to do away with the pluralism of cultures and erase cultural and national identity. The question is whether the disappearance of national borders undermines the national culture of a country.

The paper will examine the following processes: the tension between cultural homogenization and cultural heterogenization (Appadurai, 2011), the relationship of ethnic and cultural fragmentation and modernist homogenization (Friedman), the relationship between the global and the local and between processes of universalization and particularization (Robertson). These processes are the result of contacts among different cultures that are often observed in relation to the dominant versus subordinate cultures, which mostly highlights the impact of Western cultural patterns on non-Western societies. However, there are authors who remind us that this relationship is much more complex – smaller political units still fear the domination of larger ones, particularly if they are situated in their surroundings. Considering the above mentioned, it can be concluded that homogenization does not refer solely to the dominant cultural patterns of the West (the process of americanization/westernization), but that we can speak about the processes of Japanization for Koreans, Russianization for the Baltic States and so forth (Appadurai, 2011).

The paper discusses the complexity of the process of cultural globalization. With regard to the problem of preserving national cultural identity in conditions of globalization, the aim is to present and discuss different models of cultural forms and dimensions of global cultural flows, and to examine the question of the present and future of the globalization of culture.

KEY WORDS: cultural identity, national identity, cultural globalization, globalization.

СНЕЖАНА С. СТОЈШИН¹

Универзитет у Новом Саду, Филозофски факултет

Одсек за социологију

Нови Сад (Србија)

ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И ДЕМОГРАФСКИ ТРЕНДОВИ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ²

САЖЕТАК. Значај проучавања демографске димензије глобализације огледа се у потреби проучавања становништва као могућег потенцијала или кочнице друштвеног и економског развоја. Управо ова димензија глобализације представља одговарајући оквир за проучавање и разумевање кретања како светског становништва, тако и становништва Републике Србије. Расправа о овом аспекту глобализације подразумева праћење кретања броја становника, односно анализу пада броја становника услед сиромаштва и високих стопа морталитета, глади, присилних миграција; затим, питање глобалних миграција услед економских разлога и промена на тржишту рада; питање продуженог животног века и последица и промена које се јављају услед старења становништва, нарочито у развијеним земљама.

Демографска димензија указује на две крајности светског становништва. Са једне стране, глобалне демографске промене у развијеним земљама огледају се у започетом процесу депопулације, у све већем проценту старијег становништва и продуженом просечном трајању живота. Са друге стране су сиромашне земље у којима су високе стопе природног прираштаја, односно све већи пораст броја становника.

Основно истраживачко питање у овом раду је: Каква је демографска слика Републике Србије и какве ће последице имати анализирани демографски трендови? Становништво Србије карактерише депопулација и све већи удео старог становништва у укупном броју становника. Ове промене у популацији, односно депопулација, негативне стопе природног прираштаја и све старије становништво, утичу на друштвени и економски развој. Смањује се удео радно способног становништва, повећавају се

¹ stojsin.snezana@gmail.com

² Овај рад резултат је рада на републичком пројекту „Промене у друштвеној структури и покретљивости као чиниоци европских интеграција Републике Србије, са посебним освртом на АП Војводину”, број 179053.