**თანამედროვე მოერნიზებული საზოგადოება გლობალიზაციის გამოწვევების წინაშე**

გლობალიზაციის კვლევისას ერთ პარადოქსს ვაწყდებით: კვლევის დაწყებამდე გეჩვენება, რომ მასზე მკაფიო წარმოდგენა გაქვს, ხოლო კვლევისას უფრო ბუნდოვანი ხდება მისი არსი.

გამომდინარე იქიდან, რომ არსებობს უამრავი სამეცნიერო ნაშრომი, საჟურნალო სტატია და თეორია გლობალიზაციის შესახებ, მიზანშეწონილად მივიჩნევთ, წინასწარ შემოგთავაზოდ სქემა, რომლის ჩარჩოებშიც გავაგრძელებთ კვლევას. სქემა, რომელსაც წარმოგიდგენთ, შემუშავებულ იქნა 1999-2002 წლებში წლებში ჩატარებული კვლევის შდეგად. იგი განახორციელა ბოსტონის უნივერსიტეტმა და ეკონომიკური კულტურის შემსწავლელმა ინსტიტუტმა (ISEC). კვლევას ხელმძღვანელობდნენ პიტერ ლ. ბერგერი (სოციოლოგი, ISEC-ის დირექტორი) და სამუელ პ. ჰანთიგტონი (პოლიტოლოგი, ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი). მკვლევართა ჯგუფებმა მსოფლიოს ათობით ქვეყანაში ჩაატარეს დაკვირვება კულტურის გლობალიზაციის დინამიკაზე. ჩატარებული სამუშაოს შედეგად პიტერ ლ. ბერგერმა გამოყო ოთხი მიმართულება, რომლის საშუალებითაც ვრცელდება გლობალური კულტურა ესენია:

1. დავოსური კულტურა, ანუ საერთაშორისო ბიზნეს-კულტურა;

2. „მაკ-მსოფლიო“ კულტურა, ანუ მასობრივი სამომხმარებლო კულტურა;

3. ინტელექტუალთა საერთაშორისო საკლუბო კულტურა;

4. ახალი რელიგიური მოძრაობები.

იმისათვის, რომ მიმართულებათა ასეთი დაყოფა მკაფიო და თვალსაჩინო გახდეს, მათ უფრო საფუძვლიანად განვიხილავთ.

არსებობს განვითარებადი, ზრდადი გლობალური კულტურა და იგი ხასიათითა და წარმომავლობით ამერიკულია. ჩილელმა ისტორიკოსმა კლაუდიო ველიზიმ მას უწოდა ანგლოამერიკული ცივილიზაციის ელინისტური სტადია“ - სტადია, რომელიც არ შეიძლება გაგებულ იქნას, როგორც „იმპერიალიზმი“. ანტიკური სამყარო ბერძნულად იქცა სწორედ მაშინ, როცა საბერძნეთს იმპერიული შესაძლებლობები არ გააჩნდა. დღეს, მართალია, აშშ უდიდეს ძალას ფლობს, მაგრამ, როგორც თავად ამერიკელები მიიჩნევენ, აშშ არ ცდილობს საკუთარი კულტურის თავს მოხვევას სხვა საზოგადოებებისათვის. ადრეც და ახლაც ენა დიდ როლსთამაშობდა კულტურის გავრცელებაში. ელინიზმის პერიოდში მთავარ ენას წარმოადგენედა „კოინე“ - უბრალო ხალხის სალაპარაკო ენა; დღეს იგივე როლს არსულებს ინგლისური, ამერიკული ინგლისური ენა. იგი წარმოადგენს მზარდი გლობალური კულტურის „კოინეს“. მას უახლეს მომავალში კონკურენტი ძნელად თუ გამოუჩნდება. მილიონობით ადამიანი საუბრობს ინგლისურ ენაზე, მაგრამ მათი უმრავლესობა ინგლისურ ენას ინტერნეტში ძიებისა და უკეთესი სამუშაოს მოსაძებნად სწავლობს, და არა ორიგინალში შექსპირისა და ფოლკნერის წასაკითხად. უცხო ენის გამოყენება უკვალოდ არ ქრება. ენას აქვს კულტურული პლასტები, როგორც ცნობიერ, ასევე ნორმატიულ და ემოციურ დონეზეა.

მზრდად გლობალურ კულტურას აქვს შესაძლებლობა, გავრცელდეს როგორც ელიტარულ, ასევე ფართო ფენებზე. შეასძლოა, ელიტარულ დონეზე კულტურის გავრცელების ყველაზე მთვარი საშუალება არის ის, რასაც ს. ჰანთინგტონმა დაოსური კულტურა უწოდა (სახელწოდება მომდინარეობს შვეიცარიული ქალაქის სახელიდან); ამ სახელწოდებით განისაზღვრება წამყვანი საქმიანი და პოლიტიკური წრეების საერთაშორისო კულტურა, რომლის ძირითადი მამოძრავებელი ძალა, ისევე როგორც ეკონომიკური და ტექნოლოგიური გლობალიზაციისა, საერთაშორისო ბიზნესია. ამ კულტურის მატარებლებად მოიაზრებიან არა მარტო ის ადამიანები, რომლებიც ხშირად დადიან დავოსში, არამედ ისინიც, ვისაც სურს იყოს ამ საზოგადოებს წევრი და არ არის, ან ჯერ არ არის.

მსოფლიოში არსებობს ბიზნესში ჩაბმული ახალგაზრდების საზოგადოებათა მთელი ქსელი (იაპი-ინტერნაციონალი - აბრევიატურა, რომელიც მოდის **young urban professional**-დან), რომლებიც კარგად საუბრობენ ინგლისურად, შესაბამისად იცვამენ და ერთობიან, ასევე, შეიძლება ითქვას, აზროვნებენ ინგლისურად. მათ შორის გამოსაყოფია ორი მიმართულება: ამ ახალგაზრდების ნაწილი სრული კოსმოპოლიტია; მეორე ნაწილი კი ცდილობს ერთდროულად ორ სამყაროში იცხოვროს: არ ჩამორჩეს გლობალურ საქმიან კულტურას, მაგრამ საკუთარი პირადი ცხოვრება ორიენტირებული აქვს განსხვავებულ კულტურულ ფასეულობებზე.

გლობალურ კულტურაში არსებობს კიდევ ერთი ელიტარული სექტორი, რომელიც ხშირად ერთვის საქმიან კულტურას, ხშირად კი უპირისპირდება მას. ეს არის დასავლური ინტელიგენციის გლობალიზაცია, რომელსაც ბერგერმა უწოდა ინტელექტუალთა საკლუბო კულტურა **(faculty clubculture)**. მისი გავრცელება ხდება სახვადასხვა გზით: აკადემიური სტრუქტურებით, ფონდებით, არასამთავრობო ორგანიზაციებით. იგი ქმნის საკუთარ ბაზარს - ეს არის იდეები, ქცევის ნორმები, რომლებიც შექმილია დასავლელი, კერძოდ, ამერიკელი ინტელექტუალების მიერ, როგორებიც არიან ადამიანის უფლებათა დამცველები, სპეციალისტები და სხვანი.

დავოსურ კულტურას და ინტელექტუალთა საკლუბო კულტურას აქვს ცენტრი და პერიფერია. განსხვავება ამ ორ კულტურას შორის არის ის, რომ დავოსური კულტურის ცენტრები მხოლოდ დასავლეთში არ არის განლაგებული. ისეთი დიდი ბიზნეს-ცენტრები, როგორებიცაა ტოკიო, ჰონგ-კონგი, სინგაპური ისეთსავე იმავე როლს ასრულებენ. ხოლო ინტელექტუალთა საკლუბო კულტურის ცენტრი მხოლოდ დასავლეთში, კერძოდ, ამერიკაშია.

ასე, რომ მთავარ გლობალიზატორად, ამ მიმართულებით, დღეს ამერიკა მიიჩნევა. აღსანიშნავია, რომ ამერიკელი ინტელექტუალების მიერ შემოღებული ცხოვრების ჯანმრთელი წესი და მისი განხორციელების ცდა დასავლეთში თავისთავადი მოვლენაა და პირდაპირ დანიშნულებას ემსახურება. სხვა კულტურებში კი მას სხვა დანიშნულება აქვს, კერძოდ, ეს არის ამ საზოგადოების მიერ დემოკრატიულობის ხარისხის დადასტურების მცდელობა. ამის მაგალითია სამხრეთ აფრიკაში თამბაქოს წევის საწინააღმდეგო კანონმდებლობის შექმნა, მაშინ როცა შიდსის ვირუსმა სამხრეთ აფრიკაში კატასტროფულ ზღვარს მიაღწია. სიგარეტის საწინააღმდეგო კანონმდებლობა, ბერგერის აზრით, სწორედ ინტელექტუალთა საკლუბო კულტურისაკენ სწრაფვით იყო გამოწვეული და არა ხალხის ჯანმრთელობაზე ზრუნვით.

ჯეიმს ჰანტერი საუბრობს იმ კოსმოპოლიტებზე, რომლებიც ძალზედ ადვილად მოძრაობენ მთელი მსოფლიოს მასშტაბით და ორიგინალური კულტურის გავლენას არ განიცდიან. ეს ხალხი გვხვდება არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და საერთაშორისო კორპორაციებში, ევანგელისტურ მისიებში. ესენი არიან გლობალიზატორები.

როდესაც საუბარია დავოსური კულტურისა და ინტელექტუალთა საკლუბო კულტურის თავისებურებებზე, აუცილებლად მიმაჩნია ყურადღება გავამახვილო რუსი მეცნიერის, საერთაშორისო გამოკვლევათა ცენტრის დირექტორის ა.ი. უტკინის მიერ შემოთავაზებული მოსაზრებაზე. იგი მიიჩნევს, რომ გლობალიზაციის პროცესი ორ ეტაპად იყოფა. პირველი ეტაპი XIX-XX საუკუნეების მიჯნაზე უნდა ვეძიოთ, ხოლო მეორე ეტაპი - XX საუკუნის 70-იანი წლების ბოლოს. მათ შორის წყალგამყოფია მეორე მსოფლიო ომი და მისი მომდევნო ათწლეულები. XX საუკუნის 70-იან წლებში გლობალიზაციის მეორე ტალღას, უტკინის აზრით, საფუძველი დაუდო შეთანხმებამ, რომელიც ცნობილია „ვაშინგტონის კონსენსუსის“ სახელით.

1980-იან წლებში სამი ყველაზე ძლიერი ეკონომიკური ინსტიტუტი, რომელიც განთავსებული იყო აშშ დედაქალაქში - აშშ ფინანსთა სამინისტრო, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი და მსოფლიო ბანკი - მივიდნენ შეთანხმებამდე, რომ საერთაშორისო ვაჭრობის ძირითადი ხელშემშლელი პირობა იყო საბაჟო სისტემები. „ვაშინგტონის კონსენსუსი“ მოიცავს მსოფლიო ვაჭრობის რეორგანიზაციის ათ რეკომენდაციას, რომელიც შემუშავებულ იქნა ეკონომისტ ჯ.ვილიამსონის მიერ.

კერძო ბიზნესის რაციონალიზაციის შესაძლებლობის საფუძველზე ჩამოყალიბდა „ოქროს კორსეტის“ წესი, რომელიც ითვალისწინებს სახელმწიფოს მხრიდან გარკვეული კანონების მიხედვით მოქმედებას; კერძოდ: კერძო სექტორი იქცევა ეკონომიკის განვითარების, ეკონომიკური აღმავლობის ძირითად საშუალებად; უნდა მოხდეს ინფლაციის დაბალი დონის მხარდაჭერა; შენარჩუნებულ იქნეს ფასების სტაბილურობა; სახელმწიფოს ბიუროკრატიული აპარატის როლი მცირდება; ასევე მცირდება იმპორტზე გადასახადი; უცხოურ ინვესტიციებზე შეზღუდვები იხსნება; ხდება სახელმწიფო კუთვნილებაში არსებული საწარმოების პრივატიზება; ეს ზრდის იმპორტს; ასევე ადგილობრივი ინდუსტრია გახსნილია მსოფლიოსათვის და სხვა. უტკინის თქმით, „ოქროს კორსეტის“ წესის განსაკუთრებულობა ისაა, რომ იგი ითვალისწინებს „ყველასათვის ერთ ზომას“; უტკინი მიჩნევს, რომ სწორედ ეს იწვევს სხვადსხვა ქვეყანაზე სოციალურ, ეკონომიკურ და კულტურულ ზეწოლას, რასაც, თავისთავად, არაერთგვაროვანი პასუხები მოჰყვება. მაგრამ კომპენსაციად მიიჩნევა ის, რომ „ოქროს კორსეტის“ მიღების შემთხვევაში იზრდება წარმოება, ეკონომიკური შემოსავალი. ოცი წლის წინ მალაიზიელის საშუალო შემოსავალი იყო 350 დოლარი წელიწადში, მაგრამ „ოქროს კორსეტში“ ჩათრეული მალაიზიელი ახლა წელიწადში 5000 დოლარს იღებს.

პოლიტიკურ სფეროში, აცხადებს უტკინი, „ოქროს კორსეტი“ ამცირებს ხელისუფლების სათავეებთან მდგომ პარტიებს შორის არსებულ გასხვავებებს. კერძოდ, ავიღოთ აშშ დემოკრატები და რესპუბლიკელები, მათი სამოქმედო გეგმა, მიზანი და წარმოდგენილი სახელმწიფო მოწყობის გეგმა არ სცდება „ოქროს კორსეტის“ წესებს, ამიტომ მათ შორის არსებული წინააღმდეგობა მცირეა: იმდენად მცირე, რომ სამხრეთ კორეაში 1999 წელს არჩევნებში გამარჯვების შემდეგ კიმ ტე დჯუნმა ვაშინგტონში ელჩად მოწინააღმდეგე პარტიის ლიდერი გაგზავნა. ეს უკანასკნელიც დათანხმდა იმ მოტივით, რომ განსხვავება ამ მიმართულებით და, საერთოდ, მათ შორის მცირე იყო.

ყველა ქვეყანა ვერ ახერხებს „ოქროს კორსეტის“ საბოოლოოდ შენარჩუნებას და მორგებას. ზოგიერთი ქვეყანა მხოლოდ ნაწილობრივ ირგებს მას (ეგვიპტე, ინდოეთი); ზოგიერთი პირველივე შედეგის მწარე გამოცდილების გამო იხსნის მას (რუსეთი, მალაიზია); მესამენი ცდილობენ, ოქროს კორსეტი საკუთარ ნაციონალურ კულტურას მოარგონ და ისე მიიღონ (იაპონია, გერმანია, საფრანგეთი); არსებობენ ისეთებიც, დასძენს უტკინი, რომელნიც მიიჩნევენ, რომ კორსეტში თავის შეყოფა არც ღირს და უკეთესად მიიჩნევენ, რომ მხოლოდ ბუნებრივ რესურსებს მიენდონ (საუდის არაბეთი, ირანი); არსებობენ კიდევ ისეთი საზოგადოებები, რომელნიც ყველაფერს გაიღებენ იმისათვის, რომ კორსეტის მკაცრ წესებსა და კანონებში არ აღმოჩნდნენ (კუბა, სუდანი, კორეა); ისინი, ვინც კორსეტის წესებს აღიარებენ, მიიჩნევენ, რომ ვისაც სურს მატერიალური პროგრესის მიღწევა, აუცილებლად მოუწევს ამ წესების შესრულება. მის დასტურად კორსეტის მომხრეებს მოყავთ ფაქტებიც. კერძოდ, ისინი ხაზს უსვამენ ვიწრო რეგიონების განვითარებას: ჩრდილოეთ იტალია, სამხრეთ კორეა, შანხაის ტერიტორია, ტელ-ავივი ისრაელში, ბეირუთი ლიბანში, ბანგალორი ინდოეთში - ყველა მათგანი მიეკუთვნება მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების კორიფეთა რიცხვს, „კიბერნეტიკულ ტომებს, რომლებიც ცხოვრობენ შედგენილი გეგმის მიხედვით.

„ოქროს კორსეტის“ მოწინააღმდეგენი ერთნაირად რეაგირებენ მასზე და მიიჩნევენ, რომ ისინი საკუთარი კულტურის მიხედვით, საკუთარი სისწრაფით ივლიან, რადგან კორსეტი ძალზედ დეტერმინიზებულია. ისინი სვამენ კითხვას - რატომ არ შეიძლება, შეიკრიბონ ხელახლა და შექმნან ახალი, ნაკლებად ამკრძალავი მოდელი? რაზეც მსოფლიოს ძლიერი ნაწილისგან მკაცრი პასუხი მიიღეს - თუკი თქვენი კულტურა ვერ შეძლებს წარმოდგენილის მიღებას... ეს მხოლოდ სამწუხაროა. მაგრამ მთავარი არის ის, რომ დღევანდელი მსოფლიოს გლობალური საბაზრო ეკონომიკა შექმნილია უდიდესი ისტორიული ძალების მიერ, რომლებმაც შეცვალეს ურთიერთობის, ინვესტირების სტილი და მსოფლიოს აღქმაც კი. თუკი თქვენ გსურთ წინ აღუდგეთ ამ ცვლილებებს, თქვენ ამით მხოლოდ თავს მოიტყუებთ და სხვა არაფერი.

გლობალური კულტურის გავრცელება ხდება, აგრეთვე მასობრივი კულტურის საშუალებებით (ადიდასი, მაკდონალდსი, ლევისი, მტვ და სხვა). მას მხოლოდ ზედაპირული ხასიათი აქვს. „გლობალიზაცია“ - ეს არის მოვლენა, რომელიც ერთგვაროვანი სამომხმარებლო კულტურის ჩამოყალიბებას უწყობს ხელს. ერთგვაროვნება კი მისაღებია „მასისათვის“. ხოსე ორტეგა ი გასეტი გასული საუკუნის ოცდაათიან წლებში წერდა, რომ ევროპა დღეს ყველაზე დიდ კრიზისს განიცდის, რამაც შეიძლება მოიცვას ხალხები, ერები და კულტურები. მისი თქმით, ეს არის „მასების ამბოხი“. მასას იგი ახასიათებს როგორც ფსიქოლოგიური რიგის მოვლენას. „ადამიანი-მასა“ ისაა, ვისაც არ შეუძლია, როგორც კარგი, ასევე ცუდი მხრითაც შეაფასოს თავი; ვინც თავის თავს აღიქვამას „ისეთად, როგორიცაა ყველა“ და სულაც არ განიცდის ამას. მას მოსწონს იყოს ისეთი, როგორიცაა ყველა.

ორტეგა ი გასეტი ამ კრიზისის დასაწყისს XIX საუკუნეში ხედავს. ჯერ კიდევ მაშინიწინასწარმეტყველეს ჰეგელმა, კონტმა, ნიცშემ „მასების ამბოხი“, რომელიც მას შემდეგ სულ უფრო გაძლიერდა. ადამიანი-მასა - ეს არის პიროვნება, რომელსაც არ გააჩნია შემოქმედებისა და შეფასების უნარი. იგი იღებს ყველაფერს ისეთად, როგორც აწვდიან. ამის გამო, მასაზე ზეგავლენის მოხდენა ადვილია.

ნეოლიბერალური მსოფლწესრიგის პირობებში ინდივიდის სულიერი და კულტურული მსოფლშეგნება განიცდის საერთაშორისო საკომუნიკაციო საშუალებათა ზეწოლას. ფილმების, შოუებისა და სერიალების გლობალური აუდიტორიის გაჩენა და მათი ზეგავლენა პროგრამების შინაარსზე უპრეცედენტო მოვლენაა. მედია ორიენტირებულია პოპულარულ და მასობრივ კულტურაზე და მასობრივი ცნობიერებიდან დევნის ალტერნატიულ ფორმებს. მაყურებელთა და მსმენელთა რეიტინგისათვის მებრძოლი მედიის საშუალებათა საქმიანობა განსაზღვრულია ეკონომიკური ინტერესით, და არა ინტელექტუალური შინაარსით. კულტურა განიხილება, როგორც გლობალური აუდიტორიისა და გლობალური ინფორმაციული საზოგადოების მიღწევის საშუალება.

გლობალური კულტურის ჩამოყალიბების ცენტრშია ინტერნეტი. გარემოცვა, რომელშიც ქვეყანას, კულტურას უხდება არსებობა, დიდ გავლენას ახდენს მის ჩამოყალიბებაგანვითარებაზე, რადგან ამა თუ იმ საზოგადოებაში სახელმწიფოს ურთიერთობა აქვს განსხვავებული კულტურის მქონე ერთობებთან. ურთიერთობისას ხდება კულტურულ ღირებულებათა გაცვლა, ერთობის ცნობიერება განიცდის მუდმივ ტრანსფორმაციას.

იყო პერიოდი, როდესაც მსოფლიო არ წარმოადგენდა ერთიან სივრცეს და დაყოფილი გახლდათ პატარა სამყაროებად; ერები ხალხები და კულტურები არ იცნობდნენ ერთმანეთს, არ ჰქონდათ ურთიერთობა, შეხება, რამაც განაპირობა მრავალი ორიგინალური კულტურის, ერისახელმწიფოს ჩამოყალიბება.

დღეს მსოფლიო გახსნილია, იგი ერთიან სივრცეს წარმოადგენს. არსებობს ფართო საინფორმაციო საშულებები, ტელეფონი, საჰაერო ტრანსპორტი, კოსმოსური სადგურები და, რაც მთავარია, ინტერნეტი. მათი მეშვეობით შესაძლებელია ურთიერთობის დამყარება ათასობით კილომეტრის დაშორებით. ყოველდღიურად ინტერნეტის მეშვეობით იგზავნება მილიონობით იმეილი, ციფრული ფოტო, წიგნის მოცულობის ტექსტები, ხმოვანი და ვიდეო ფაილი. აუდიონაკადი შესაძლებელს ხდის ბერლინის რადიოსადგურის მოსმენას ნიუ-დელიში და პირიქით. ინტერნეტის „ჩეთ-რუმი“ და სადისკუსიო ჯგუფები ვირტუალური საქალაქო შეხვედრის ცენტრებია, სადაც ათასობით ადამიანი ერთმანეთს უზიარებს საკუთარ აზრს; თამაშობენ, იბმება მეგობრობის ძაფები, იდება ბიზნეს-გარიგებები. ყველა ადამიანური ურთიერთობა, რომელიც შეიძლება დამყარდეს სკოლაში, ქუჩაში, კაფეში, ქარხანაში, ინტერნეტშიც ხორციელდება.

ინტერნეტი ხელს უწყობს გლობალური კულტურის შექმნას, აცხადებს საერთაშორისო მარკეტინგული ფირმა **IDC-**ს ვიცე-პრეზიდენტი გიგი ვანგი (Gigi Wang). ამ სახის უკანასკნელი ცვლილება იყო გადასვლა ლოკალურიდან ეროვნულ ეკონომიკაზე, რასაც თან სდევდა გადასვლა რკინიგზიდან და რადიოდან ავტომობილსა და ტელევიზორზე. ახლა ხდება გადასვლა ეროვნული ეკონომიკიდან გლობალურ ეკონომიკაზე, რასაც მოსდევს საჰაერო ტრანსპორტი და ინტერნეტი.

ბოლონიის უნივერსიტეტის ისტორიის პროფესორი დევიდ ელვუდი (**David Elwood**) მიიჩნევს, რომ ინტერნეტი არ ქმნის გლობალურ კულტურას, არამედ მხოლოდ აჩქარებს მოვლენებს და ქმნის ამ ფენომენის ერთ-ერთ შრეს. გლობალური კულტურა დიდი ბიზნესია და მისი სათავე შეიძლება მოიძებნოს ინდუსტრიის ისეთ სფეროებში, როგორიცაა სპორტი, ფილმები, ფოტოგრაფია, მუსიკა და ავიახაზები. ყოველივე ამის თავი და თავია აშშ გასართობი ინდუსტრიის მიერ მასობრივი კულტურის უნიკალური და მზარდი მოცულობით გამოგონება, წარმოება და გავრცელება. დ.ელვუდის თქმით, 1996 წელს აშშ ფილმებმა, სატელევიზიო პროდუქციამ, კომპიუტერულმა ტექნიკამ, წიგნებმა და კულტურის სხვა ფორმებმა გადააჭარბა საჰაერო და თავდაცვითი პროდუქციის ექსპორტს, და ამ მხრივ პირველი ადგილი დაიკავა. ამის შემდეგ ინგლისური ენა იქცა არა მხოლოდ გლობალური კომერციის, არამედ საერთაშორისო ტექნოლოგიისა და გართობის ენადაც.

კაცობრიობამ შეაბიჯა განვითარების ახალ ეპოქაში, ეს არის საინფორმაციო ეპოქა, ინტერნეტი არის მასობრივი კულტურის ფართოდ გავრცელების საშუალება. აფრიკელი მკვლევარი ქალის ფარიდა მიუალე-მანენჯის **(Fridah Muyale-Manenji)** თქმით, გლობალიზაცია უზარმაზარ გავლენას ახდენს კულტურაზე, იგი სხვადასხვა გზით ზემოქმედებს ხალხის კულტურულ ქცევაზე. ადამიანები იცვლიან ცხოვრების წესს. კოკა-კოლას რიტმული რეკლამა ისმის ქვეყნიერების ნებისმიერ წერტილში, იმ სოფლებშიც კი, სადაც არსებობს სასმელი წყლის პრობლემა.

ინფორმაციულმა ეპოქამ განაპირობა ის, რომ კულტურები დაუახლოვდნენ ერთმანეთს; ტრადიციულ სიმბოლოთა გვერდით გაჩნდა ინტერნაციონალური მნიშვნელობის სიმბოლოები და პოპულარული სისტემები.

საინტერესოა, რომ ეს ყველაფერი ხდება ზედაპირულად, ანუ ყველაფრის გაუცნობიერებლად მიღებას ახდენს მასა, რომელსაც მონაწილეობა არ მიუღია თავისი კულტურის ორიგინალური ღირებულებების შექმნაში, მასა, რომელსაც გაცნობიერებულიც კი არ აქვს, თუ რას ნიშნავს ძირეული განსხვავება კულტურებს შორის, ამიტომ მასზე დიდ გავლენას ახდენს რეკლამა. მედიის ზემოქმედებით კულტურის მიღება ზუსტად ისეთივე მოვლენაა, როგორც რეკლამით რაღაც ნაწარმის ფართო მასისათვის გაცნობა. რეკლამაში შექმნილი სამყარო იმდენად მიმზიდველი და მაცდურია, რომ აუცილებლად ახდენს მომხმარებელზე გავლენას. მომხმარებელი კი დღეს არის მასა, რომელიც იმდენად გაძლიერდა, რომ, მართალია, თავად ვერ ქმნის, მაგრამ ელიტას, რომელსაც შემოქმედებითი უნარი აქვს, კარნახობს იმას, თუ რა უნდა შექმნას, კარნახობს მოდას. დღეს იქმნება ის, რაც მოსწონს ყველას, ყველა კი „მასაა“, იქმნება ის, რაშიც მასა უფრო მეტ თანხას იხდის.

ფ. ფუკუიამას თქმით, დღეს საუბარი შეძლება მხოლოდ გლობალურ სამომხმარებლო კულტურაზე, რომელიც ვრცელდება მაკდონალდსისა და კოკა-კოლას მსგავსი კომპანიების მეშვეობით1. მაგრამ, საერთოდ, კულტურა უფრო მეტია, ვიდრე სამომხმარებლო ბაზარი, ეს უკანასკნელი არის ზედაპირული ასპექტი, კულტურას კი აქვს სიღრმე, რომელიც გავლენას ახდენს იმაზე, თუ როგორ უკავშირდება ხალხი ერთმანეთს. სწორედ ამიტომ კულტურები ჯერ კიდევ ინარჩუნებენ ინდივიდუალურობას. მისივე თქმით, 60-იან წლებში აზია აშშ-ს შეჰყურებდა როგორც მოდერნიზაციის მოდელს. გაბატონებული იყო მოსაზრება, რომ დასავლეთი ფლობს მოწინავე საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს, რომელთა მეშვეობითაც ადვილი შესაძლებელი იქნებოდა კულტურის გავრცელება. მაგრამ სწორედ იმან, რომ ამ საკომუნიკაციო საშუალებებმა აზიას და სხვა საზოგადოებებს უფრო მკვეთრად დაანახა ის განსხვავება, რომელიც მათი კულტურების ძირებშია საძიებელი და, რომლის გაფერმკრთალებაც კი ძალიან ძნელი, თითქმის მიუღწეველია. ამას ისიც ემატება, რომ აზიისა და სხვა არადასავლური საზოგადოებები სულ უფრო დიდ ყურადღებას აქცევენ ამერიკაში მიმდინარე ურბანულ ხრწნასა და ოჯახის დაცემას. ეს კი ისედაც არსებულ უფსკრულს სულ უფრო აღრმავებს.

შეიძლება ითქვას, რომ ინფორმაციულმა დაახლოებამ მხოლოდ მოჩვენებითი გლობალური კულტურა შექმნა, რომელიც მისაღებია მასისათვის. მასას, შესაძლოა, დიდი სურვილიც ჰქონდეს, რომ მიიღოს და იცხოვროს უცხო კულტურისათვის დამახასიათებელი წესებით, მაგრამ ეს ვერ მოახერხოს, რადგან საკუთარი კულტურა არ მისცემს ამის საშუალებას. სწორედ ეს განასხვავებს მასას ელიტისაგან, რადგან ელიტა იღებს არა იმას, რაც სურს, არამედ იმას, რისი მიღებაც მის პიროვნებას შეუძლია. უფრო სწორად, ელიტას იმის მიღების სურვილი უჩნდება, რაც მისი კულტურისათვის არის მისაღები და ამას იგი აკეთებს არა ისე, რომ მოახდინოს საკუთარის, ძირეულის უარყოფა, რადგან ელიტა თავიდან ბოლომდე შეიგრძნობს კულტურას, მასას კი ეს გრძნობა არ გააჩნია, სწორედ ამიტომ მისთვის გლობალური სამომხმარებლო კულტურა უკვე ნიშნავს მთლიანად კულტურის გლობალიზაციას, რადგან კულტურის მეტი სიღრმე მასას არ აინტრესებს. სწორედ ამის ეშინოდა ხ.ორტეგა ი გასეტის ჯერ კიდევ XX საუკუნის 30-იან წლებში, როდესაც აცხადებდა, რომ გაქრებიან ბეთჰოვენისა და მოცარტის მსმენელები. ეს შიში დღესაც არსებობს - შიში იმისა, რომ მასების გაძლიერება თავისთავად მოახდენს კულტურული ორიგინალურობის გაქრობას. მასა მოითხოვს კომფორტს, მას არა აქვს მიზანი, რასაც ცხოვრებას შესწირავს, მისი მიზანია კომფორტული ცხოვრება, მას მხოლოდ ის სურს, რომ იყოს ყველას მსგავსი.

ასევე დიდი როლი ეკისრება გლობალური კულტურის გავრცელებაში ევანგელისტურ პროტესტანტიზმს. ინგლისელი სოციოლოგი დევიდ მარტინი დიდი ხნის განმავლობაში იკვლევდა ამ საკითხს და დაზუსტა, რომ მსოფლიოში ამ რელიგიის მიმდევარი 250 მილიონამდე ადამიანია. ამ რელიგიის მიღება იწვევს გარკვეულ ცვლილებებს ოჯახურ ურთიერთობებში, სექსუალურ გამოვლინებებში, ბავშვთა აღზრდაში და, რაც ყველაზე მთავარია, საქმისადმი დამოკიდებულებაში, რაც თავისთავად გავლენას ახდენს ეკონომიკაზე საერთოდ.

გლობალური კულტურა მიმართულია ადამიანების ინდივიდუალიზაციისაკენ და ტრადიციებისგან და ერთობებისაგან მათი დამოუკიდებლობისაკენ. ინდივიდუალიზაცია უნდა განიხილებოდეს, როგორც სოციალურ-ფსიქოლოგიური პროცესი, რომელიც ემპირიულ გამოხატულებას პოვებს ადამიანის ქცევასა და ცნობიერებაში, დამოუკიდებლად იმ იდეისაგან, რომელიც ამ ადამიანებს შესაძლოა ჰქოდეთ ამის შესახებ. სხვა სიტყვებით, ინდივიდუალიზაცია როგორც ემპირიული გამოვლინება, აუცილებლად განსასხვავებელია „ინდივიდუალიზმისაგან, როგორც იდეოლოგიისაგან. მსგავსი მიდგომა მომგებიანია იმდენად, რამდენადაც გვეხმარება ავხსნათ, თუ რით არის მიმზიდველი ახალი გლობალური კულტურა. როგორც უკვე ცნობილია, მოდერნიზაცია ანგრევს ტრადიციებისა და კოლექტიური სულის მეფობას და ინდივიდს ხდის უფრო თვითმყოფადს. ეს კი ნიშნავს გათავისუფლებას. ახალ გლობალურ კულტურას ბევრი აქვს საერთო მოდერნიზაციის პროცესთან. დღევანდელ დღეს კი მსოფლიოს მრავალ კუთხეში კიდეც ემთხვევიან ერთმანეთს.

მოდერნიზაციის ადრეულ ეტაპზე ადამიანებს უჩნდებათ მეტი თავისუფლებისა და ახალი შესაძლებლობების აღტაცებული გრძნობა. ამიტომ ახალი გლობალური კულტურა მომხიბლავია მათთვის, ვინც აფასებს პიროვნულ თავისუფლებას და ცდილობს მის სრულად რეალიზებას. ამით გლობალური კულტურა ძალზედ წააგავს ელინიზმის ეპოქას, როდესაც გაიზარდა ინდივიდების მისწრაფება „სრულყოფილებისაკენ“.

მიზანშეწონილად მივიჩნევთ, ორიოდე სიტყვით თავად მოდერნიზაციის ცნებასაცშევეხოთ. ამ ტერმინით სოციოლოგიაში აღნიშნავენ ტრადიციული, სასოფლო, აგრარული საზოგადოებიდან სეკულარულ, ინდუსტრიულ, ურბანისტულ საზოგადოებად ტრანსფორმაციას. მოდერნული საზოგადოება ინდუსტრიული საზოგადოებაა. საზოგადოების მოდერნიზება, უპირველეს ყოვლისა, მის ინდუსტრიალიზაციას ნიშნავს. ისტორიულად, მოდერნული საზოგადოების აღზევება მჭიდროდ იყო დაკავშირებული ინდუსტრიული საზოგადოების წარმოშობასთან. მოდერნულობის ყველა ძირითადი მახასიათებელი/ნიშანი დაკავშირებულია ცვლილებათა ერთობლიობასთან, რომელმაც ორი საუკუნით ადრე განაპირობა ინდუსტრიული საზოგადოების წარმოშობა. ტერმინი „ინდუსტრიალიზაცია“ და „ინდუსტრიული საზოგადოება“ გაცილებით მეტს გულისხმობს, ვიდრე ეკონომიკური და ტექნოლოგიური კომპონენტებია, რომლებიც მის არსს წარმოადგენენ. ინდუსტრიალიზმი ცხოვრების წესია, რომელიც მოიცავს ძირეულ ეკონომიკურ, სოციალურ, პოლიტიკურ და კულტურულ ცვლილებებს. ინდუსტრიალიზაციის ყოვლისმომცველი გარდაქმნების შედეგად საზოგადოება ხდება მოდერნული. მოდერნიზაცია არის უწყვეტი და უსასრულო პროცესი. ისტორიულად, მოდერნიზაცია საუკუნეებს მოიცავს, თუმცა, არსებობს დაჩქარებული მოდერნიზაციის მაგალითები. ორივე შემთხვევაში, მოდერნიზაცია არ არის ერთჯერადი მონაპოვარი. როგორიც არ უნდა იყოს განვითარების დონე, ყოველთვის არსებობენ „ჩამორჩენილი“ რეგიონები და „პერიფერიული“ ჯგუფები. ეს არის მოდერნულ საზოგადოებაში დაძაბულობისა და კონფლიქტების მუდმივი საფუძველი. მოდერნიზაციის პროცესი არ შემოიფარგლება ერთი ცალკეული ქვეყნის შინაგანი განვითარებით. ის უნდა განიხილებოდეს გლობალური მასშტაბით, რადგან მოდერნიზაცია გავრცელდა თავისი წარმოშობის ადგილიდან - დასავლეთიდან - და მთელი მსოფლიო მოიცვა. განვითარების არათანაბარი დონის მქონე ნაციების არსებობა მსოფლიო სახელმწიფოთა სისტემაში არასტაბილურობის ფუნდამენტური ელემენტია.

მოდერნიზაციას ორი ძირითადი ფაზა აქვს. მისი განვითარების გარკვეულ მომენტამდე მოდერნისტული იდეები პროგრესულად ითვლება, თუმცა მას შეიძლება თავდაპირველად წინააღმდეგობა შეხვდეს. მოდერნიზაციის თავდაპირველი წინააღმდეგობები, შესაძლოა, ხანგრძლივი და მწვავე იყოს, მაგრამ, ძირითადად ისინი განწირულია წარუმატებლობისათვის. თუმცა, გარკვეული მომენტის შემდეგ მოდერნიზაცია იწვევს მზარდ უკმაყოფილებას. ეს ნაწილობრივ გამოიწვია მოდერნული საზოგადოების ადრეული წარმატებისა და დინამიზმისაგან დიდი შედეგების მოლოდინმა. ჯგუფებს ერთობებში მზარდი მოთხოვნები უჩნდებოდათ და ამ მოთხოვნების დაკმაყოფილება სულ უფრო და უფრო რთულდებოდა. უფრო დასაბუთებულად, მოდერნიზაციამ განვითარებულ დონეზე მსოფლიო მასშტაბით მოიტანა ახალი სოციალური და მატერიალური სირთულეები, რომლებიც საფრთხეს უქმნიდა განვითარებასა და ექსპანსიას, რომელსაც მოდერნული საზოგადოება ეფუძნება. მეორე ფაზაში, მოდერნული საზოგადოება უამრავი პრობლემის პირისპირ აღმოჩნდა. ამ პრობლემათა გადაჭრა, უმრავლეს შემთხვევაში, აღემატებოდა ტრადიციული ერი-სახლემწიფოს შესაძლებლობებს. ამავე დროს, მსოფლიოს დღევანდელი სახის განმსაზღვრელ დომინირებად ფაქტორად რჩება არათანაბარი სიძლიერისა და კონფლიქტური ინტერესების მქონე სუვერენულ ერ-სახელმწიფოთა სისტემა.

მოდერნული საზოგადოების წარმოშობა დაკავშირებულია XVIII საუკუნეში მომხდარ ორ დიდ ცვლილებასთან (ძვრასთან) პოლიტიკურ და ეკონომიკურ სფეროში. ორივე მათგანი იმ ფართო ცვლილებების ნაწილია, რომლებმაც, რენესანსისა და რეფორმაციის შემდეგ, დასავლეთი გადაიყვანა განვითარების ახალ, დანარჩენი სამყაროსაგან განსხვავებულ, ეტაპზე. ცვლილებათა ეს მოდელი გულისხმობდა ინდივიდუალიზმსა და, საბოლოო ჯამში, სეკულარიზმს, რაც პროტესტანტულ მემკვიდრეობას წარმოადგენდა. ცვლილებები გამოიხატა ასევე მეცნიერების განვითარებაშიც. ცვლილებებმა ამ ორივე მიმართულებით XVIII საუკუნის ბოლოს კულმინაციას მიაღწია. პირველმა მოდერნმა განაპირობა პოლიტიკური რევოლუციები საფრანგეთსა და ჩრდილოეთ ამერიკაში. მეორე კი, რომელიც მიმდინარეობდა ტექნოლოგიური ინოვაციებისათვის ხელსაყრელ ვითარებაში, დიდ ბრიტანეთის ინდუსტრიული რევოლუციის ერთ-ერთი ძირითადი ელემენტი იყო. ამერიკისა და საფრანგეთის რევოლუციებმა დააფუძნეს მოდერნული საზოგადოების პოლიტიკური ტიპი - კონსტიტუციური და დემოკრატიული. ეს ნიშნავს არა იმას, რომ ამიერიდან ყველა მთავრობას ამგვარი ხასიათი ჰქონდა, არამედ იმას, რომ აქედან მოყოლებული, პრაქტიკულად ყველა მოაზროვნისათვის ცხადი გახდა, რომ ახლა პოლიტიკურ სისტემებს აღარ უნდა ჰქონოდათ პრეტენზია ლეგიტიმურობაზე, თუ ის არ იქნებოდა დამყარებული კონსტიტუციურად გამოხატულ „ხალხის ნებაზე“.