

თვითმყოფადობა და გლობალიზაცია

რუსუდან სტრელკოვა

ხშირად ისმის კითხვა, უქმნის თუ არა გლობალიზაცია კულტურის თვითმყოფადობას საფრთხეს? რა მომავალი აქვს ამა თუ იმ ეთნიკურ კულტურას გლობალიზებულ საზოგადოებაში? თუმცა, ალბათ, თავად საკითხის ამგვარად დასმა, – კულტურის გლობალიზაცია საფრთხეა თუ გარანტირებული კეთილდღეობა, – არაკორექტულია, ეინაიდან გლობალიზაცია უკვე მოქმედი პროცესია, რომელიც ჩვენთვის ჯერ უცნობი კანონებით ვითარდება და პასუხის ძიება კითხვაზე: „ვინ არის დამნაშავე?“ – ვერ უშველის კულტურას, თვით გლობალიზაციასა და კაცობრიობას.

არ შეიძლება გლობალიზაციის პროცესის დადებითად, ან უარყოფითად შეფასება, რადგან ის შეიცავს როგორც პოზიტიურ, ასევე ნეგატიურ თვისებებსაც. ერთი მხრივ, აცხადებენ, რომ გლობალიზაცია მიმართულია გაერთიანებისაკენ და ცხოვრების წესის სტანდარტიზაციისაკენ, რაც თავისთავად გულისხმობს კულტურათა თვითმყოფადობის შელახვასა და გაქრობას. მეორე მხრივ, არსებობენ საზოგადოებები, რომელთათვისაც გლობალიზაცია წარმოადგენს განვითარებისა და მსოფლიოში საკუთარი ადგილის დამკვიდრების კარგ საშუალებას, ერთგვარ ხსნას მატერიალური კრიზისისაგან. ძირითადად ეს ეხებათ მცირე კულტურებს. ამდენად, აუცილებელია განიხილოს სხვადასხვა საზოგადოების დამოკიდებულება და რეაქცია გლობალიზაციისადმი, რადგან იგი ხელს შეგვიწყობს, უკეთ გავანალიზოთ პროცესის არსი, შეძლებისდაგვარად შევეთრად გამოვეყოთ საქართველოსათვის, თუ რა შეიძლება აღმოჩნდეს დადებითი და რა – უარყოფითი, რადგან ის, რაც მისაღებია ერთისათვის, მიუღებელია მეორესათვის. სხვათა გამოცდილების გაანალიზება და შესწავლა საშუალებას მოგვცემს, ჩამოვყალიბოთ გლობალიზაციისადმი საკუთარი მიდგომა.

გლობალიზაციის მომხრეებს თავიანთი პოზიციის სასარგებლოდ საკმაოდ დამაჯერებელი არგუმენტები მოჰყავთ. ჯერ ერთი, ისინი ამბობენ, რომ კაცობრიობა დღეს ისეთი გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა, რომლებთან გამკლავებაც მხოლოდ ერთად არის შესაძლებელი. აქ ძნელია არ დაეთანხმო, თუ გავიხსენებთ, მაგალითად, ეკოლოგიური კატასტროფის საფრთხეს. რომელიმე ცალკე აღებული ქვეყანა, თუნდაც ყველაზე ძლიერი, ამ შემთხვევაში უძლურია, რადგან პრობლემა ყველას ეხება და მისი გადაწყვეტა მხოლოდ ერთობლივი ძალებით შეიძლება. იგივე ეხება ბოლო დროის ისეთ საფრთხე-

ებსაც, როგორიცაა ტერორიზმი. ამიტომაც არის ის საერთაშორისო, რომ მის წინააღმდეგ საერთაშორისო გაერთიანების ერთობლივი ძალებისშეერთებით არის საჭირო ბრძოლა.

ასეთი მაგალითი უამრავია. ეკონომიკის გლობალიზაცია, ამბობენ მისი მომხრეები, აადვილებს სახელმწიფოთაშორის სამეურნეო ურთიერთმოქმედებას, ქმნის პირობებს საიმისოდ, რომ ქვეყნებს ხელი მიუწვდებოდეთ კაცობრიობის მოწინავე გამოცდილებაზე, უზრუნველყოფს რესურსების დაზოგვას, სტიმულს აძლევს მსოფლიო პროგრესს. ძნელია არ დაეთანხმო იმას, რომ ევროპაში, რომელიც მთელი თავისი ისტორიის მანძილზე დიდი და მცირე ომების ქარცეცხლში იყო გახვეული, დღეს ომი ნაკლებად საკარაულოა. ყოველ შემთხვევაში, მისი წარმოდგენა ძნელია ევროპის კავშირის საზღვრებში. ასევე, გლობალიზაციის ადოქატები, ამტკიცებენ, რომ ეს არის შეუქცევადი მოვლენა და მისთვის გზის გადაღობა ისეთივე უაზრობაა, როგორც ხალხისთვის იმის მოწოდება, რომ უარი თქვან უნიფიცირებულ ტანსაცმელზე და მხოლოდ ეროვნული სამოსით იარონ.

განვიხილოთ კონკურსი „ევროვიზია“, როგორც ევროპული კულტურის პროექტი და ბრენდი. კონკურსს აქვს მკაცრი სტანდარტი, რის გამოც სხვადასხვა ქვეყნების წარმომადგენლები, რომლებიც, წესით, თავიანთ ეროვნულ კულტურებს უნდა წარმოდგენდნენ, მღერიან დადგენილი კლიშეით შექმნილ სიმღერებს, უფრო ხშირად, ერთსა და იმავე ენაზე, და არაფრით გამოირჩევიან ერთმანეთისგან. ისინი, ვინც გლობალიზაციის წინააღმდეგია, დარწმუნებული არიან, რომ, თუ ყველაფერი ისევე გაგრძელდა, როგორც დღეს ხდება, რაღაც დროის შემდეგ ყველა ადამიანთა იმ ერთგვაროვანი მასის საშუალო სტატისტიკურ წარმომადგენლებად ვიქცევით, რომლებიც ბიგ-მაკს მიირთმევენ და კოკა-კოლას აყოლებენ და მიკი მაუსის მონაწილეობით მულტფილმებს უყურებენ. დღეს უკვე იქამდე მივიდა საქმე, რომ სერიოზული ჟურნალი *The Economist* სხვადასხვა ვალუტის მსყიდველუნარიანობას სხვადასხვა ქვეყანაში „McDonald's“-ის ადგილობრივ რესტორნებში ამ ბუტერბროდების ფასების ურთიერთშედარებით (ბიგ-მაკის ინდექსი) ანალიზებს.

კულტურული უნიფიკაცია გლობალიზაციის მოწინააღმდეგეთა ერთადერთი არგუმენტი როდია. ეკონომიკის თვალსაზრისით, მაგალითად, გლობალიზაცია, მათი აზრით, უთუოდ გამოიწვევს იმას, რომ

შედარებით სუსტი ქვეყნები დაკარგავენ თავიანთ რესურსებს, მცირე და საშუალო ბიზნესი ვერ გაუძლებს კონკურენციას და გაკოტრდება, და, საბოლოო ანგარიშით, მცირერიცხოვანი მდიდარი ხალხები კიდევ უფრო გამდიდრდებიან, ხოლო ღარიბები და-სუსტდებიან და თანდათან გაქრებიან. ისინი, ვინც არ ემხრობა გლობალიზაციას, აგრეთვე ამტკიცებს, რომ თანამედროვე კაცობრიობის წინაშე არსებული ყველა საფრთხე, ამა თუ იმ წილად, დღევანდელი გლობალიზაციის პროცესებს უკავშირდება.

ერების, კულტურების ხელოვნური შერწყმით, მათი გაქრობისაკენ სწრაფვით გლობალიზაციური პროცესების მმართველი მთავრობების საქმიანობამ კაცობრიობა შეიძლება მძიმე პრობლემების წინაშე დააყენოს. ამის სიმპტომები დღევანდელობაში მრავლადაა ტერორიზმის, ლოკალური კონფლიქტებისა და სხვათა სახით. მართლაც, ეროვნული თვითმოფადობა არის ის, რისი დაკარგვის უფლებაც არც ერთ მცირე ერს არ აქვს.

მსოფლიო გლობალიზაციის პირობებში სახელმწიფოთა პოლიტიკური და ეკონომიკური საზღვრები უწინდელ მნიშვნელობას კარგავს, რასაც თან სდევს ხალხებისა და კულტურების ასიმილირების რთული პროცესი, ამიტომ ეროვნული იდენტურობის უმთავრეს ფაქტორად კულტურული არეალიზაცია რჩება, მითუმეტეს, ისეთი პატარა ქვეყნისათვის, როგორიც საქართველოა.

მაგრამ, ამავდროულად შეუძლებელია თვითმოფადი კულტურის ხელოვნურად იზოლირება და ჩაკეტვა დანარჩენი სამყაროსაგან, ის ამით სტაგნაციას განიცდის და არ განვითარდება, თვითმოფადობა კი ასევე დინამიკური პროცესია. სოციოლოგების აზრით, მცირე ქვეყნისათვის, რომელიც ჩართულია გლობალიზაციის პროცესში ორი ალტერნატივა არსებობს არჩევანის სახით, ქვეყანამ შეიძლება განიცადოს ან მოდერნიზაცია ან ვესტერნიზაცია, რომელსაც მიკიბ-მოკიბვის გარეშე ამერიკანიზაციასაც კი უწოდებენ.

რამდენიმე წელია რაც ქართულ სივრცეში სანტა კლაუსის პერსონაჟი, ხატი ან თუნდაც არქეტები შემოვიდა. სანტა-კლაუსის პერსონაჟის მონაწილეობით ვხედავთ მრავალი დასავლური კომპანიის მიერ წარმოებული პროდუქტის რეკლამას ახალი წლის პერიოდში. რამდენიმე წლის წინ, ქალაქის მთავარ მოედანზე ქართველ ბავშვებს ტრადიციული თოვლის ბაბუასთან ერთად სანტა კლაუსიც ულოცავდა ახალ წელს, რაც თავისთავად უცნაური ფენომენია, რომელიც მიგვიტოვებს ორი: ტრადიციული და ვესტერნული კულტურის შერწყმას. საქართველოში მცხოვრები ბავშვებისთვის ეს საკმაოდ მნიშვნელოვანი კულტურული ფენომენია. წელს კი, არცერთმა ქართულმა კომპანიამ არ გამოიყენა თო-

ვლის ბაბუის პერსონაჟი თავის რეკლამაში, ის არ გამოჩენილა ქართულ სატელევიზიო სივრცეში.

ქართული თოვლის ბაბუა უკავშირდება ძირძველ ქართულ წარმართულ მეკვლეს ტრადიციებს, ის როგორც მეკვლე მოიხსენიება. მას, ჩვეულებისამებრ თეთრ ჩოხაში ჩაცმულს გამოსახავენ, ხურჯინით ხელში.

სანტა კლაუსის ხატის წარმომადგენლობა კი ისეთი, როგორსაც დღეს მას სარეკლამო რგოლებში ვხვდებით, წითელ სამოსში გამოწყობილს კომპანია „კოკა-კოლა“-ს უკავშირებენ, როცა მან 1931-1966 წლებში მხატვარ ჰადონ სანდბლომ მისცა შეკვეთა „კოკა-კოლა“-ს საშობაო რეკლამებისათვის სანტა-კლაუსის ილუსტრაციები დაეხატა. მას შემდეგ, კომპანია ამაყობს იმ ფაქტით, რომ შესძლო ისეთი არქეტების შექმნა, რაც კოლექტიურ მეხსიერებაში ჩაიბეჭდა. მართლაც, 40 წლის მანძილზე სანტა კლაუსის ამგვარი ხატის აქტიურმა პროპაგანდამ შედეგი გამოიღო და დღეს უკვე მსოფლიო საზოგადოებას გაუჭირდება სანტა კლაუსის წარმოდგენა სხვა სამოსში. მოგეხსენებათ, რომ სანტა კლაუსი, ეს იგივე წმინდა ნიკოლოზია, წმინდანი, რომელიც ქართული ქრისტიანული კულტურისათვის ესოდენ მნიშვნელოვანია.

გამოდის, რომ კომპანია „კოკა-კოლა“-ს მიერ განხორციელებული სარეკლამო კამპანიის შედეგად, რომელსაც სანტა კლაუსის ხატის დამკვიდრება ჰქონდა მიზნად სანტა კლაუსის თანამედროვე ხატი, როგორც ვესტერნული კულტურის მაგალითი აგრესიულად შემოიჭრა ქართულ კულტურაში, აგრესიულად იმიტომ, რომ ერთდროულად ორ ქართული კულტურულ არქეტებს დაუბრისხირდა, თოვლის ბაბუას და წმინდა ნიკოლოზს, ისეთს, როგორსაც მას მართლმადიდებელი ქართველები ეთაყვანებიან. ხოლო 3-7 წლამდე ბავშვების ცნობიერებაში მოხდა თოვლის ბაბუის ცნების ჩანაცვლება სანტა კლაუსით, რადგან ასეთია დღევანდელი საინფორმაციო ველი, ასე ვრცელდება მისტიფიკაცია, საინფორმაციო საშუალებები და სარეკლამო კამპანიები არ ავრცელებენ ქართველი თოვლის ბაბუის სახეს.

გლობალიზაციის პროცესი ბუნებრივად იწვევს იმ ხალხებისა და კულტურების ასიმილაციასა და ზოგჯერ სრულ გაქრობასაც, რომელნიც ვერ გამოიმუშავებენ სათანადო იმუნიტეტს, მაგრამ ეს არ არის ახალი მოვლენა.

ისტორიულად ცნობილი ყველა დიდი იმპერია ცდილობდა განხორციელებინა გლობალიზაციის ერთგვარი პროცესი. დღეს კი ამან საყოველთაო ხასიათი მიიღო. ჩვენ არ უნდა შეგვეშინდეს ინტეგრაციისა, რადგან წარსულის დიდი გამოცდილება გვაქვს და ვიცით, რომ საუკუნეთა მანძილზე ქართული კულტურა არაერთი უძლიერესი იმპერიის გაგლეხას განიცდიდა, მაგრამ სხვა კულტურების

ასიმილაციის და ასევე საკუთარი კულტურის შენარჩუნების გზით არასდროს დაგვიკარგავს თვითმყოფადობა.

უნდა გვახსოვდეს, რომ თავად გლობალიზაცია არ შეიძლება იყოს ქართველი ერის არც მტერი და არც მოყვარე, რადგან ის არის ნებისმიერი ერის მსოფლიოს ერთიან სივრცეში ინფორმაციული, სავაჭრო, ფინანსური, ეკონომიკური ინტეგრირების მიმდინარე პროცესი. გლობალიზაცია არის ზოგადად კაცობრიობის განვითარების შედეგი და მიუხედავად იმისა, რომ, როგორც აქტიურად გამოხატული მოვლენა, თავისი არსებობის სულ რაღაც ათ-თხუთმეტ წელიწადს ითვლის, დღეს უკვე წარმოადგენს იმ საერთაშორისო გარემოს, რომლის წინაშეც (მიუხედავად იმისა, აქვს ამის სურვილი ვინმეს თუ არა) მაინც მოუწევს მსოფლიოს ყველა ერსა და ეთნოსს გამოცდის ჩაბარება თავისი ეთნოკულტურული თვითმყოფადობის და თვითშეგნების შენარჩუნებაზე. ის ერი, რომელიც შეძლებს ისე მოახდინოს თავისი ეროვნული სხეულის ინტეგრირება მსოფლიოს ერთიან ინფორმაციულ, სავაჭრო, ეკონომიკურ თუ ფინანსურ სივრცეში, რომ თავისი ეროვნული თვითმყოფადობა არ დაკარგოს, გამოვა გამარჯვებული.

როგორც მაჰატმა განდიმ თქვა: არ მსურს ეცხოვრობდე ჩარაზული ფანჯრებითა და ყრუ კედელით გარშემორტყმულ სახლში. მსურს რომ ყველა ქვეყნის კულტურამ თავისუფლად იმოძრაოს ჩემი სახლის გარშემო, ისე, როგორც ქარებმა. მაგრამ არ ვისურვებ, რომ რომელიმე ასეთ ქარმა წამაქციოს.

Summary

This article is about hard and resistant processes of the globalization and about positive and negative sides of it. On the example of Georgia is shown how a little country must preserve self-existence and cope influence of the other cultures.

Globalization cannot be either enemy or friend of Georgia, because it is informational, economical and financial process of integration of all the nations in the world. Globalization is the result of human evolution and despite that it counts only about 20 years, today it represents such an environment against which every nation and ethnicity will have to pass the exam for ethno cultural and self-consciousness sustainability.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Consumption Markets Culture -A. Fuat Firat; Alladi Venkatesh. 2004. Harwood academic publishers.
2. Архетип и Символ- Карл Густав Юнг. 1991 Renaissance
3. Программа Развития ООН - Доклад о Развитии Человека. 2004
4. Глобализация и Культура - Сухарев Ю.А. 1999 М.
5. www.socium.ge
6. www.ambioni.ge