

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“ – СКОПЈЕ

ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ

ИНСТИТУТ ЗА СОЦИОЛОГИЈА

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

**ОДНОСОТ НА ГЛОБАЛНОТО И ЛОКАЛНОТО ВО КУЛТУРАТА:
СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Ментор:

Проф. д-р Ѓорѓе Младеновски

Кандидат:

М-р Марија Дракуловска Чукалевска

Скопје, 2011 година

СОДРЖИНА

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Содржина | I |
| Листа на табели | III |
| Листа на слики | VI |
| ВОВЕД | 2 |
| ПРВ ДЕЛ : ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА КАКО СОЦИОЛОШКИ ФЕНОМЕН | 11 |
| ВТОР ДЕЛ: ТЕОРЕТИЗАЦИИ ЗА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА | 22 |
| ВОВЕД | 22 |
| 1. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА:ПРОЦЕС И /ИЛИ ПРОЕКТ | 23 |
| 2. ХИПЕРГЛОБАЛИСТИТЕ, СКЕПТИЦИТЕ И ТРАНСФОРМАЦИОНИСТИТЕ | 27 |
| 3. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА НИЗ ПРИЗМАТА НА СВЕТСКО СИСТЕМСКИОТ ПРИСТАП, МОДЕЛОТ НА ГЛОБАЛНАТА КУЛТУРА, ГЛОБАЛНОТО ОПШТЕСТВО И ГЛОБАЛНИОТ КАПИТАЛИЗАМ | 33 |
| ТРЕТ ДЕЛ: ГЛОБАЛНОТО, ЛОКАЛНОТО И КУЛТУРАТА | 38 |
| ВОВЕД | 38 |
| 1. ГЛОБАЛНО - ЛОКАЛНО/ЛОКАЛНО – ГЛОБАЛНО | 40 |
| 2. ИМПЛИКАЦИИТЕ НА ГЛОБАЛНОТО ВРЗ КУЛТУРАТА | 43 |
| 2.1 Знаци на глобалното во локалните култури | 52 |
| 3. КУЛТУРНА ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈА, КУЛТУРНА КОНВЕРГЕНЦИЈА И КУЛТУРНА ХИБРИДИЗАЦИЈА | 56 |
| 4. ГЛОКАЛИЗАЦИЈАТА И ГРОБАЛИЗАЦИЈАТА | 60 |
| 5. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ИДЕНТИТЕТОТ | 65 |
| 6. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ЈАЗИКОТ | 72 |
| 7. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И МЕДИУМИТЕ | 78 |
| ЧЕТВРТТИ ДЕЛ: СОЦИОЛОШКАТА АНАЛИЗА НА ОДНОСОТ НА ГЛОБАЛНОТО И ЛОКАЛНОТО | 87 |
| 1. МЕТОДОЛОШКИ АСПЕКТИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО | 87 |
| 1.1 ХИПОТЕТСКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО | 87 |
| 1.2 МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП НА ИСТРАЖУВАЊЕТО | 90 |
| 1.2.1 Методски техники за прибирање на емпириска евиденција | 91 |
| 1.2.2 Методска постапка | 92 |
| 1.3.3 Дизајнирање на примерок | 94 |
| 2. ПЕРЦЕПЦИИТЕ ЗА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА | 99 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3. ПРИСУСТВОТО НА ПРОЦЕСИТЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВО ОДДЕЛНИ СФЕРИ ОД СОЦИЈАЛНИОТ ЖИВОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА | 110 |
| 4. РЕГУЛИРАЊЕ И КОНТРОЛА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА | 122 |
| 5. ПОСЛЕДИЦИ ОД ПРОЦЕСИТЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА | 128 |
| 6. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И АКТУЕЛНАТА ЈАЗИЧНА СОСТОЈБА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА | 139 |
| 7. ЈАЗИКОТ И ПИСМОТО НИЗ ЈАВНИТЕ НАТПИСИ И ФИРМИ: СЛУЧАЈ СО ГРАДОТ СКОПЈЕ | 160 |
| 8. ПРИМЕНА НА ФАКТОР АНАЛИЗАТА ВО ОТКРИВАЊЕТО НА ОДНОСОТ ГЛОБАЛНО ЛОКАЛНО ВО КУЛТУРАТА: СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА | 169 |
| ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА: РЕФЛЕКСИИ ЗА ОДНОСОТ НА ГЛОБАЛНОТО И ЛОКАЛНОТО ВО КУЛТУРАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА | 185 |
| БИБЛИОГРАФИЈА | 197 |
| ПРИЛОЗИ | 204 |

Листа на табели

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Табела 1. Глобализацијата во општествените науки | 15 |
| Табела 2. Основни карактеристики на глокалната и глобалната перспектива | 63 |
| Табела 3. Основните карактеристики на испитаниците во примерокот | 97 |
| Табела 4. Степенот на информираноста на испитаниците за глобализацијата | 99 |
| Табела 5. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата | 100 |
| Табела 6. Поврзаност меѓу степенот на образованието на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата | 102 |
| Табела 7. Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата | 103 |
| Табела 8. Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата | 104 |
| Табела 9. Позитивен и негативен личен став кон глобализацијата | 105 |
| Табела 10. Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и личниот став кон глобализацијата | 105 |
| Табела 11. Поврзаност меѓу степенот на образование на испитаниците и личниот став кон глобализацијата | 106 |
| Табела 12. Идентификување на глобализацијата според степенот на важност | 108 |
| Табела 13. Влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците | 111 |
| Табела 14. Поврзаност меѓу степенот на образование на испитаниците и влијанието на глобализацијата врз нивното семејство | 112 |
| Табела 15. Присуството на глобализацијата во местото на живеење на испитаниците | 113 |
| Табела 16. Поврзаноста меѓу степенот на образование на испитаниците и присуството на глобализацијата во местото на живеење | 114 |
| Табела 17. Присуството на глобализацијата според одделни сфери во Република Македонија | 115 |
| Табела 18. Степени на согласност за тврдењето „масовните медиуми се промотори на различните културни вредности и идентитети“ | 117 |
| Табела 19. Степени на согласност за тврдењето „присуство на странските кабловски ТВ- канали поттикнуваат кон нови животни избори во музиката“ | 117 |
| Табела 20. Избор на документарни емисии, филмови и серии според нивното производство | 118 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Табела 21. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии | 119 |
| Табела 22. Поврзаноста меѓу образованието на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии | 119 |
| Табела 23. Поврзаноста меѓу работниот статус на испитаниците и изборот на документарни емисии и серии според производството | 120 |
| Табела 24. Степени на согласност за тврдењето „денес познавањето и користењето на интернетот е неопходно | 121 |
| Табела 25. Влијанието на одделни фактори врз глобализацијата | 123 |
| Табела 26. Степени на согласност за тврдењето „познавањето и користењето на англискиот јазик е неопходно“ | 125 |
| Табела 27. Степени на согласност за тврдењето „англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската моќ | 125 |
| Табела 28. Степени на согласност за тврдењето „англискиот јазик не го загрозува вашиот идентитет | 126 |
| Табела 29. Степени на согласност за позитивното влијание на глобализацијата врз наведените феномени, институции и земји | 129 |
| Табела 30. Поврзаност меѓу регионите на испитаниците и тврдењето „позитивното влијание на глобализацијата врз САД“ | 131 |
| Табела 31. Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и тврдењето „позитивното влијание на глобализацијата врз САД“ | 131 |
| Табела 32. Степени на согласност за импликациите од глобализацијата и социо-економските промени во современите општества | 133 |
| Табела 33. Просечни вредности за социо-економските промени како последица од процесите на глобализацијата | 134 |
| Табела 34. Степени на согласност за промените и состојбата на културата и културните вредности во современото македонско општество | 136 |
| Табела 35. Просечни вредности за промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество | 137 |
| Табела 36. Присуство на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 141 |
| Табела 37. Мислењата на испитаниците за проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик | 142 |
| Табела 38. Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик | 142 |
| Табела 39. Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик | 144 |
| Табела 40. Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик | 145 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Табела 41. Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик | 146 |
| Табела 42. Ставот на испитаниците кон појавата на јавни натписи и Фирми напишани на странски јазик | 147 |
| Табела 43. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски фирми | 148 |
| Табела 44. Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 149 |
| Табела 45. Ставот на испитаниците кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 150 |
| Табела 46. Поврзаноста на регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 151 |
| Табела 47. Ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми | 152 |
| Табела 48. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми | 154 |
| Табела 49. Поврзаноста меѓу регионот на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми | 155 |
| Табела 50. Поврзаноста меѓу степенот на образование на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми | 156 |
| Табела 51. Мислењето на испитаниците за имињата на институциите, јавните објекти и улици | 158 |
| Табела 52. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и мислењето за имињата на институциите, јавните објекти и улици | 159 |
| Табела 53. Јавни натписи и фирми според стопанска дејност | 160 |
| Табела 54. Присуство на домашни и странски фирми | 161 |
| Табела 55. Јавни натписи и фирми според јазикот | 162 |
| Табела 56. Јавни натписи и фирми според странскиот јазик | 162 |
| Табела 57. Јавни натписи и фирми според употребата на писмото | 163 |
| Табела 58. Главните компоненти на факторите според критериумот за (eugen) | 171 |
| Табела 59. Матрица на факторски заситувања по varimax ротирање | 173 |

Листа на слики

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Слика 1: Степен на информираност на испитаниците за глобализацијата | 217 |
| Слика 2: Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и степенот на информираност за глобализацијата | 217 |
| Слика 3: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и степенот на информираност за глобализацијата | 218 |
| Слика 4: Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и степенот на информирање за глобализацијата | 218 |
| Слика 5: Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и степенот на информираност за глобализацијата | 219 |
| Слика 6: Личниот став на испитаниците кон глобализацијата | 219 |
| Слика 7: Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и личниот став кон глобализацијата | 220 |
| Слика 8: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и личниот став кон глобализацијата | 220 |
| Слика 9: Тврдења за глобализацијата според степенот на важност за глобализацијата | 221 |
| Слика 10: Влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците | 222 |
| Слика 11: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и влијанието на глобализацијата врз нивното семејство | 222 |
| Слика 12: Присуството на глобализацијата според местото на живеење | 223 |
| Слика 13: Образованието на испитаниците и присуството на глобализацијата во местото на живеење | 223 |
| Слика 14: Присуство на глобализацијата во одделни сфери во современото македонско општество | 224 |
| Слика 15: Масовните медиуми како промотори на различните културни вредности и идентитети | 224 |
| Слика 16: Присуството на странските кабловски ТВ- поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста | 225 |
| Слика 17: Избор на документарни емисии, филмови и серии според нивното производство | 225 |
| Слика 18: Возраста на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии | 226 |
| Слика 19: Образованието на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии | 226 |
| Слика 20: Работниот статус на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии | 227 |
| Слика 21: Познавањето и користењето на интернетот денес е неопходно | 227 |
| Слика 22: Влијанието на одделни фактори врз глобализацијата | 228 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Слика 23: Познавањето и користењето на англискиот јазик денес е неопходно | 229 |
| Слика 24: Англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската моќ | 229 |
| Слика 25: Присуството на англискиот јазик не го загрозува вашиот идентитет | 230 |
| Слика 26: Присуството на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик | 230 |
| Слика 27: Присуството на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик според региони | 231 |
| Слика 28: Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и мислењето за присуството на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик | 231 |
| Слика 29: Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и мислењето за присуството на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 232 |
| Слика 30: Мислењата на испитаниците за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 232 |
| Слика 31: Мислењата на испитаниците за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 233 |
| Слика 32: Поврзаност меѓу припадноста на испитаниците според региони за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 233 |
| Слика 33: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците според региони за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 234 |
| Слика 34: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците според региони за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 234 |
| Слика 35: Ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 235 |
| Слика 36: Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 235 |
| Слика 37: Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 236 |
| Слика 38: Ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 236 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Слика 39: Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 237 |
| Слика 40: Ставот за загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 237 |
| Слика 41: Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 238 |
| Слика 42: Мислењето на испитаниците за имињата на институциите, јавните објекти и улици | 238 |
| Слика 43: Поврзаноста на возраста на испитаниците и мислењето за имињата на институциите, јавните објекти и улици | 239 |
| Слика 44: Поврзаноста на регионот на испитаниците и мислењето за имињата на институциите, јавните објекти и улици | 239 |
| Слика 45: Степени на согласност за позитивното влијание на глобализацијата | 240 |
| Слика 46: Степени на согласност за импликациите од глобализацијата и социо-економските промени во современите општества | 241 |
| Слика 47: Степени на согласност на испитаниците за промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество | 242 |

В О В Е Д

Денешниот свет го одбележуваат сложени процеси кои имаат клучна улога во исцртувањето на контурите на современото општество и култура. Тоа се процеси кои, во основа, водат кон интеграција на светот во целина. Идејата за интеграција на светот во социолошката наука е присутна долго време. Меѓутоа, својата класична систематска формулација оваа идеја најде во Парсонсовиот функционалистички пристап. Современите општества тој ги анализира од аспект на еден општествени систем во кој деловите се интегрирани како цврста целина во чии рамки секој дел има позитивна функционална вредност.

Токму поради тоа, разбирливо е зошто оваа идеја продолжува да се развива и денес, како клучна за разбирањето и за објаснувањето на светската реалност, посебно на процесите на глобализацијата кои во основа се однесуваат на интегрирањето на општествата во едно светско општество, „на цврстата интеграција на земјите и на народите во светот“ (Stiglic, 2004: 23).

Денес, во јавноста, поимот глобализација е многу искористуван. Во многу случаи тој погрешно се употребува, а честопати и погрешно е разбран, затоа што јавноста има оскудни информации за процесите на кои тој се однесува. Оттука, не нè изненадува што има толку недоразбирања во поглед на тоа што е глобализацијата, каква е нејзината природа, кои се добрата кои таа со себе ги донесе, но и добрата кои ја направија по многу нешта контроверзен феномен.

Се чини дека во јавноста превладува мислењето дека глобализацијата е нешто што никогаш порано не постоело, нешто што предизвикува немир и страв за тоа што утре ќе се случи, потресувајќи ги нашите постоечки начини на живот. Многумина се чувствуваат како да се зграпчени од сили над кои немаат моќ. Немоќта се чувствува прво како лична, а потоа и како институционална.

Од поголемиот број дискусии за глобализацијата сè повеќе се потврдуваат размислувањата дека глобализацијата дојде како неразбирлив поим, со една неодреденост во своето конкретно значење, со неизвесност во својата содржина чии последици се многу нерамномерни. Во таа смисла, Ентони Гиденс коректно истакнува дека глобализацијата „дојде од никаде за да биде насекаде“ (Гиденс, 2003: 7). Токму тоа присуство „насекаде“ во светот,

глобализацијата стана популарна тема во многу академски кругови во кои се прават обиди да се разберат и да се протолкуваат раличните аспекти: економските, политичките, културните и личните од животот на современиот човек. Но, таа е тема сè поприсутна и во разговорите на обичните луѓе, каде што таа често пати се доживува како нешто што е штетно за светот во целина, добивајќи ја етикетата на негативна општествена појава. Всушност, секое теориско промислување за глобализацијата тргнува од овие и, слични на нив, гледишта кои настојуваат да ја сведат на „за“ или против“ и при тоа стануваат бесмислени. Таа бесмисленост едноставно се објаснува со прифаќањето на глобализацијата како клучна карактеристика на времето во кое живееме.

Оттука, не изненадува сè поголемото интересирање на социолозите и на другите социјални мислителите соодветно да ја објаснат суштината на глобализацијата како процес и нејзиното конкретното значење за човештвото. Голем број автори, да ги наведеме само оние најпознатите, како, на пример, Роналд Робертсон (Ronald Robertson, 1990; 1992; 1995; 2001; Robertson et al 2004), Имануел Волерстеин (Wallerstein, 1986), Ентони Гиденс (Gidens, 1998; 2000; 2001; Гиденс, 2003), Урлих Бек (Бек, 2000; Бек, 2003; Bek et al 2003), Дејвид Хелд (Held, 1997; David Held et al 1999; 2000; 2007), Ајрун Ападураи (Arjun Appadurai, 1990; 2001; 2008), Мартин Елброу (Albrow, 1990; 1996), Џорџ Ритцер (Ritzer, 2003; 2007; 2009; 2010; 2011), Џон Томпсон (Thompson, 2000), Зигмунт Бауман (Bauman, 1998), Малком Вотерс (Вотерс, 2003), Џозеф Стиглиц (Stiglic, 2004, Stiglitz, 2005), Томас Фридман (Томас Фридман, 2003), Мануел Кастелс (Castells, 2002; Кастелс, 2005), Саскиа Сашен (Sassen, 2007), Питер Бергер (Berger, 1997; Berger et al 2002), Јан Недервен Пиетерс (Pieterse, 2009), Јан Арт Шолте (Шоле, 2008) и други социјални мислителите од разни теориски позиции го објаснуваат нејзиното значење за социологијата и настојуваат да ја објаснат нејзината мултидимензионална природа.

За растечкиот интерес за глобализацијата зборува и огромната литература објавена на повеќе светски јазици. За илустрација, само на англиски јазик се објавени повеќе стотици илјади наслови кои се однесуваат на прашањето за глобализацијата. Имајќи го на ум тоа, како и извонредно големото научнотеориско и практично значење на глобализацијата и за нас, се одлучивме за изработка на оваа тема. При формулирањето на темата водевме сметка за сите карактеристични акценти на заемниот однос меѓу луѓето, групите

и на заедниците ширум светот, како и за нивната мобилност и различното историско доживување на просторот и времето. Но, со оглед на комплексноста на ова прашање нашите настојувања ќе се ограничат пред сè на односот на глобалното и на локалното во културата со посебен осврт на тоа прашање во случајот на Македонија.

Во годините по осамостојувањето Република Македонија стана пример на земја којашто во своите рамки почна да остварува еден поинаков модел на општество. Преку тој модел Македонија, од една страна, се обидува ги урне географските бариери со цел да се приближи и да ги прифати глобалните културни вредности, а истовремено настојува да ја зачува својата културна посебност. Тоа подразбира, од една страна, нејзино културно интегрирање со светските култури и вредности, а од друга страна воспоставување во сопствени рамки една неопходна рамнотежа меѓу универзалните вредности и дистинктивните вредности на сопствената култура. Томас Фридман, познатиот современ теоретичар и истражувач на глобализацијата, зборувајќи за воспоставување на рамнотежа меѓу глобализациските процеси и одделните општества и култури, посебно го потенцира тој факт дека земјите и културите, за да одговорат на тие предизвици, неопходно е да воспостават здрава рамнотежа во однос на зачувувањето на смислата на идентитетот, јазикот, и заедничството и елементите на глобалните процеси (Фридман, 2003: 51). Тоа значи дека глобализацијата претставува можност земјите и нивните култури целосно да се отворат кон светот, да ги афирмираат своите вредности на интернационално ниво, како и да се менуваат во насока на усогласување со културните вредности и нивното афирмирање во пошироки рамки.

Во врска со тоа нашиот проблемот како да започнува и да завршува со прашањата: Што е глобализацијата? Кои се основните теориски пристапи во нејзината анализа? Какво е влијанието на процесите на глобализацијата во локалните контексти? Кои се ефектите (последниците) од глобализацијата врз локалните култури, врз идентитетот, врз нивните јазици,? Колку локалните контексти се адаптираат на процесите на глобализацијата и дали може да воспостават рамнотежа меѓу нив? проблемот, навистина, како секогаш да започнува и да завршува со истите прашања. Тоа не се само економски, политички или технолошки прашањата кои се вклучуваат во глобализацијата, туку тоа се прашањата за начинот според кои ги водиме нашите животи.

Комплексната природа на глобализацијата претставуваше мотив повеќе да истраеме во настојувањето што пообјективно да ги анализираме одделните аспекти на овој општествен феномен. Основната цел, при тоа, беше да ги идентификуваме елементите кои се релевантни за утврдување на присуството на процесите на глобализацијата како и промените во културата на современото македонското општество.

Вака определениот проблем, директно упатува на предметот на нашето истражување, т.е на односот на глобалното и на локалното. Прашањето за односот на глобалното и локалното, претставува едно од прашањата за кои се интересира социолошката наука. Најголем дел од расправите за глобализацијата денес, на еден или друг начин, се во врска со оваа прашање. Но заради едно подобро разбирање на нашиот предмет на истражување, неопходно е да тргнеме од едно пошироко сфаќање на феноменот глобализација.

Сфаќањето на Гиденс за глобализацијата е репрезентативно. За глобализацијата тој смета дека таа е „интензификација на општествените односи на светски план која ги поврзува оддалечените места на таков начин што локалните случувања ги обликуваат настаните што се одиграле со километри далеку и *vice versa*. Таа е дијалектички процес, затоа што таквите локални случувања можат да добијат различен тек во однос на многу оддалечени односи што ги обликуваат“ (Gidens, 1998: 69).

Германскиот социолог Улрих Бек прави разграничување меѓу поимите глобализација, глобалност и глобализам. Со поимот *глобализација* Бек ги означува процесите на остварувањето на глобалноста. Тоа се процеси на транснационални врски и пространства. Со поимот *глобализам*, пак, тој ја означува идеологијата на правилото на светскиот пазар, поточно идеологијата на неолиберализмот (Бек, 2003: 14). Поимот *глобалност*, според Бек, значи дека ние одамна живееме во едно светско општество и во таа смисла, претставата за затворени општества станува фиктивна. Ниту една земја, или општествена група, не може да се изолира од другите. Сè што се случува на планетата не е ограничен локален настан, туку настан кој има силно влијание на целиот свет (Ibidem, 15). Всушност, ние веќе живееме во светско општество, кадешто доближувањето на местата станува непотребно. Светското општество означува севкупност на општествени врски, истакнува Бек, кои не се дел од националната држава. Токму тие врски се случуваат некаде, на некое место, на

некој простор кадешто поединците се во меѓусебни односи. Тие односи се обликуваат во зависност од општествената географија.

Еден дел од авторите тргнуваат од овој критериум и ја истакнуваат просторната компонента според која се објаснуваат општествата. Јан Арт Шолте смета дека општествената географија ги оформува начините според кои луѓето го организираат својот живот, своето време и градат мноштво идентитети кои имаат *транспланетарни* и *наттериторијални* особини (Шолте, 2008: 92). Транспланетарноста во човештвото има долга историја и се однесува на општествените односи меѓу луѓето низ целиот свет. Наттериторијалноста, пак, е релативно нов феномен во современата историја кој, пред сè, се однесува на одделеноста на општествените односи од одделени територии.

Во таа смисла, глобалното и локалното можеме да го набљудуваме како две страни на единствениот процес на глобализацијата. Овие две страни, глобалното и локалното, се две карактеристики на современиот живот кои се неразделни. Појавата на глобалното го подразбира постоењето на локалното. Впрочем, вистинско значење е во комбинацијата на глобалното и локалното, а не локалното против глобалното. Како што истакнува Роналд Робертсон „глобалното и локалното не се исклучуваат меѓу себе туку се надополнуваат“ (Robertson et al, 2004: 54).

Од овие расправи може да се извлече мислењето дека фокусот на нашето истражување е односот *глобално локално*. Со оглед на тоа дека претходно го определивме поимот глобализација, ни се наметна потребата да го определиме и поимот локално. При операционализацијата на поимот локално тргнавме, главно, од двата типа *локално*: глобална локализација и локална глобализација. Преку овие два вида на локално, ние го објаснуваме присуството и влијанието на глобализацијата врз него. Искуството зборува дека глобализацијата силно ги зафаќа сите сегменти од социјалниот живот во локалните контексти, особено во поглед на културата и промените во нејзините длабини. Затоа, најчувствително прашање, во врска со глобализацијата и нејзиното присуство во локалните средини, од кое произлегуваат многубројните отпори кон неа, е прашањето за иднината на локалните култури. Тие отпори, според Марио Варгас Љоса, произлегуваат од стравот дека исчезнувањето на националните граници и воспоставувањето на пазарно поврзан свет ќе значи смртен удар за регионалните и за националните култури, за нивните традиции, обичаи, митови

и за нивните начини на однесување кои го сочинуваат културниот идентитет на земјата или на регионот (Ljosa, 2003: 99).

Меѓутоа, широко распространетиот страв од глобализацијата нема рационална основа, иако, несомнено, глобализацијата може да има несакани ефекти. Ентони Гиденс убаво забележува дека културата како динамичка категорија и во минатото и денеска минува низ одредена трансформација и истакнува дека традицијата и културните вредности се изложени на промени. Како резултат на тие промени може да се создадат нови традиции и вредности (Гиденс, 2003: 40). Во тој поглед, културата во Република Македонија не е исклучок. Таа се менувала во минатото и несомнено ќе се менува и во иднина. Денес, едно од суштествените прашања е како да се зачува нејзината посебност, но истовремено да се изнајдат начини и патишта за нејзина афирмација во глобални рамки. При тоа, свесни сме дека промените кои се случуваат во културата ќе доведат до усогласување со светските културни вредности.

Во нашата анализа поимот култура се употребува во смисла на „дистинктивен начин на живот на едно општество“ (Вилијамс, 1996: 7), односно карактеристични бихевиорални практики и верувања по кои едно општество се разликува од другите. Кога станува збор за истражувањето на односот меѓу глобалното и локалното во културата, на примерот на Република Македонија, ние ќе се фокусираме на одделни димензии на нашата култура, конкретно на оние аспекти и белези во кои се највидливи знаците на глобализацијата. Поконкретно, истражувањето ќе се фокусира на следниве прашања:

-Дали перцепциите на граѓаните за глобализацијата се во согласност со нивниот степен на информираност за глобализацијата?

-Каков е личниот став на граѓаните кон глобализацијата?

-Како граѓаните ги идентификуваат процесите на глобализацијата?

-Колку граѓаните се отворени кон универзалните вредности и нивниот став кон елементите на локалната култура и можноста за интегрирање на глобалните и на локалните елементи на културата со оглед на полот, возраста, степенот на образование, место на живеење, работниот статус и секторот на вработување?

-Колку се присутни процесите на глобализацијата во одделни сфери во македонското општество?

-Колкаво е присуството на процесите на глобализацијата низ јавните натписи и фирми во Република Македонија?

-Колку е застапен странскиот јазик наспроти мајчиниот јазик низ јавните натписи и фирми?

-Колку е присутно латиничното, а колку кириличното писмо, со исклучок на писмата на немнозинските заедници во локалната средина?

-Кои се последиците од процесите на глобализацијата?

-Кои се факторите кои најдобро го објаснуваат односот на глобалното и локалното во културата?

Она што се очекува, од истражувачките прашања, во емпирискиот дел од трудот е да се идентификува, да се опише, да се анализира и да се објасни глобализацијата пред сè во Република Македонија. Тоа се објаснува преку влијанието на социо-демографските белези на граѓаните (пол и возраст); социо-културните белези (место на живеење, поточно припадноста според региони; етничка припадност¹ и верска припадност) и социјалниот статус на граѓаните (степенот на образование, работниот статус и секторот на вработување). Посочените варијабли се социјално – структурални, и по посреден пат, влијаат на мислењето на граѓаните за присуството на процесите на глобализацијата воопшто, а посебно во културата истите се со долготраен карактер. Во оваа прилика се анализираат за да се одредат разликите во насоките и во степенот на промените кои се случуваат во културата на Република Македонија.

1. Цели на истражувањето

Научната цел на ова истражување е да го тематизира (дефинира) феноменот на глобализацијата, да го истражи односот меѓу глобалното и локалното, да ги идентификува знаците преку кои глобалното е присутно во локалното, преку културните пораки кои го претставуваат процесот на глокализацијата, последиците, како и факторите преку кои се објаснуваат процесите на глобализацијата во современото македонско општество и култура.

¹ Варијаблите за етничката и верската припадност на испитаниците, имавме намера да ги вклучиме во нашата анализа меѓутоа, за нив во нашето истражување имаме лимитирани податоци. Во таа смисла, се надеваме дека во една слична анализа ќе ги опфатиме и овие варијабли.

Во тесна врска со основната научна цел е настојувањето да се истражат ставовите на македонските граѓани за процесите на глобализацијата во согласност со полот, возраста, степенот на образованието, местото на живеење (регионот), работниот статус и секторот на вработување.

За таа цел, ќе примениме соодветни техники (анкетниот прашалник, анализа на содржина и интервју), а преку нив ќе ги собереме податоците, кои понатаму статистички ќе се обработуваат.

Очекуваме, со оваа истражување, да се дојде до научнотеориски сознанија кои подобро ќе го објаснат присуството на глобализацијата во нашиот специфичен културен контекст, пред сè, сознанија за односот меѓу глобалното и локалното. Основната општествената цел на истражувањето е да се развива индивидуалната и колективната свест за присуството на глобализацијата во нашата средина, свеста за потребата од една рамнотежа меѓу глобалното и локалното, со истовремено јакнење на свеста за светот како целина и локалното како негов дел.

Се надеваме дека резултатите од истражувањето ќе бидат од полза и на македонските институции задолжени за афирмација и презентација на македонската култура на меѓународен план.

2. Организација на трудот

Трудот е организиран во четири дела, вклучувајќи го и *Воведот*. Воведниот дел на трудот се фокусира на општественото значење на проблемот, на определувањето на предметот и на целите на истражувањето.

Во првиот дел од трудот се дефинира поимот глобализација и се објаснува природата на процесите на глобализацијата, низ мислењата на истакнати социолози. Во вториот дел од трудот се сместени теоретизациите за глобализацијата претставени низ три поглавја. Третиот дел ги разработува односите меѓу глобалното и локалното со посебен осврт на културата и прашањата за идентитетот, јазикот и медиумите. Четвртиот дел од трудов се однесува на социолошката анализа на односот на глобалното и локалното во Република Македонија. Овој дел е поделен на осум поглавја. Првото поглавје се однесува на методолошката рамка на истражувањето, поточно на хипотетската рамка, методот на анализа и изворите на податоците користени во анализата.

Второто поглавје се однесува на информираноста на испитаниците за глобализацијата, личниот став кон неа и нејзиното идентификување. Во третото поглавје од трудов е илустрирано присуството на процесите на глобализацијата во одделни сфери од социјалниот живот во Република Македонија. Четвртото поглавје се однесува на регулирањето и контролата на глобализацијата. Во следното поглавје се поместени последиците од глобализацијата. Во шестото и седмото поглавје се прашањата за јазикот и промените во неговата употреба како резултат на процесите на глобализацијата во Република Македонија. Во последното поглавје се идентификуваат факторите преку кои егзистира односот глобално локално во културата. Во заклучниот дел од трудов се презентирани резултатите од истражувањето.

ПРВ ДЕЛ: ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА КАКО СОЦИОЛОШКИ ФЕНОМЕН

Денес се соочуваме со повеќе сфаќања за процесите на глобализацијата. Меѓу нив, се следниве сфаќања: глобализацијата е, нешто што не засега сите нас веднаш, на еден или на друг начин. Тоа е комплекс од процеси, а не само еден процес (Albrow, 1990; Гиденс, 2003; Held et al, 1999; Nash, 2000). Тие процеси ги зафаќаат сите подрачја од општествениот живот, продираат дури и во најинтимните делови на човековата личност. Тоа е брзото ширење на трговските и на финансиските пазари и инвестиции, мултинационални компании, комуникациите и информациите, на туризмот, на патувањата, при што светот се смалува, а далечината исчезнува. Како таква, глобализацијата станува феномен со кој се соочуваат современите општества, односно тие се претвораат во места каде што националните белези имаат споредно значење во однос на глобалните карактеристики.

Но, ако и приказната за глобализацијата, како една од најзначајните општествени појави, може да започне со такви претстави, таа секако, не ќе може да го одбегне фактот за долгата еволуција на глобализацијата без која е невозможно да се сфати ниту времето во кое денес живееме. Имено, нашата намера не е, да направиме некаков подолг осврт врз историскиот развој на глобализацијата. Тоа е, секако, задача која може да се постави во некој друг контекст. Сакаме само да укажеме на оние социолошки претпоставки кои се јавуваат како значајни за анализата на проблемот на глобализацијата, посебно односот меѓу глобалното и локалното.

Глобализација е феномен чии историски корени се доста стари. Нејзиниот развој има долга и фасцинантна еволуција која се движела од појавата на првите цивилизации во медитеранскиот базен, на Блискиот и Далечниот Исток па сè до денешното модерно општество (Friedman, 1994). Освојувачките стремежи на големите религии и цивилизации, војните и големите царства, се облици на поврзување на светови, со цел создавање на единствен свет и универзално стремење кон човештвото.

Меѓутоа, еволуционата линија на глобализацијата не се движела рамномерно, бидејќи во нејзиниот тек имало моменти кои директно влијаеле на нејзиниот правец на развој и нејзиниот интензитет. Прв таков момент е појавата

на индустриската револуција како и процесите на колонијализмот кои довеле до експанзија на глобализацијата која траела од средината на XIX век па сè до Првата светска војна. Некои автори, како Саскиа Сашен (Sassen, 2007), интензивната глобализација ја лоцираат во доцниот XIX век, кога милиони луѓе мигрираат, кога трговијата е сè повеќе отворена кон сите делови од светот и кога се јавуваат организации кои воспоставуваат нови норми во светската политика. Значи, глобализацијата е нешто што се случува подолг временски период и затоа контурите на светското општество треба да се бараат во поранешните периоди од човечката историја.

Многу автори посочуваат дека во средината на XX-от век, поради Втората светска војна и Студената војна, процесите на глобализацијата биле прекинати. Меѓутоа, тие, подоцна, стануваат движечка сила која ги срушила сите блоковски поделби на светот. На тој начин, тие го трансформираат светското општество на економски, политички и на културен план.

Имануел Волерстин, најистакнат претставник на теоријата за светскиот систем, глобализацијата ја поврзува со капиталистичкиот светски систем, додека, пак Роланалд Робертсон, најистакнат претставник на културната теорија за глобализацијата, истакнува дека таа се остварува низ целиот тек на развојот на модерноста и тоа низ неколку фази: фаза на зародиш, првобитна фаза, полетна фаза, фаза на борба за хегемонија и фаза на неизвесност (Robertson, 1992: 53). Глобалната културна перспектива на Роланд Робертсон, односно неговата идеја за „општите слики за светскиот поредок“ е извонредно значајна и, со оглед на можноста, да се примени за анализа на начините на кои конкретните општества ги формулират своите облици на партиципација во модерниот интердепендентен свет (Младеновски, 1998: 248).

Еден од авторите кој процесот на глобализацијата го поврзува со модерноста е Ентони Гиденс. Тој смета дека глобализацијата е последица на модерноста (Gidens, 1998: 166). Според Гиденс, глобализацијата како последица од модерноста е процес на ширење на западните институции и создавање на нови облици на меѓузависност во светот. Тие нови облици на меѓузависност во светот Гиденс ги објаснува преку: *светската капиталистичка економија, системот на национални држави, светскиот воен поредок и меѓународната поделба на трудот*. Тој забележува дека во светската капиталистичка економија главни центри на моќ се капиталистичките држави во кои корпорациите се

основни носители на производството во економијата. Корпорациите се глобално активни, како во матичните држави, така и во други делови од светот. Покрај нивната голема економска моќ, тие имаат и одредено политичко влијание на териториите каде што дејствуваат. Нивната основна логика е остварување на поголем профит и глобално распространет пазар на труд, на стоки и на пари.

Системот на националните држави е карактеристика на модерноста. Имено, тука се јавуваат две спротивни тенденции: првата се однесува на централизацијата на државите, а втората на јакнењето на суверенитетот на поединечните држави. Со заемното дејствување на државите се намалува поединечниот суверенитет на тие земји, но сепак, на одреден начин, се зголемува нивната моќ и зајакнувајќи го нивното влијание внатре во системот на држави.

Светскиот воен поредок може да го анализираме преку врските меѓу индустријализацијата на војната, движењето на оружјето и техниката, воените организации во сите делови од светот и сојузите кои државите меѓусебно ги воспоставуваат. Воените сојузи можат во некои околности да го намалат монополот над средствата за принуда на секоја држава, но тоа не е неопходно да се случи. До крајот на деведесеттите години во светот доминираше биполарниот воен систем (САД и Советскиот Сојуз), но во подоцнежниот период следува создавање на еден единствен воен систем. Денес, во услови на глобализација, воената моќ не е исклучиво ограничена само на оружје и сојузи, туку и на војните. Така, локалните судири стануваат предмет на глобалното ангажирање; тоа е видливо преку двете Светски војни во кои беа вовлечени учесници, практично, од сите делови од светот. Исто така, во сегашно време има и практики кои се нарекуваат *оркестрирана војна*, кои се однесуваат на воени судири против влади на други држави, против герилски движења, или и против двете, во кои суперсилите се ангажираат посредно, преку организирање на воените дејствија.

Меѓународната поделба на трудот преставава ширење на глобалната поделба на трудот, која вклучува диференцијација меѓу повеќе или помалку индустријализирани подрачја во светот. Модерната индустрија е иманентно заснована на поделбата на трудот, не само на ниво на работни задачи, туку и на регионални специјализации, врз основа на типот на производство, квалификации и производство на сировини. Големото ширење на глобалната

меѓузависност во поделбата на трудот се случила по Втората светска војна, која поттикнала промени во светската дистрибуција на производството и дезиндустријализација на некои подрачја во развиените земји како и појава на новоиндустријализирани земји во Третиот свет. Сето тоа, послужило капиталистичките земји сè потешко да управуваат со своите економии и да ја применуваат кензијанската економска политика. Како важен елемент на индустријализмот е светското ширење на машинските технологии не само во сферата на производството, туку и во многубројните аспекти на секојдневното живеење (Ibidem, 166).

Слична периодизација прави Дејвид Хелд кога зборува за партикуларните форми на глобализацијата. Тој зборува за *спацио-темпоралните* и *организациските димензии* кои се глобално поврзани во посебни историски епохи. Хелд истакнува дека спацио – темпоралните димензии се однесуваат на ширењето на глобалните мрежи, на нивната меѓусебна глобална зависност, на глобалните текови чие влијание е насочено кон глобалните меѓуповрзаности. Организациските димензии, пак, претставуваат специфични форми составени од инфраструктура на глобализацијата, институционализација на глобалните врски и примена на сила, глобална стратификација и глобална интеракција (Held et al, 1999: 17 -18).

Овој кус историски осврт за процесите на глобализацијата, јасно потврдува дека, иако со мали прекини, тие се одвиваат со векови. Меѓутоа, интензивната употреба на поимот глобализација главно во академските кругови има понова историја. Така, на пример, во англискиот јазик именката *globe* датира од петнаесеттиот век и означувала топчест приказ на планетата Земја пред неколку стотици години. Но, зборот *глобализација* кој означува процес, за првпат се појавил во англискиот јазик во 1959 година, а поимот *глобалност* како состојба во 80- те години од дваесеттиот век (Шолте, 2008: 80-81). Освен во англискиот јазик, поимот глобализација се користи и во рамките на другите јазици. За илустрација ќе посочиме на термините *mondialization* на француски, *globalisierung* на германски, *globalización* на латино- американски и во многу други јазици.

Современиот социолог Јан Пиетерс, дава еден општ преглед за дебатите за глобализацијата и во тој контекст го ситуира прашањето за глобализацијата во еден поширок контекст. Во врска со тоа, зборува за консензус меѓу социолозите,

барем во поглед на некои најзначајни белези на глобализацијата. Јан Пиетерс смета дека постои согласност во мислењето дека глобализацијата е обликувана од технолошките промени, дека инволвира реконфигурирање на држави, дека секогаш е придружена со регионализација и дека се одвива нерамномерно. Меѓутоа, според неговото мислење, глобализацијата предизвикува повеќе контроверзи отколку консензус. Всушност, оние нешта околу кои социолозите се согласуваат се помалку во однос на оние за кои тие водат расправи. Според него, најспорните прашања во врска со глобализацијата се прашањата за тоа дали глобализацијата во суштина е економски феномен или, пак, тој е мултидимензионален феномен? Постои и несогласување во поглед на тоа што, всушност, е глобализацијата? Пиетерс наведува уште неколку прашања кои се спорни. Тоа е прашањето дали глобализацијата е рецентен или долгорочен процес, прашањето дали глобализацијата реално постои или таа е мит или претерана реторика. Спорно е, исто така и прашањето дали во својата суштина глобализацијата е неолиберализам и дали, со процесот на глобализацијата може да се управува (Pieterse, 2009: 7-8).

Понатаму, Јан Пиетерс забележува, понатаму, дека глобализацијата различно се објаснува во различни општествени науки и во различни периоди. Концептот на Пиетерс е претставен во табела 1 (Ibidem,15-16).

Табела 1. Глобализацијата во општествените науки

| <i>Дисциплини</i> | <i>Период</i> | <i>Подрачје</i> | <i>Клучни зборови</i> |
|---------------------|---------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Економија | 1970 | МНК, банки, технологии | Глобални корпорации, глобални производи, глобален капитализам |
| | 2000 | | Нова економија |
| Културни студии | 1970 | Масовни медиуми, рекламирање | Глобално село, CNN, мекдоналдизација, дигнификација, хибридизација |
| Политички науки | 1980 | Интернационализација на државата. Општествено движење | Конкументски држави, постинтернационални политики, глобално граѓанско општество |
| Географија | 1900 | Простор и место, релативизација од дистанца | Глобално – локално, глобализација |
| Социологија | 1800 | Модерност | Капитализам, национална држава, индустријализација |
| Филозофија | 1700 | Глобална рефлексивност | Планетарна етика, универзален морал |
| Политичка економија | 1500 | Капитализам | Светски маркет (пазар) |

| | | | |
|---------------|----------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Антропологија | 5000 пне | Вкрстување на култури, технологии, светски религии | Глобални протоци, глобална екумена, раширено ниво на кооперација |
| Екологија | | Глобална екологија, интеграција од екосистеми | Глобален ризик |

Извор: Pieterse Nedeerven, Jan. 2009. *Globalization and Culture: Global Mélange*. Lanhan: Rowman & Littlefield Publishers, INC.

Во социологијата за првпат поимот глобализација го воведува Роналд Робертсон во осумдесетите години од дваесеттиот век, поточно во 1987 година (Robertson, 1992). Од овој поим во социолошкиот дискурс произлегуваат поимите глобална епоха (Albrow, 1990), глобална култура (Appadurai, 1990; Robertson, 1992; Smith, 1990), глобална свест (Robertson, 1992), глобален систем (Sklar, 1991), глобални градови (Sassen, 2001; 2007) и многу други кои се во меѓусебна релација. Освен во социологијата, поимот глобализација многу пошироко се употребува и во другите науки. Во економијата се употребува поимот глобална економија, глобализација на пазарите; во правото и меѓународните односи се употребува поимот глобална меѓузависност, итн.

Соодветно на поставените цели на овој труд, во продолжение ќе бидат претставени неколку сфаќања за значењето и за природата на процесите на глобализацијата, од кои, понатаму, продолжуваат да се развиваат неколку пристапи кои го проблематизираат ова прашање. Во овие сфаќања превладуваат, главно, класичните аспекти во дефинирањето на феноменот глобализација. Но, тие аспекти зависат од конкретната општествена констелација во која се дефинира феноменот, од времето и просторот, како и од индивидуалниот став на оној кој го дефинира феноменот. Токму тука се јавуваат контроверзите околу поимањето и определувањето на глобализацијата.

Од тие причини посебно се проследени некои од теориските сфаќања за поимот глобализација.

Џон Томпсон зборува за глобализацијата како растечко поврзување на различните делови од светот, како процес на интеракција и меѓузависност (Thompson, 2000: 202). За него, последиците од глобализацијата се комплексот форми од интеракција и меѓузависност. Џорџ Ритцер, глобализацијата ја објаснува како распространување и ширење на практики, експанзија на релации преку континенти, организација на општествениот живот на глобално ниво и растење на заедничка глобална свест (Ritzer, 2007: 4).

На сличен начин, Роналд Робертсон истакнува дека глобализацијата се однесува на згуснувањето на светот и на интензивирањето на свеста за светот како целина (Robertson, 1992: 8). Имено, таа свест се повеќе сè зголемува и веројатноста за светот да биде репродуциран како единствен, е сè поголема. Таа свест се гради врз основа на искуството кое е резултат од интензивирањето на светот како целина, а истовремено е и последица од глобализацијата. Сфаќањето на Робертсон, на извесен начин, кореспондира со она на Малком Вотерс. За него, постоењето на свеста за глобализацијата кај поединците е сè присутна, при што географските ограничувања во поглед на општествените и културните односи исчезнуваат (Вотерс, 2003: 14). Британскиот социолог Мартин Елброу, упатува на интегративната природа на процесите на глобализацијата. Тој зборува дека глобализацијата ги означува сите оние процеси со чија помош луѓето од целиот свет се инкорпорирани во едно светско општество, односно во глобалното општество (Albrow, 1990: 45).

Во таа смисла, блиско е и сфаќањето на Урлих Бек кој смета дека глобалноста се однесува на светското општество кое реално го доживуваме во најразлични форми. За него, претставата за затворени општества станува фиктивна бидејќи ниту една земја, ниту една група не може да се изолира од другите. На тој начин, глобализацијата ги означува процесите кои водат кон еден свет, истакнувајќи ја нејзината динамичка, процесуална компонента (Бек, 2003:15).

Дејвид Хелд и Ентони МекГру, најистакнати претставници на теоријата за глобалните трансформации, се посебно значајни поради нивното истакнување на димензиите на глобализацијата и последиците од нив. Тис потсцираат дека глобализацијата се состои од социјални, политички и економски активности кои ги преминуваат границите на еден регион од светот и стануваат значајни за поединците и општествените групи и во најоддалечените региони од светот (Held et all, 1999:15). Овие активности кои се основни и вкоренети во глобалниот свет, се начините според кои се трансформира светскиот систем. Џон Томлинсон, слично на Хелд, МекГру и Робертсон, исто така, ја нагласува мултидимензионалната природа на глобализацијата, иако повеќе е фокусиран кон културната, отколку кон економската, политичката, социјалната, технолошката и еколошката димензија на глобализацијата (Tomlinson, 1999: 13).

Поради мултидимензионалната природа, глобализацијата е директно условена од бројни фактори кои јасно упатуваат на нејзиното значење и оттука на промените коишто се случуваат во светот. Во таа смисла, хиперглобалистот Кенчи Охме ги нагласува промените во економската сфера и истакнува дека инвестициите не се географски ограничени, тие течат кадешто постојат поволни услови, без многу мешање на државата, индустријата е сè повеќе глобално ориентирана, отколку пред десет години, стратегиите на мултинационалните компании се обликуваат во согласност со новите пазари и ресурсите каде и да се наоѓаат. Исто така, информативните технологии им овозможуваат на компаниите да работат во различни делови од светот без создавање на цел работен систем во секоја од земјите во којашто се лоцирани. Индивидуалните потрошувачи се глобално ориентирани, со тоа што гледаат исти ТВ- станици и прифаќаат сличен начин на живот и производи, независно од која земја потекнуваат (Ohmae, 1995: 37).

Тоа се, всушност, промените коишто се случуваат на глобален план и кои навлегуваат во посебните социо- културни контексти коишто не секогаш се подготвени за нив. Тие промени ги зафаќаат сите сегменти на одделните општества и култури. Така, на пример, производите од економијата, сè повеќе добиваат информациски карактер и on-line -пристап. Мрежите на медиумите и нивните културни производи го освојуваат светот, особено преку вестите, документарните емисии, уметничките емисии, забавните емисии, сапунските опери, филмовите, музичките хитови итн; ги преминуваат географските простори, менувајќи ги локалните контексти.

Некои автори ги нагласуваат интегративните аспекти на глобализацијата, при тоа имајќи ја на ум можноста на локалните контексти и култури да се интегрираат во глобално конституираното општество. Во тој поглед, посебно се издвојува современиот социолог Јан Шолте. Тој истакнува дека во современата социолошка теорија процесите на глобализацијата се идентификуваат како интернационализација, либерализација, универзализација и вестернизација.

Глобализацијата како *интернационализација*, Шолте ја гледа во растот на финансиските трансакции и сè поголемата зависност меѓу државите. Тие тенденции на зависност се присутни како на глобално, така и на меѓународно ниво. Како пример за овие тенденции Јан Шолте го наведува изедначувањето на глобалната економија со меѓународната економија, глобалната политика со

меѓународната политика, па дури и глобалната култура со меѓународната култура.

Преку втората концепција, глобализацијата како *либерализација* Шолте го означува процесот за отстранување на официјално наметнатите ограничувања на движењето на ресурсите меѓу земјите, со намера да се создаде една отворена и безгранична светска економија. Во врска со тоа, Шолте забележува дека неолибералистичките концепции, нагласуваат дека светската либерализација, приватизацијата, дерегулацијата и фискалното ограничување, ќе придонесат во целиот свет да има мир, слобода и демократија. Наспроти овие размислувања, Шолте истакнува дека антиглобалистичките концепции истакнуваат дека слободната светска трговија доведува до сиромаштија, нееднаквост, конфликти, културно и еколошко уништување (Шолте, 2008: 87).

Во третата концепција глобализацијата се третира како процес на *универзализација*. Така сфатена, глобализацијата има улога во толкувањето на процесот на претпоставувањето на различните теми и искуства на луѓето од сите делови во светот, истакнува Шолте. Станува збор за концепт кој ја содржи идејата за глобализацијата како светски распространет процес. Поконкретно, идеите за глобализацијата како универзализација често се присутни, посебно преку процесите на стандардизација и хомогенизација во културата, економијата, политиката итн. Токму оттука, се јавуваат спротивните размислувања дека глобализацијата не е процес кој хомогенизира, туку, напротив тој, е процес кој промовира хетерогенизација.

Четвртата концепција, глобализацијата како *вестернизација* е една од најексплоатираниите во анализата на ова прашање. Шолте забележува, дека таа е посебен вид на универзализација, кадешто општествените структури на модерноста, како што се: капитализмот, индустријализмот, рационализмот, урбанизмот и индивидуализмот се шират низ целиот свет, при што локалните контексти стануваат нивни „жртви“. На ваков начин дефинирана глобализацијата се поистоветува со поимите колонизација, империјализам, американизација, вестернизација дури и откажување од сопствениот идентитет. (Шолте, 2008: 85-90, Ritzer, 2009; 2011). Денес, ваквите претстави за глобализацијата се посебно изразени во незападните земји, коишто, истовремено, имаат негативно мислење за неа. Според овие концепции, посебно

последните две, глобализацијата станува главен фактор во анализата на културите и вредносните системи.

Џорџ Ритцер, слично на Шолте, ги истражува процесите поврзани со глобализацијата. Тој, глобализацијата, ја објаснува преку процесите на *империјализмот, колонијализмот, вестернизацијата и истернизацијата*, кои, во голема мера, ги обележуваат општествата како во минатото, така и во сегашноста (Ritzer, 2009; 2011). Под поимот империјализам ги подразбира методите кои ги употребува една национална држава за здобивање контрола (понекогаш за освојување на територија) над друга држава или географска област. Во таа смисла, истакнува Ритцер дека современите општества се соочуваат со постоењето на културен и на медиумски империјализам. Културниот империјализам се јавува како резултат на наметнување на културите повеќе или помалку на други култури, а медиумскиот империјализам се јавува како резултат на доминацијата на Западните медиуми и технологии во помалку развиените општества и култури. Меѓутоа, како последица од империјализмот, Ритцер посебно го истакнува колонијализмот. Осврнувајќи се на колонијализмот, тој го потенцира културниот колонијализам сфатен како ширење на колонијалната сила на културните активности и институции (посебно на образованието и на медиумите), или асиметрично влијание на една култура врз друга. Така сфатениот колонијализам ја наметнува културата (западната) како средство на политичка и економска контрола во сите делови од светот. Денес, овие процеси се сметаат и како основа за појавата на процесите на вестернизацијата, кои, според сфаќањето на Ритцер, се процеси на економско, политичко и на културно влијание на Западот врз останатите делови од светот. Како пример за овие процеси тој ги истакнува технологиите, англискиот јазик, правото, животните стилови, па и храната, како елементи кои имаат значително влијание во незападните делови од светот. Но, покрај тоа западно влијание во светот, Ритцер го потенцира и економското и културното влијание на Истокот врз Западот. Тоа се процесите на истернизацијата, коишто, исто така, имаат големо влијание врз западниот свет. Тоа источно влијание Ритцер го забележува во присуството на етничките ресторани и кујни (кинеска, индиската, јапонска), популарната јога, вегетаријанството, автомобилската индустрија (Toyota, Nissan, Honda, Hyundai), како и преку електронската индустрија (Sony, Panasonic) (Ritzer, 2009: 64-78).

Очигледно е, и покрај аргументите кои се наведуваат во прилог на секое од наведените сфаќања, дека се работи за сложен феномен чишто дефинирање, често пати, зависи и од личниот став и определбата на одделните автори. Можеби затоа, понекогаш, наидуваат на разбирање и мислењата дека тој феномен и не треба строго да се дефинира, бидејќи не се работи еднаш за секогаш дадена состојба, туку за процес со разновидно изразување во реалноста.

Но, тврдењата дека, барем во теориска смисла, не постои јасен став што е, всушност, глобализацијата. Всушност, контроверзиите што се јавуваат во врска со нејзиното сфаќање и прифаќање кај јавноста се резултат на неможноста да се разбере овој феномен во целокупната негова сложеност. Глобализацијата денес, како реален општествен феномен е само определена форма на продолжување на процесот на обединувањето на човештвото.

ВТОР ДЕЛ: ТЕОРЕТИЗАЦИИ ЗА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА

ВОВЕД

Доколку, сакаме глобализацијата да ја одделиме како социолошки феномен и во теориска и во емпириска смисла, би требало, пред сè, да тргнеме од нејзината комплексност, од нејзината хетерогеност и диференцираност како во неа самата, така и во однос на другите општествени феномени. Ова дотолку повеќе што глобализацијата, како што се забележува, е феномен кој лесно се препознава по своите надворешни белези. Глобализацијата може да се истражува како од аспект на општествената макроструктура, од аспект на нејзиното место во вкупните односи на општествената структура како што се класите, слоевите и групите, така и од аспект на нејзината внатрешна издиференцираност. Таквата објективна положба на глобализацијата ќе има одраз и врз теориските размислувања за нејзиното место во социјалната реалност. При анализа на феноменот глобализација се соочуваме со мноштво концепции и теоретизации за него. Во поголемиот број од нив, превладуваат класичните аспекти во дефинирањето на феноменот. Во последните десетина години посебно се нагласуваат аспектите на глобализацијата како општествен феномен со кој се означуваат клучните предизвици на актуелната човекова историја. Кај повеќето од нив, сретнавме расправи кои се врзани за димензиите на глобализацијата и последиците од неа.

Токму во овој дел од трудот ќе се задржиме на најзначајните концепции и пристапи за глобализацијата кои се во тесна врска со предметот и целите на нашата анализа. За таа цел, пред сè, тргнавме од концепциите за глобализацијата како реален и /или како наметнат процес. Следната концепција се однесува на сфаќањата на хиперглобалистите, скептиците и трансформационистите за глобализацијата. На крајот од овој дел ќе го анализираме третманот на феноменот на глобализација во светско – системскиот пристап, во моделот на глобалната култура, во моделот на глобалното општество и во моделот на глобалниот капитализам.

1. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА: ПРОЦЕС И/ ИЛИ ПРОЕКТ

За феноменот глобализација во општествените науки постојат различни мислења. Ние, во овој дел, ќе се задржиме на две, можеби, најраспространети гледишта. Според првото гледиште глобализацијата е процес со реална содржина. Според второто гледиште глобализацијата е проект или конструкција на развиените земји со цел да се уништат останатите земји во светот. Првото гледиште го застапуваат голем број истакнати социолози, меѓу кои посебно значење за теоретизациите за глобализацијата, имаат Имануел Волерстин (Wallerstein, 1999), Роналд Робертсон (Robertson, 1992), Ентони Гиденс (Gidens, 1998) и Јан Пиетерс (Pieterse, 2009). Не помалку репрезентативна е и втората група автори кои го застапуваат гледиштето за глобализацијата како *проект*. Во оваа група влегуваат социолозите Пјер Бурдије (Bourdieu, 1998), Пол Хирст, Грегејм Томсон (Hirst and Thompson, 1999, 2000) и Џорџ Сорос (Soros, 2002).

Според Имануел Волерстин (Immanuel Wallerstein), глобализацијата е големо неразбирање на современата реалност. Тој истакнува дека денес се наоѓаме во период на транзиција или глобализација во која целиот капиталистички светски систем ќе биде трансформиран во нешто друго, при што, иднината на светот директно ќе зависи од транзицијата чии последици се неизвесни (Wallerstein, 1999: 1). Тоа го поткрепува со аргументите дека процесите на глобализацијата не се нови процеси, туку дека тие процеси траат веќе подолг временски период.

Слични определби наоѓаме и кај Роналд Робертсон. Според него, поимот глобализација, особено во академските средини, почнува да се употребува неодамна, поточно во почетокот на 80-те години навлегувајќи со голема брзина во сите сфери од општествениот живот во различни делови од светот, каде што се јавува и свесноста за овие процеси.

Оттука, за поимот на глобализацијата се врзуваат две значења. Првото значење се однесува на глобализацијата како субјективен процес за кој кај поединците постои свест за светот како целина, како едно единствено место. Второто значење, ја одбележува глобализацијата како објективен процес, според кој светот, реално, се поврзува на политички, економски и на културен план.

Имено, ваквиот пристап се покажува како посоодветен во дефинирањето на глобализацијата како процес, чиј крај не се гледа. Врз основа на овие две значења, Робертсон ја гради својата теорија за глобализацијата, нагласувајќи ги односите меѓу составните компоненти на „глобалната човекова ситуација“. Тие односи се клучни во промислувањето на глобалната ситуација, поточно, меѓу општествата (националната држава), светскиот систем на општествата, поединците и на човештвото. Со овие компоненти се означуваат процесите на социеталност, интернационализација, индивидуализација и генерализација, преку кои се гради сознанието за постоењето на човештвото и на глобалниот светски поредок. (Roberson, 1992:27). Од расправите за глобалниот поредок Робертсон формулира типови и поттипови на светскиот поредок, кои го означуваат како симетричен, асиметричен, централизиран и децентрализиран. Главни типови на светскиот поредок кои Робертсон ги потенцира се: *глобална заедница 1*- светот треба и може да биде организиран само во облик на релативно затворени социетални заедници. Според ова гледиште светскиот поредок Робертсон го гледа како симетричен, втемелен на верата за еднаква вредност и светот на секоја заедница; *глобална заедница 2*- тука се создава единствена светска заедница која според својата природа може да се означи како глобален поредок; *глобално општество 1*- тука на светот се гледа како поредок кои што е составен од серија отворени општества меѓу кои постои значајна социокултурна размена; *глобално општество 2*- замислува дека светскиот поредок е втемелен врз основа на планот на светската организација (Roberson, 1992:78). Преку типовите и подтиповите на светскиот поредок, Робертсон настојува глобализацијата да ја објасни како процес со долга историја. Робертсоновата теориска перспектива за глобалниот свет, во социологијата има големо значење, поради можноста емпириски да се истражат формите на глобализацијата и глобалната свест, операционализирани преку интеракцијата меѓу поединци или групи коишто имаат различни погледи за светскиот систем.

Слично гледиште развива Јан Пиетерс. Според него, глобализацијата е објективен емпириски процес кој ја јакне економската и политичката поврзаност. Од овие расправи, тој глобализацијата ја гледа како длабок историски процес кој го објаснува преку следниве аспекти: 1. движење на населението уште од античко време од еден кон друг континент во светот, 2. тоа

движење ја овозможува оддалеку културната размена, 3. светските религии и нивната глобализаторска моќ; 4. дифузија на технологии, воени технологии, писменоста, науките и развојот на новите технологии кои, пред сè, се должат на интеркултурните контакти (Pitersse, 2009: 26-27).

Наспроти претходните размислувањата за глобализацијата како процес, се јавуваат согледувањата на втората група автори кои се обидуваат да ја објаснат глобализацијата како *проект*. Најзначајни автори од тие се: Пјер Бурдије (Bourdieu, 1998), Пол Хирст и Грехејм Томсон (Hirst and Thompson, 1996), Џорџ Сорос (Soros, 2002) и многу други. Во центарот на нивните размислувања е глобализацијата како *проект* воден од моќни поединци и општествени групи во светот, кои, без оглед на последиците, профитираат на сметка на помалку моќните поединци и групи.

Францускиот социолог Пјер Бурдије критички ги анализира современите процеси. Тој зборува дека глобализацијата е силен мит, еден моќен дискурс, една силна идеја која е доминантна во современите општества (Bourdieu, 1998:34). Во таа смисла, Бурдије, забележува дека глобализацијата е проект кој е во рацете на мал број моќни земји. Тие моќни земји имаат доминантна позиција во однос на останатите земји во светот, и при тоа ја намалуваат автономијата на националните финансиски пазари (Ibidem, 45).

Гледиштето за митот на глобализација, понатаму продолжуваат да го развиваат Пол Хирст и Грехејм Томсон. Од расправите за мит на глобализацијата Хирст и Томсон издвојуваат неколку ставови кои одат во прилог на нивното гледиште: 1. Актуелната меѓународна економија е помалку отворена и интегрирана од периодот од 1870 до 1914 година; 2. Денес вистински транснационални компании се ретки. Голем дел од компаниите се национални, но тргуваат на мултинационално ниво со акцент на националното производство и продажба, при што нема значајни тенденции за развој на вистински меѓународни компании; 3. Мобилноста на капиталот не придонесува за трансфер на инвестициите и вработувањата од развиените земји кон земјите во развој; директното странско инвестирање е исклучиво концентрирано меѓу развиените индустриски земји, а останатите земји во светот се маргинализирани; 4. Како таква, светската економија е далеку по својот карактер да биде „глобална“. Трговијата, инвестирањето и финансиските текови се сконцентрирани во Европа, Јапонија и во Америка; 5. Овие главни економски

сили (G3) имаат можност да ја координираат политиката и преку неа да вршат притисоци на финансиските пазари и другите економски текови. Глобалните пазари на одреден начин се регулирани и контролирани, но делувањето и целите на економската власт се ограничени, од дивергентните интереси на големите сили и економските доктрини кои доминираат меѓу нивните елити (Hirst and Thompson, 1999:2-3).

Глобализацијата, според Сорос е релативно нов феномен кој се поврзува со развојот на глобалните финансиски пазари, растот на транснационалните корпорации и нивната сè поголема доминација над националните економии (Soros, 2002: 13). Во тој поглед, Сорос забележува дека под влијание на глобализацијата општествата се промениле, посебно на економски и на финансиски план. Поточно, истакнува тој, одделни држави да го привлечат странскиот капитал, се принудени да го прифатат „пазарниот фундаментализам“. На тој начин, се намалува способноста на државите да воспоставуваат контрола над националната економија (Ibidem, 14).

Но, и покрај последиците од процесите на глобализацијата, тие процеси, стануваат клучни за создавањето на светското општество. Тоа општество Урлих Бек го означува како севкупност на општествени врски кои не се интегрирани или зависни од политиката на националната држава. Бек претпоставува дека светот во комбинација со светското општество значи разлика или многустраност, па, поради тоа се јавуваат транснационалните облици на производство и конкуренцијата на пазарот на трудот, глобалното известување во медиумите, транснационалните бојкоти на потрошувачите, транснационалните начини на живот, кризи и војни, уништување на природата и многу други глобални прашања. Токму поради тоа, Бек глобализацијата ја означува како процеси преку кои независните национални држави се испрекинати и поткопани од транснационалните учесници со различни видови моќ, насока, идентитети и мрежи (Бек, 2003: 16). Според Бек, „глобализацијата се случува според различни автономни логика кои егзистираат едни покрај други. Како такви се логиката на економијата, политиката и културата, кои, според своите белези, лесно се препознаваат и чувствуваат“ (Бек, 2003: 16), и при што современиот човек неможно е да остане изолиран од сите тие случувања околу него.

2. ХИПЕРГЛОБАЛИСТИТЕ, СКЕПТИЦИТЕ И ТРАНСФОРМАЦИОНИСТИТЕ

Социолошката литература за глобализацијата изобилува со огромен број трудови во кои социолозите се обидуваат да ги групираат и да ги класифицираат концепциите за глобализацијата во зависност од нивната научна и идеолошка позиција. Тие класификации се состојат од широки тврдења и заклучоци за глобализацијата, во кои се забележуваат класичните социолошки објаснувања за глобализацијата.

Според нас, една таква интересна класификација за глобализацијата прави Дејвид Хелд (Held et al,1999: 3-10). Тој, при формулирањето на таа класификација, тргнува, пред сè, од сфаќањето дека глобализацијата е ширење, продлабочување и забрзување на светската меѓузависност во сите аспекти од модерниот општествен живот, од културата до криминалот, од финансиите па сè до духовноста. Токму поради комплексната природа, Хелд ја објаснува глобализацијата преку концепциите на хиперглобалистите, скептиците и трансформационистите. Тој потенцира дека меѓу концепциите постојат одредени разлики, кои, главно, се однесуваат на нивните интелектуални и нормативни оценувања за глобализацијата. Секоја од концепциите е фокусирана на одредени прашања, од кои ќе ги издвоиме следниве: 1. поимот глобализација; 2. динамиката на глобализацијата; 3. општествено - економските последици; 4. импликациите за државната моќ и владата; 5. историската трансформација.

2.1 Хиперглобалисти

Авторите Марин Алброу (Albrow,1996) и Кенчи Охме (Ohmae, 1995) се застапници на оваа концепција. Тие, во теориска и идеолошка смисла, меѓусебно се разликуваат, но во основа имаат блиски мислења за значењето на глобализацијата денес. Во своите дискусии тие глобализацијата ја третираат како нова епоха во човечката историја во која национални држави стануваат неприродни, дури и неодржливи економски единици во глобалната економија. На тој начин, се истакнува економската логика за постоењето на еден единствен

глобален пазар. Хиперглобалистите се согласуваат дека економската глобализација доведува до денационализација на економијата преку создавање на транснационалните мрежи на производството, трговијата и финансиите. Поради тоа, националните влади имаат само трансмисииска улога за глобалниот капитал (Held et al, 1999: 3). Токму според таа логика, економската глобализација создава нови облици на општествена организација која ги потиснува националните држави како примарни економски и политички единици. На тој начин авторитетот и легитимитетот на националните држави е променет, бидејќи националните влади се немоќни да воспостават контрола во своите граници. Во поглед на ова, хиперглобалистите имаат поделени мислења. Од една страна, се неолибералите кои ја истакнуваат индивидуалната слобода и пазарните принципи над државната моќ, а, од друга страна, се радикалите и неомарксистите, кои современата глобализација ја сметаат како основа за глобалниот капитализам. Но, и покрај овие различни мислења, постои согласување во поглед на сфаќањата за глобализацијата како економски феномен. Се истакнува дека глобалниот капитал ја наметнува неолибералната економија на сите влади, при што политиката не е веќе „уметност на можното“, туку е политика водена од „економскиот менаџмент“.

Покрај тоа, хиперглобалистите, забележуваат дека се промовира глобалната култура којашто е во релација со комуникациско-информатичките технологии. Таа, овозможува нови хибридни култури и идентитет и, при тоа, таа е основа за промена на традиционалните култури и вредносните системи. Сите тие промени доведуваат до реконструирање на општествените односи со тенденција за градење нови општествени хиерархии кои ја создаваат новата глобална цивилизација, а оттука и глобалните влади во смислата на неолибералите. За радикалите, пак, глобализацијата е глобална пазарна цивилизација. Но, и покрај идеолошките разлики, хиперглобалистите имаат заеднички сфаќања како, на пример, за „растот на глобалната економија, појавата на глобалната влада, како и глобалното ширење и хибридизацијата на културите, се карактеристики на новиот светски поредок кои го означуваат крајот на националната држава“ (Held et al, 1999: 4).

Хиперглобалистите истакнуваат дека националните влади се повеќе стануваат дел од глобалната економија при што виталноста на националната држава е загрозена. Поточно, опаѓа контролата на националната држава поради

сè поголемото значење на институциите од глобално и регионално ниво. Но, таа, од друга страна, создава услови за транснационална комуникација меѓу поединците со помош на глобалните комуникациски технологии и јакнењето на свеста за заедничките интереси и потреби.

2.2 Скептици

Спротивно на школата на хиперглобалистите, се јавува група автори, етикетираны како скептици. Кај авторите од оваа група наоѓаме поинакви концепции за глобализацијата. И покрај разликите кои постојат меѓу нив, сепак, може да се идентификува една заедничка теорија.

Еден од најистакнатите автори е Роберт Гилпин (Gillpin, 2001), кој зборува за глобализацијата како нова форма на Западот, преку која западните земји ги реализираат своите империјалистички интереси. Покрај него, значајно место во оваа школа имаат Самуел Хантингтон (Huntington, 1996), Пол Хирст и Грахам Томсон (Hirst, Thomson, 1999), поради истакнувањето на глобализацијата како проект на моќните држави кои имаат хегемонска улога во насочувањето на интернационалните текови.

Скептиците своите заклучоци ги изведуваат врз основа на критичкото преиспитување на хиперглобалистичките претпоставки, дека глобализацијата не претставува ништо друго, туку дека е идеолошка конструкција – која служи за да се покрие глобалниот хегемонистички проект на САД - преку познатиот Вашингтонски консензус, Светската Банка, Меѓународниот монетарен фонд и глобалното ширење на неолибералната политика во светот.

Оттука, за нив, глобализацијата не е епохална трансформација на светот, туку таа е обичен мит. Овој аргумент го објаснуваат со тврдењето дека денес ништо ново и радикално не се случува во однос на поранешните периоди. Повикувајќи се на историските податоци, тие го потенцираат само растот на нивото на интернационализацијата, поточно на интеракцијата меѓу доминантните национални економии, а не на глобализацијата (Held et al, 1999:5). Во тој поглед, спротивно од тезите на хиперглобалистите, скептиците сметаат дека националните влади имаат моќ да ги координираат нивните меѓународни економски активности коишто се под силно влијание на процесите на регионализацијата.

Скептиците силно се спротивставуваат на тезите на хиперглобалистите во однос на постоењето на една единствена економија. Тие, врз основа на истражувањето на економските тенденции во светот, заклучуваат дека трговијата, инвестициите и финансиските текови, главно, се остваруваат меѓу трите финансиски и трговски блокови: европскиот, пацифичко-азискиот и американскиот блок кои, во основа, не го интегрираат, туку го дезинтегрираат светот (Gilpin, 2001:6). На тој начин само јакнат економските врски и трансакциите внатре во регионите, а не меѓу нив. Според Гилпин, светската економија се соочува со процесите на регионализмот и дезинтеграцијата, коишто се спротивни на процесите на глобализацијата.

Како движечки сили на глобализацијата, скептиците ги истакнуваат националните држави и финансиските пазари, кои функционираат во духот на националните интереси. Токму тие интереси одат во прилог на постоењето и значењето на националните држави и влади кои не се пасивни актери туку напротив, тие се промотори на глобализацијата, а не нејзини жртви како што тврдат хиперглобалистите. Аргументите на скептиците за ова прашање се многу цврсти и се однесуваат на исклучителните способности на националните држави во трансформирањето на севкупните општествени односи. Меѓутоа, нагласуваат дека времето во кое денес живееме е исполнето со јакнење на национализмот и фундаментализмот, кои имаат за цел да го фрагментираат светот на цивилизациски блокови. Во таа смисла, Хантингтон потенцира дека светот не се наоѓа пред крајот на историјата, туку е пред судирот на цивилизациите (Huntington, 1996:21).

2.3 Трансформационисти

Како реакција на овие меѓусебно различни, но и делумно спротивставени концепции, се јавува една група автори коишто глобализацијата ја гледаат како мноштво на процеси кои го трансформираат светот во целина. Според нив, глобализацијата е централна движечка сила која е во позадина на брзите општествени, политички и економски промени кои ги преобликуваат модерните општества и светскиот поредок. Тие сметаат дека процесите на глобализацијата се без преседан во историјата, при што владите и општествата ширум светот мораат да се адаптираат кон светот, во кој што повеќе не постојат

поделби меѓу меѓународните и домашните, надворешните и внатрешните работи (Held et al,1999: 7).

Спротивставувајќи се на скептиците, трансформационистите Дејвид Хелд (Held et al,1999), Антони Гиденс (Gidens, 1998), Мануел Кастелс (Кастелс, 2005) и Јан Шолте (Шолте, 2008), истакнуваат дека денес се јавуваат безброј на нови меѓузависности во светот. Почнувајќи од секојдневниот живот и интеракцијата преку националните граници, осознавањето на транснационалноста преку медиумите, потрошувачката и туризмот; претставите за затворени и ограничени простори исчезнува расте еколошката свест нова е свесноста за постоењето различни култури со сите свои предизвици; нова е структурата на европските земји, како и бројот и моќта на транснационалните учесници и институции кои дејствуваат преку границите.

Од тие причини, овие автори истакнуваат дека иднината на глобализацијата е условена од современите глобални економски, воени, технолошки, еколошки, миграциски, политички и културни фактори коишто историски се непреводливи. Оттука, и иднината на државите зависи од глобализацијата. „Практично сите земји во светот, ако не и сите делови од нивните територии, и сите сегменти на нивните општества сега се функционален дел на еден голем глобален систем“ (Held et al,1999: 7). Трансформационистите глобализацијата ја поврзуваат со новите белези на глобалната стратификација во која некои земји и општества се вклучени во глобалниот поредок, а додека другите се исклучени. Во услови на густа глобализација, традиционалните белези на глобалната стратификација (центар-периферија) се заменуваат со нови белези кои ја означуваат глобалната стратификација во облик на концентрични кругови во кои се сместени елитните, средните и маргинализираните слоеви. Тоа го објаснуваат со сфаќањето дека современата глобализација ја реконструира моќта и авторитетот на националните држави, наспроти тезите на хиперглобалистите „за крајот на националната држава“ и тезите на скептиците за тоа дека „ништо ново не се случило“.

Трансформационистите наспроти традиционалното сфаќање за суверенитетот како апсолутен, неделив и територијален, зборуваат за новиот режим на *суверенитетот*. Под суверенитет подразбираат помалку територијално дефинирана граница, а повеќе како политичка спогодба околу

ресурсите во рамките на комплексните транснационални мрежи. Тоа тврдење го потврдуваат со тезата дека глобализацијата не само што е поврзана со новиот режим на суверенитетот, туку таа е врзана со новите моќни нетериторијални економски и политички организации на глобален план. Посебно ги издвојуваат мултинационалните компании, транснационалните општествени движења, меѓународните регулативни агенции и многу други. Така, авторитетот е распореден меѓу различни организации на глобално, регионално и локално ниво, при што националните држави не се единствени центри на владеење во светот. Меѓутоа, потенцираат дека моќта на националните држави и влади не е намалена, туку напротив таа е реконструирана и реструктурирана како одговор на комплексноста на процесите кои учествуваат во управувањето на сè повеќе поврзаниот свет (Held et al, 1999: 9).

Како такви, овие современи концепции за глобализацијата, поставуваат јасни поимно теориски аргументи. Иако различни и спротивставени меѓу себе, тие имаат исклучителна вредност во социолошката теорија. Таа вредност произлегува од нивните автентични теориски пристапи, каде што посебно се нагласува дека треба да се соочува човештвото.

Но, како што забележува социологот Лук Мартел (Martell, 2010), и покрај вредноста на овие пристапи, сепак тие имаат и одредени недостатоци. Тие недостатоци ги лоцира во селективниот однос на авторите кон одделни прашања за глобализацијата и нејзиното аналитичко проучување (Martell, 2010: 5). Тоа се прашањата за историскиот развој на глобализацијата, за причините на глобализацијата, прашањето за динамиката на глобализацијата, односот кон културата, како и за последиците од глобализацијата. Исто така, се забележува дека дел од авторите кои припаѓаат на различни пристапи за некои прашања во нивните анализи меѓусебно се поблиски отколку со авторите од својот пристап.

3 . ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА НИЗ ПРИЗМАТА НА СВЕТСКО - СИСТЕМСКИОТ ПРИСТАП, МОДЕЛОТ НА ГЛОБАЛНАТА КУЛТУРА, ГЛОБАЛНОТО ОПШТЕСТВО И ГЛОБАЛНИОТ КАПИТАЛИЗАМ

Во современата социологија, глобализацијата е едно од најмногу истражуваните прашања во последните неколку децении. Социолозите, на ова прашање, му придаваат исклучително значење како на теориско, така и на емпириско ниво. На теориско ниво видовме дека тие, главно, се насочени кон истражување на природата на глобализацијата, којашто е многу сложена и комплексна, па, поради тоа, тие настојуваат одделно да ги тематизираат нејзините димензии и последиците од нив. Најмногу внимание посветуваат на економската димензија, но, исто така, и на политичката и на културната. Сите овие димензии се заемно поврзани и преку нив се воспоставуваат нови релации меѓу државите и општествата во светот. Тие преставуваат пресвртница во социолошкото промислување кон современиот свет. Токму за тоа ново промислување на светот зборува германскиот социолог Урлих Бек. Тој истакнува дека социјалниот свет, на почетокот од глобализацијата, обликува многу (не само економски) димензии, кои го поткопувале значењето на националната држава, бидејќи мноштвото социјални кругови, комуникациски мрежи, односи на пазарот и стилот на живеење, веќе не се карактеристични за одредена локација, туку се карактеристични за светот како едно единствено место (Бек, 2003: 9). Во тој контекст, Урлих Бек го одбележува почетокот на напуштањето на класичните промислувања за територијалните целини одвоени една од друга. Тие се заменуваат со нови промислувања, коишто се во согласност со идеите за светот како целина. Токму тие идеи се теориска основа за емпириските истражувања на глобализацијата и процесите кои се непосредно поврзани со неа.

Емпириските истражувањата на глобализацијата, главно, се фокусирани на прашањата за глобалната економија и глобалната култура. Интересот на истражувачите за овие прашања е насочен, пред сè, кон активностите преку кои транснационалните компании ја прават возможна глобализацијата и преку кои воспоставуваат контрола во сферата на медиумите. На тој начин, тие се директно вовлечени во ширењето на глобалната и на потрошувачката култура. Покрај овие прашања, тие се занимаваат и со

прашањата за граѓанското општество и за човековите права, комуникациските технологии, животната средина и многу други.

Британскиот социолог Лесли Склер (Leslie Sklair), емпириските истражувања за глобализацијата ги групира во четири истражувачки пристапи кои во центарот на своето интересирање, ги имаат феномените на: светскиот систем, глобалната култура, глобалното општество и глобалниот капитализам (Sklair, 1999: 46-162). Кај сите пристапи, превладува мислењето дека современите проблеми не може да се решаваат само на ниво на национални држави, туку, нивното решавање треба да се бара во рамките на глобалните процеси.

3.1. Светско – системскиот пристап

Светскосистемскиот пристап за општествените науки, посебно за социологијата, има исклучително значење. Тоа го потврдуваат академските трудови на бројни мислители, кои, во своите анализи, глобализацијата ја истражуваат преку „светскиот систем“. Американскиот социолог Имануел Волерстин (Wallerstein, 1986), најистакнат претставник на теоријата за светскиот систем е особено значаен поради неговото истакнување дека денес, одвоените општества се реструктурираат во еден светски систем во кој, секое општество, секоја компанија, култура, класа и секоја индивидуа се инкорпорирани во една единствена поделба на трудот, која што тој, ја означува како капиталистичка светска економија. Почетоците на капиталистичката светска економија, Волерстин ги врзува за крајот на XV –от век и почетокот на XVI –от век, главно, во Европа. Меѓутоа, таа доживува кулминација кон крајот на XIX век, кога се распространува во сите делови од светскиот систем. Тој зборува дека светскиот систем, според своите белези и карактеристики, мошне се разликува од претходните општествени структури. Како пример ги наведува царствата, градовитедржави и националните држави кои, во основа, биле политички, а не економски ентитети (Wallerstein, 1986: 21).

Волерстин потенцира дека тие економски ентитети, денес, се овозможени преку единствениот пазар кој функционира според принципот на зголемување на профитот, кој, пак, директно е поврзан со одредени државни структури коишто ги застапуваат интересите на една или повеќе групи и на тој

начин се одржува огромната нерамнотежа меѓу земјите кои се во центарот, полупериферијата и периферијата во светскиот систем. Токму таа нерамнотежа е основа за појавата на конфликтите меѓу земјите кои се експлоататори и земјите кои се експлоатирани во светскиот систем. Всушност, таа глобална нееднаквост е основа за кризите на светскиот систем. Тие кризи се резултат од современите процеси, коишто го реструктурираат светскиот систем и го создаваат новиот светски поредок. Слична анализа развива и социологот Кристофер Чез- Дан (Chase- Dunn, 2002). Тој зборува за перспективите на светскиот систем кои, во голема мера, зависат од глобализацијата и преку која се анализираат денес економските и политичките проблеми (Chase- Dunn, 2002: 15). Во таа смисла, денес сè повеќе се зборува за глобална економија, глобална политика и глобална култура.

3.2 Моделот на глобалната култура

Во последните неколку децении, глобализацијата се истражува и низ феноменот на *глобалната култура*. Најзначајни претставници на овој модел се: Мајк Федерстоун (Featherstone, 1990, 2004), Роналд Робертсон (Robertson, 1992), Арјун Ападураи (Appadurai, 1990), Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007, 2010, 2011), Малком Вотерс (Вотерс, 2003), Мануел Кастелс и други. Тие, во своите истражувања, приоритетно значење и даваат на културата и на нејзините елементи. Посебно се заинтересирани за судбината на „малите“ култури и нивниот идентитет, во услови кога јакне глобалната култура.

Во моделот на глобалната култура, посебно се нагласуваат аспектите на хомогенизацијата на културата и опстанокот на индивидуалниот и на националниот идентитет, кои директно произлегуваат од активностите на медиумите. Основното гледиште на овој модел е ширењето на содржините на медиумите, особено на оние од телевизијата и интернетот, кои ја прават можна идејата за глобалното село, а оттука и за глобалната култура.

Како илустрација за ова гледиште е размислувањето на Антони Смит за глобалната култура. Тој зборува дека глобалната култура не се врзува со ниту едно место или период, туку таа е комбинација на различни компоненти извлечени од секаде и од никаде и е резултат на влијанијата од глобалните медиуми (Smith, 1990:177).

Во тој поглед, Лесли Склер, забележува дека во глобалната култура се вклучува и прашањето за хибридизацијата на културата (Sklair, 1999:152). Покрај овие прашања, истражувачите, овој модел го дополнуваат и со своите дебати за трансформациите во сферата на медиумите и медиумските култури, кои имаат клучна улога во создавањето на хиперреалноста, како и во создавањето на виртуелната култура.

Глобо-локализам

Во моделот на глобалната култура, Склер го вклучува пристапот наречен „глобо-локализам“. Во рамките на овој пристап, значајно место имаат трудовите на различни автори од различни земји во светот, кои што настојуваат да ги анализираат глобалнолокалните односи. Во таа смисла, Склер како најзначајни протагонисти на овој пристап ги издвојува: Здравко Млинар (Mlinar, 1992), кој зборува за глобалнолокалните односи кои ги обликуваат територијалните идентитети и американскиот мислител Алгер (Alger, 1988), кој, спротивно на Млинар, го развива моделот на локално –глобалните мрежи. Она што е заедничко во анализите кај двајцата автори е прашањето за иднината на територијалните идентитети во глобализираниот свет. На овој пристап му припаѓаат и прашањата за глокализацијата и глобализацијата на културите за кои ќе се осврнеме подоцна (Roberson, 1992; Ritzer, 2009).

3.3 Модел на глобалното општество

Моделот на *глобалното општество* во социологијата е посебно значаен поради истакнувањето на идеите за создавање на глобалното општество и свеста за него. Овие идеи се присутни во анализите на Робертсон и Гиденс, кои потенцираат дека глобалното општество се развива во модерно време и кога интензивно се развиваат науките, технологиите, индустриите, но истовремено јакнат и универзалните вредности како никогаш порано.

Ентони Гиденс зборува за временско – просторното оддалечување како предуслов за процесот кој се јавува како последица на модерноста. Всушност, тоа е процесот на глобализацијата, којшто општествените односи ќе ги

преструктурира низ времето и просторот и на тој начин ќе се создадат услови за создавање на глобалното општество.

Некои автори се спротивставуваат на мислењето на Робертсон и Гиденс. Тие сметаат дека глобалното општество може да се создаде само под реални услови, како одговор на проблемите и конфликтите кои се случуваат во светот.

3.4 Модел на глобалниот капитализам

Како најсупериорен пристап, во својата анализа, Склер го нагласува моделот на *глобалниот капитализам*. Освен Склер, овој модел го развиваат и други мислителите, кои на глобалното гледаат како на концепт којшто не се однесува само на односите меѓу националните држави и влади, туку се однесува и на конфликтите кои произлегуваат меѓу спротивставените национални економии (Sklair, 1999:156). Токму поради тоа, Склер го предлага моделот на глобалниот систем кој се темели на транснационалните активности што се независни од државните граници и нив ги спроведуваат недржавни субјекти. Тие активности тој ги распределува на три сфери: економска, политичка и културноидеолошка сфера. Одделно, во секоја од сферите, транснационалните активности ги спроведуваат нивните главни институции. Во економската сфера доминантни институции се транснационалните корпорации, во политичката сфера тоа е транснационалната капиталистичка класа и во културната сфера е идеологијата на конsumerизмот. Тие институции, заедно, го трансформираат светот, во согласност со глобалниот капиталистички проект. Особено значење во тој глобален проект, Склер и придава на транснационалната капиталистичка класа, која има привилегирана позиција како „глобална владејачка класа“.

Прашањето за глобализацијата, како на теориско така и на емпириско ниво, авторите од овие пристапи го анализираат во зависност од нивните научни перспективи. Тие перспективи, главно, се насочени кон феномените низ кои се манифестира глобализацијата, а кои се основа за нејзино истражување како во социологијата, така и во другите општествени науки.

ТРЕТ ДЕЛ: ГЛОБАЛНОТО, ЛОКАЛНОТО И КУЛТУРАТА

ВОВЕД

Интеграција, меѓузависност, глобална свест, промена, движење се основните, заемно поврзани поими кои непосредно произлегуваат од глобализацијата. Преку тие поими социолозите се обидуваат да ја анализираат и да ја дефинираат епохата во која денес живееме. Поточно, со овие поими се означуваат староновите односи, коишто ги обликуваат општествата, културите и поединците во современиот свет.

Секојдневно сме сведоци на разни движења кои ги преминуваат националните граници: движење на добра, движење на информации и комуникации, движење на разновидни производи и услуги и движење на луѓе. Сите тие се дел од нашата реалност и притоа, сè повеќе стануваме свесни за нив преку синџирите на продавници како што се Мекдоналдс (Mc Donald's) или Бенетон (Benetton), или, пак, глобалните производи на Сони (Sony), Самсунг(Samsung) или Кока-Кола (Coca-Cola). Покрај нив, сè повеќе во нашата средина, можеме да избереме ресторани кадешто се подготвуваат низа светски познати кујни: италијанска, шпанска, мексиканска, во кои се служат француски шпански или чилеански вина, во кои можеме да ја слушаме нивната специфична музика. Исто така, можеме, во најблискиот трговски центар, да купиме облека која е произведена во Турција или во Кина или, пак, да купиме автомобил кој е произведен во Кореа.

Сите овие движења, директно произлегуваат од односот глобално-локално, кој, во последните неколку години, е главна тема во современите социолошки теоретизации кај Роналд Робертсон (Roberson, 1992, 1995), Даглас Келнер и Ан Цветковиќ (Cvetkovich, Kellner, 1997), Џон Томлинсон (Tomlinson, 1999, 2001, 2007), Кевин Робинс (Robins, 1996, 1999), Урлих Бек (Бек, 2003) Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007, 2009, 2011) и многу други. Тие, во своите теориски размислувања го разгледуваат прашањето за глобалните културни промени и нивните импликации врз локалните контексти (локалната економија, политика и култура).

Во таа смисла, некои од авторите, нагласуваат дека преку духот на светската капиталистичка економија, транснационалните корпорации и

транснационалните политички организации светот денес сè повеќе се глобализира, и, од друга страна, преку нив се доведува во опасност националната држава, локалните култури и идентитетите.

Други автори, пак, потенцираат дека глобалните културни промени се од исклучително значење за локалните култури. Тие, на таквите промени гледаат како на можност за локалните култури, можност за интеракција меѓу глобалната и локалните култури, што, според нив, е основа за градење на еден заеднички културен модел.

Оваа идеја ја препознаваме кај Бек, кој истакнува дека максимата „мисли глобално, делувај локално!“ станува реалност. Тој тврди дека меѓународните институции и резолуции стануваат сè позначајни. При тоа се зголемува чувството дека нациите, исто така, можат да бидат раководени од меѓународните институции, а не само од институциите на национално ниво. Носителите на надворешната политика почнуваат да размислуваат за различни димензии од воената и економската моќ, како и за глобалните проблеми како што се човековите права и бегалските права, корупцијата и еколошките катастрофи. Глобализацијата, истакнува Бек, го менува нашето мислење и во тој контекст упатува на еден нов начин на мислење во кој нема место за затворени општества и култури (Бек, 2003: 45).

1. ГЛОБАЛНО – ЛОКАЛНОТО/ ЛОКАЛНО - ГЛОБАЛНО

Прашањето за односот меѓу глобалното и локалното, претставува едно од централните прашања на современата социологија. Тоа е непосредно поврзано со процесите на глобализацијата кои се суштински карактеристики на општествениот живот. Глобалното и локалното, во општествена смисла, се двете страни на овие процеси. Најчесто, локалното и глобалното се синоними за она што е мало и она што е големо. Но, оваа паралела е точна само ако термините се однесуваат географски и територијално. Појавата на глобалното го подразбира постоењето на локалното. Тоа особено го истакнува Брус Малиш кога вели дека глобалното може да егзистира исклучиво со локалното (Mazlish, 2005: 95). Токму, во овој контекст поимите на глобалното и локалното не се разгледуваат одделно, туку заедно, бидејќи меѓусебно не се исклучуваат, туку заемно се испреплетени и не можат да се одвојат еден од друг во насока на постоење на одредено ривалство меѓу нив.

Односот на глобалното и локалното, во теориска смисла, можеме дури и да го предефинираме, поточно односот на глобалното и локалното да го претставиме како однос меѓу општото и посебното. Впрочем, голем број социјални мислителци од различни дисциплини се обидуваат да го објаснат односот на општото и посебното, поточно односот на глобалното, систематското, од една страна, и локалното посебното, од друга страна.

Во некои современи концепции, глобалното и локалното се анализираат како однос на две макро и микро институции, преку кои се решаваат глобалните, регионалните и локалните проблеми (Cvetkovich and Kellner, 1997: 2).

Во нашиот труд ние настојваме да го објасниме присуството на процесите на глобализацијата во локалното. Во тој поглед, за нас е инструктивно мислењето на шпанскиот теоретичар Боавентура де Соза Сантос кој го изделува локалното како глобална локализација и локална глобализација (Боавентура де Соза Сантос, 2003: 65). Според него, глобалната локализација е процес со кој се означува адаптирање на глобализацијата кон локалните услови. Тоа адаптирање вклучува инкорпорирање на одредени глобални процеси внатре во локалното. Овде тој ги има на ум светските активности на мултинационалните компании, трансформацијата на англискиот јазик во нешто

што може да се нарече *lingua franca* или за глобализацијата на американската храна.

За истиот процес зборува и Урлих Бек. Тој нагласува дека голем број фирми во светот произведуваат и продаваат глобално. Понатаму, тој забележува дека тие мора да развиваат локални врски. На пример, менаџерите на *Coca-Cola* и *Sony*, ја опишуваат својата стратегија како глобална локализација. Тие нагласуваат дека целта на глобализацијата не е да се градат фабрики насекаде во светот, туку да се стане дел од одделни култури (Бек, 2003: 59- 60).

Процесите на локалната глобализација вклучуваат ширење на локални идеи, практики и институции надвор од границите на локалниот контекст. Тоа е, всушност, специфичното влијание на транснационалните практики и императивите кои произлегуваат од глобалната локализација во локални услови. Овој процес се состои од: укинувањето на трговските бариери со соседите, создавање на слободни трговски енклави или зони, забрана за сечење на шумите и масовно уништување на природните ресурси. Тука спаѓа и користењето на историското наследство, различните верски церемонии и свети места, занаети и национални паркови како туристички понуди. На тоа може да се додаде и еколошкиот дампинг (што подразбира неразвиените земји да го купуваат токсичниот отпад произведен во централните капиталистички земји за да го отплатат надворешниот долг), практикување на земјоделски производи наменети за извоз како дел од структурното приспособување на одделните земји на барањата на светскиот пазар. Но, исто така, и етнизацијата на работните места и судбината на локалните култури се дел од локалната глобализација.

Во оваа смисла, како дел од локалната глобализација, се прашањата за моделот нација- држава, поточно, за криза на авторитетот на државата и кризата на културите и културните вредносни системи. Токму, овие прашања се во фокусот на интересирање на голем број социјални мислители Роналд Робертсон, Ан Цветковиќ, Даглас Келнер, Урлих Бек, Дејвид Хелд, Михаел Цирн (Robertson, 1992, Cvetkovigh, Kellner, 1997, Бек, 2002, Held at all,1997, 1999, 2000, 2007, Cirm, 2003) кои се занимаваат со процесите на глобализацијата и нејзините последици. Во своите теоретизации за глобализацијата, потенцираат дека таа создава нови облици на трансформација кои ја доведуваат под прашање националната држава од една страна, а од друга страна пак, не го негираат постоењето на локалното во однос на глобалното, ниту, пак, нацијата и

посебните култури. За овие автори, глобалното и локалното се во реципрочен однос во кој глобалното не може да егзистира без локалното и спротивно локалното без глобалното. Тоа, всушност, подразбира воспоставување рамнотежа меѓу нив, исклучително во културата која има интегрирачка улога во современото општество.

2. ИМПЛИКАЦИИТЕ НА ГЛОБАЛНОТО ВРЗ КУЛТУРАТА

Социолошката анализа за глобалното и локалното во културата нема некоја долга традиција. Таа анализа започнува неодамна, пред сè, со интензивните процеси на глобализацијата и нивните ефекти врз одделни контексти и култури. За ефектите на процесите на глобализацијата врз одделните типови општества и култури пишувале повеќе социолози, како, на пример, Питер Бергер и Самуел Хантингтон (Berger and Huntington, 2002), Улрик Шуркенс (Schuerkens, 2003), Лоренс Харисон и Самуел Хантингтон (Harison and Huntington, 2004), Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007, 2009). Тие во своите теоретизации главно се осврнуваат на продирањето на процесите на глобализација во локалните култури. Токму поради тоа, за потребите на нашата анализа ќе проследиме неколку современи теоретизации за културата.

Социологот Крис Џенкс (Chris Jenks), во своето дело *Култура*, поимот култура го објаснува преку следниве значења: 1. културата како когнитивна категорија, како главна состојба на умот; 2. културата како колективна категорија, која е значајна за интелектуалниот и за моралниот развој за општеството; 3. културата како дескриптивна и конкретна категорија, културата видена како колективно тело на уметноста и интелектуалниот труд во кое било општество; 4. културата како општествена категорија, како севкупен начин на живот на поединците во едно општество (Jenks, 1993: 11-12). Од сите наведени категории за нас, од исклучително значење е културата како општествена категорија. Како таква, културата според Џенкс, е во сите сегменти на општеството низ форми на значења кои укажуваат на начинот на којшто човекот учествува во секојдневниот живот.

Сличен пристап кон дефинирањето на културата развива Рејмонд Вилијамс. Тој, културата, ја објаснува како целовит начин на животот, во чии рамки еден специфичен означувачки систем е суштински вроден во сите форми на општествена активност од јазикот преку уметностите и философијата, до новинарството, модата и рекламирањето (Вилијамс, 1996: 9).

Како таква, културата станува клучен елемент вроден и во процесот на комуникацијата или во смислата на Умберто Еко и Едвард Хол културата како комуникација. Културата, на тој начин, само ги наоѓа начините со кои соопштува нешто. Блиски со овие теоретичари се антрополозите за проучување

на културата, кои ги истражувале културните контакти, поточно процесите на културната динамика. Такви се, на пример, процесите на акултурација, енкултурација, дифузија, асимилација, селекција, резистенција, а преку нив теоретичарите ја објаснуваат културата како комуникација. Во таа смисла, културите доаѓаат во допир меѓу себе (акултурација), преку средбите меѓу поединците и културните системи (енкултурација), дури по пат на ширење на своите културни елементи. На ваков начин сфатена комуникацијата се јавува како основен услов за појавата на акултурација, која директно е условена од глобализацијата како социокултурен процес. Американските автори Роберт Редфилд, Ралф Линтон и Мелвин Херсковиц (Redfield, Linton and Herscovits, 1936), зборуваат за акултурацијата во заедничкиот труд *Меморандум за проучување на акултурацијата*. Според нив, акултурацијата ги опфаќа појавите кои се јавуваат кога групите поединци, кои имаат различни култури, доаѓаат во траен контакт, како и последиците кои од тоа се јавуваат во првобитните културни модели на едната или на двете групи (Шіć, 1974: 33).

Прашањето за културните контакти (или допири), во антрополошката и социолошката литература се употребува како синоним за поимот акултурација. Значителен дел од авторите кои се занимаваат со ова прашање, ги нагласуваат разликите што постојат меѓу групите во поглед на културните контакти. Тоа значи дека културните контакти се разликуваат меѓу општествените групи кои припаѓаат на ист или на различен социокултурен контекст. Културните контакти меѓу групите од ист социокултурен контекст или на различно ниво, се контактите меѓу урбано и рурално, а пак контактите меѓу групите од различен социокултурен контекст, се контактите меѓу Исток и Запад, меѓу западната и незападните култури, меѓу глобалната и локалните култури. Токму, контактите меѓу групите од различен социокултурен контекст, се посебно значајни за градењето на светското општество и процесите кои непосредно се врзуваат за него. Тоа се процесите на глобализацијата, кои се непосредно поврзани со акултурацијата, поточно, процесите на глобализацијата се обликуваат како еден современ вид акултурација. Како такви, процесите на глобализацијата доведуваат до културни промени кои ги зафатија како одделните општества и култури, така и светот како целина. Тие културни промени, главно, се поттикнати од економските и од политичките глобализации кои непосредно се вклучени во целокупните трансформации на современиот свет.

Промените во економијата, односно, оние кои се однесуваат на создавањето на светската економија и пазарите, остваруваат значајно влијание во сите сфери од општествениот живот, но најчувствителни во тој поглед се посебните култури. Во врска со тоа, Френсис Фукујама, го нагласува зголеменото значење на светската економија во однос на посебните општества и култури. Поточно Фукујама, зборува за економијата како клучен сегмент на општествениот живот, во која се испреплетуваат разновидни норми, правила, морал и различни обичаи, што го обликуваат општеството во целина, а оттука и културата (Фукујама, 1997: 17).

Културата има посебно значење во современиот свет. Денес таа ја заменува идеологијата како примарна идентификација на еден народ. Тоа значење на културата во глобалниот свет, Хантингтон го препознава како судир на цивилизациите, кој се јавува меѓу главните културни групи во светот: западна, исламска, конфучијанска, јапонска, индиска и други. Тој истакнува дека денес културите, покрај тоа што се соочуваат со внатрешните проблеми, тие сè повеќе се соочуваат со проблемите кои се врзани за светот како целина.

Франсис Фукујама се согласува со тезата на Хантингтон, дека културните разлики доведуваат до судир меѓу културите, но, исто така, смета дека културните разлики не се извор на конфликтот. Во таа смисла, тој забележува дека, без оглед на тоа дали конфронтацијата на културите води кон конфликт или кон прилагодување и прогрес, денес од животна важност е да се развие длабоко разбирање за она што ги прави културите посебни и функционални, поради што, проблемите кои се врзани за меѓународната конкуренција, политиката и економијата, може да се дефинираат преку културните термини (Фукујама, 1997:17). Како таква, економската глобализацијата директно влијае на социкултурното милје на конкретното општество. Тоа влијание се објаснува преку интензивните промени кои, во исто време, ги обликуваат и ги слабеат локалните културни контексти. Во средиштето на овие промени, се универзалните економски принципи кои заедно со културните принципи продираат во националните економии, културите, културните вредности и идентитетите на еден тивок начин, се во постојан конфликт. На тој начин, културните вредности, идентитетите, стануваат жртви на процесите на економското глобализирање на светот.

Како резултат на економското глобализирање на светот кај некои автори постои амбивалентен став во поглед на конфликтите меѓу културите. Од една страна, го нагласуваат конфликтот меѓу глобалното и локалното, меѓу универзалното и партикуларното, а, пак, од друга страна, укажуваат на нивното заемно проникнување и функционирање. Американскиот теоретичар Бенџамин Барбер, зборува за неолибералната глобализација како процес кој ги поттикнува конфликтите меѓу Jihad vs. McWorld, меѓу старите субнационални и етнички граници одвнатре и идеологијата на универзалните маркети. Во Барберовата дихотомија, Jihad се оние поединци, институции, култури и вредносни системи, кои ја воочуваат идеологијата на глобализацијата, и остро се спротивставуваат на хомогенизацијата на McWorld. Тој, на хомогенизацијата, гледа како на колонизација на културите и вредностите од брзата музика, брзите компјутери, брзата храна- MTV, Мачинтош (Macintosh), Мекдоналдс (McDonald's). Ова размислување е блиско со она на Хантингтон кој, исто така, е заинтересиран за конфликтите во светот и кој во разликите меѓу вредносните системи на одделни цивилизациски целини, Исламот и Христијанството, гледа како на главен извор на конфликти и опасност за новиот свет (Huntington, 1996: 22). Но, и покрај тензиите меѓу Џихад и Мек Ворлд (Jihad and McWorld), Барбер сугерира дека, сепак, тие се во една силна и парадоксална меѓузависност (Barber, 1996: 23).

Покрај глобалното влијание на економијата сè повеќе постојат мислења кои упатуваат и на глобалното влијание на политиката врз културите. Тоа влијание, непосредно, произлегува од промените кои се случуваат во политичкиот систем со промовирањето на демократијата, прашањата за човековите права и нивното почитување, како и јакнењето и делувањето на транснационалните институции кои излегуваат надвор од границите на националните држави. Се покажа дека културите не се имуни на овие влијанија. Овие глобални влијанија на економијата и на политиката посебно беа силни во некои од суштинските делови на културата. Тие делови се: погледот на свет, вредностите, културниот идентитет и јазикот, кои имаат не само интегративна туку и инструментална функција.

Погледот на свет е дел од културата кој има интегрирачка улога во неа, поточно, со него се означува посебниот поглед на свет на една култура. Според Едуард Кале, тој ја означува филозофијата или епистемологијата на некоја култура, и е основа за објаснувањето на светот. Појавите и процесите кои се

случуваат во светот, логично се објаснуваат преку него. Поконкретно, индивидуите за да ги разберат, да ги сфатат, или пак, да ги опишат случувањата во светот се потпираат на начелата кои ги содржи нивниот поглед на светот. Погледот на светот е начинот според кој поединецот од дадена култура се гледа себе си во зависност од сето останато, поточно, Едуард Кале, потенцира дека тоа е идеја која ги дава одговорите на следниве прашања: каде сум?; меѓу што се движам?; какви се моите односи кон нештата? (Kale,1977: 73).

Меѓутоа, денес, воспоставениот поглед на светот на културите се обликува во согласност со процесите кои ја обликуваат современата цивилизација. Со оглед на тоа, денешниот поглед на светот се разликува од оној во поранешните периоди, кој, главно, се градел на цврсто затворените култури и општества. Меѓутоа, тој денес се рedefинирал, од една страна, во насока на изградување на светот во целина, а, од друга страна, во насока на изградување на еден поглед на светот кој е ограничен само на некоја посебна култура.

Покрај погледот на светот, значајно место во културата имаат вредностите. Тие во голема мера се одредени од погледот на светот и правилата на однесување. Поради тоа, исти вредности во различни општества, имаат различно значење и вредност. Тоа јасно упатува дека во секое општество постои збир на културни вредности кои го создаваат заедничкиот вредносен систем. Вредностите, во овој контекст, можеме да ги согледаме како начин според кој се одржува стабилноста на културата. Таа стабилност, пред сè, зависи од стабилноста на воспоставениот систем на културните вредности (Ibidem, 81).

Системот на културните вредности на даден општествен контекст, во голема мера, зависи од процесите кои се случуваат во и надвор од него. Процесите кои се случуваат во надворешниот свет денес се поврзуваат со процесите на глобализацијата кои силно влијаат врз културите и нивните вредносни системи. Човештвото сè повеќе се соочува со процесите на глобализацијата, кои, на тивок начин, навлегуваат во посебните вредносни системи, ги наметнуваат своите вредности на еден фуриозен начин. Тие вредности, во голема мера, се пренесуваат преку образованието, преку медиумите и нивните содржини, преку уметноста и други сфери. Новонаметнатите вредности го засилуваат индивидуализмот кај поединците, кој, главно, се развива поради широките можности што ги имаат поединците да го обликуваат својот сопствен живот, што, од друга страна, води кон

намалување на значењето на колективизмот. Покрај тоа, се наметнуваат вредности кои стимулираат исти вкусови во музиката, филмот, облеката, храната и преку кои се нагласува еден брз и комотен начин на животот, што, кај поединците доведува до појава на рамнодушност и алиенација. Сите овие глобални вредности ги доведуваат во опасност локалните култури и вредности, па оттука тие вредности не секогаш се прифатливи за локалните култури.

Локалните култури поради своите посебни карактеристики, не се прилагодуваат целосно на универзалниот модел. Тие тежнеат да ги задржат своите посебности во својот партикуларистички модел. Овој модел е карактеристичен за локалното егзистирање, поточно во секојдневниот локален живот. Тој ги вклучува активностите во рамките на семејството, на работното место, соседството, блиските односи „лице в лице“, од кои се создаваат искуства кои се директни и реални. Честопати овие активности имаат големо влијание врз човековиот живот. Овој локален секојдневен живот е централна нишка од организацијата, производството и ширењето на културата. Меѓутоа, тој локален живот е изложен на процесите кои се случуваат на глобален план, поточно, тој се менува под влијание на екстерните културни елементи. Улрик Шуеркенс под екстерни културни елементи подразбира елементи кои ги преминуваат националните и културните граници и кои навлегуваат во локалниот контекст (Schuerkens, 2003: 213). Како пример за овие културни елементи тој ги истакнува западните музички и филмски индустрии, западните конзумирачки производи, економските и финансиските трансакции коишто имаат централна улога во локалниот секојдневен живот. На тој начин, тие се обидуваат да станат дел од локалните култури, и при тоа, создаваат погодни услови за реорганизирање на локалните реалности и заедно придонесуваат за појава на конфликтот меѓу нив (Schuerkens, 2003: 218).

Токму од ова размислување произлегува и идејата за кризата во која се наоѓаат посебните општества и култури. Посебно, тоа се забележува во делата на Наоми Клејн (Klein, 2001) и Џозеф Стиглиц (Stiglic, 2004). Тие истакнуваат дека процесите на глобализацијата предизвикуваат несакани ефекти по одделните општества и култури. Тие несакани ефекти ги врзуваат за економијата, поточно за таканаречената „приватизација на светот“, која е во рацете на една група луѓе кои, преку познатите моќни институции, управуваат

со светот. Како такви го сметаат Меѓународниот монетарен фонд, Светската банка, Светската трговска организација и НАТО.

Меѓутоа, од сите овие аргументи против глобализацијата, најсериозни се оние кои се поврзуваат со културите. Во таа смисла, перуанскиот книжевник Марио Варгас Љоса (Ljosa, 2003), забележува дека тие, главно, се однесуваат на тврдењето дека со бришењето на националните граници и воспоставувањето на еден пазарно поврзан свет, регионалните и националните култури се доведуваат во опасност, поточно, тие стануваат жртви на интензивното глобализирање на светот. Овие аргументации и многу други, го занемаруваат фактот дека локалните култури не се рушат, туку тие само се ослободуваат од стегите на национализмот, поточно, од крутите рамки на националните држави. Во врска со тоа, Љоса забележува дека со слабеењето на националната држава, повторно се враќаат заборавените, маргинализирани локални култури кои покажуваат нов динамичен живот во светот кон забрзано се глобализира (Ljosa, 2003: 111).

Некои, пак, автори, глобализацијата ја гледаат како процес кој ги унифицира културите и културните вредности, од една страна, а од друга страна, пак, како процес преку кој припадниците на таа култура се обликуваат според западните производи и вредности (Arendt, 1993:198).

Меѓутоа, овие современи теоретизации, јасно упатуваат дека од односот на глобалното и локалното, во културна смисла, произлегуваат неколку последици кои се случуваат во одделните социокултурни контексти. Од расправите за последиците во одделните социокултурни контексти Питер Бергер и Самуел Хантингтон издвојуваат неколку последици од односот на глобалното и на локалното: 1. елементите на глобалната култура, по своите карактеристики настојуваат тивко да ги конвертираат локалните култури; 2. комбинирањето и мешањето на елементите од глобалната и од локалната култура, се најдобар начин за воспоставување на баланс меѓу нив преку создавање на заеднички усогласен вредносно културен модел; 3. синтезата од елементите на глобалната (универзална) култура и елементите на локалната (партикуларна) култура создаваат глокална култура во рамките на посебниот културен контекст; 4. локалните култури стануваат свесни за опасностите од глобалната култура, па оттука тие градат заштитни механизми (политики) за зачувување на своите културни вредности и идентитет, преку отфрлање на глобалните елементи и свртување кон својот посебен културен модел;

5.локалните култури, најдобро може да се одбранат од влијанијата на глобалната култура со сопствена промоција во светската реалност (Berger and Huntington, 2002: 50).

Сознанијата добиени од едно социолошко истражување („Социолошките аспекти на етничкиот соживот во Република Македонија“ и „Млдински трендови“) за културата и вредностите во Република Македонија, упатуваат на постоење на промените во нив. Како такви од тие промени произлегуваат три системи на вредности. Тука, пред сè, ќе се фокусираме на најзначајните елементи на секој од системите. Првиот вредносен систем се состои од *историски формиран менталитет*; особено во однос на егзистенцијалните прилики; врзаност за примарните општествени групи; преминација на православниот и патријархалниот морал (и малограѓанскиот менталитет произлезен од процесот на урбанизација и миграциите на релација село- град и кризата на идентитетот во преобразувањето на руралниот во урбаниот начин на живот); влијанието на етно- религиозниот фактор како релевантен чинител на традиционално обоените културни модели (Петковска, 2009:19).

Вториот вредносен систем е *соц-реалистичкиот* каде што доминира идеолошко- политички исконструираниот и наметнат начин на мислење и вреднување на општествената стварност; изместување на интересите на поединецот кон интересите на општеството; (квази) егалитаризам, (квази)хуманизам; величање на автократското и тоталитарно влијание на државата итн. Третиот е *актуелниот вредносен систем* кој укажува на: свртеноста кон материјалните вредности и потрошувачкиот менталитет; свртеност кон светот односно кон некои универзални вредности што водат кон процесот на глобализацијата; вклопување во информатичкото општество и културата; фасцинација од постмодерниот начин на мислење; мултикултурализмот и интеркултурализмот, односно тенденциите на општочовечка, интергрупна и интериндивидуална толеранција; митот на политичката демократија (Ibidem, 19). И покрај судирот меѓу трите вредносни модели во македонската култура кои создаваат конфузија во свеста на поединците и општествените групи, сепак, нашата култура се движи во насока на нејзино усогласување со светските вредносни модели и, истовремено, зачувување на автентичните вредности.

Како потврда на ова гледиште се и размислувањата на Бек што се однесуваат на новото значење на локалното и на локалните култури. Новото промовирање на локалното, тој го објаснува преку процесите на „делокација“ и „релокација“. Токму овие процеси заедно, имаат бројни последици во сите сфери од општественото живеење. Меѓутоа, најважно е дека локалните култури не мора повеќе да се оправдуваат, оформуваат и да се обновуваат изолирано од остатокот на светот. Наместо традиционалната самоодбрана со традиционални средства, локалните култури имаат можност да се преселат во глобален контекст на размена и дијалог (Бек, 2003: 60-61).

Во тој случај, локалните култури со своите специфики, глобално, се преместуваат и, во тој контекст, самостојно се обновуваат. Со овој процес на делокација и релокација може да се опфати и културата во Република Македонија, во еден просторен свет во кој таа ќе ги изнајде патштата за својата афирмација и за презентација на сопствените вредности. Во овој контекст сакаме да забележиме дека на Република Македонија не и е потребна фетишизација на културата, туку реално постоење на таа култура во глобалните рамки. Како што истакнува Расел Џекоби (Russell Jacoby) своите корени ги фетишизираат оние кои се без корен, а не оние кои се вкоренети (Jacoby, 2002:79).

Сакаме да истакнеме, исто така, дека процесите на глобализацијата не се закана за културата во Република Македонија туку, напротив, тие се можност за нејзино усогласување со универзалните принципи. Во таа насока, Ентони Гиденс истакнува дека традицијата, па и културните вредности се нешто што во текот низ вековите се менувале, и дека во тој поглед не треба да постои страв од создавање нови традиции и културни вредности (Гиденс, 2003: 38).

Меѓутоа, Едгар Морен, ја застапува идејата за општочовечка култура. Тој, во оваа идеја го гледа излезот од општествена криза во која се наоѓа современиот свет. Тој, пред сè, зборува за заедничка изградба на една култура која ќе припаѓа на целото човештво (Morin, 1983: 214-215). Таа заедничката култура пред сè, има интегративна улога преку која поединечните општества ќе се интегрираат во едно светско општество.

3.1. Знаци на глобалното во локалните култури

Во локалните културни контексти покрај нивните посебни и специфични белези, егзистираат и се јавуваат други форми и содржини, кои се резултат на процесите на глобализацијата. Токму поради тоа, во последните неколку години, расте интересот на социолозите за знаците на глобализацијата во локалните социокултурни контексти.

Социолозите Питер Бергер и Самуел Хантингтон (Peter Berger and Samuel Huntington, 2002), потенцираат дека во локалните култури егзистираат неколку знаци на глобализацијата, коишто силно ги моделираат локалните култури. Тие зборуваат за влијанието на интернационалната бизнис култура (Davos culture), англискиот јазик, глобалната култура (McWorld culture), а пак, други, како што се: Малком Вотерс (Вотерс, 2003), Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007, 2009) и Наоми Клаин (Klein, 2001), се повеќе заинтересирани за влијанијата на глобалната потрошувачка култура во локалните контексти.

Интернационалната бизнис култура, како дел од процесите на глобализацијата, се заснова на дејствувањето на многу мултинационални компании кои своите бизнис - активности ги прилагодуваат на локалниот контекст. Знаци кои ја означуваат оваа култура се универзалните трендови посебно во економската сфера какошто се во секторите за облека, храна, медиуми, телекомуникации и употребата на англискиот јазик. Тие, во основа ги задоволуваат потребите на поединците со нивната оригиналност ширум светот. Така, на пример, англискиот јазик е круцијален знак за присуството на глобализацијата во даден општествен контекст. Во таа смисла, Вотерс, англискиот јазик го смета за општ јавен јазик во светот, за разлика од кој, домашните јазици ќе бидат ограничени само на своите локални контексти (Вотерс, 2003:240).

Даглас Келнер (Douglas Kellner) и Лук Мартел (Luke Martell), покрај интернационалната бизнис култура, како промотор на глобализацијата во контекстот на локалните култури, ја истакнуваат масовната култура. Тие, масовната култура ја гледаат како резултат на активностите на масовните медиуми. Според некои мислења, масовната е култура, пред се, создава културни обрасци и начини на живот, коишто масовно се произведуваат и се консумираат. Заедно со интернационалната бизнис култура создаваат глобални

консумирачки потреби (Berger et al, 2002). Тие глобални културни потреби, не само што се дел од секојдневниот живот на поединците, туку тие, на еден посреден начин, ги зацртуваат контурите на глобалното општество.

Како резултат на глобалното општество, глобалната економија и глобалните медиуми се јавува глобалната култура. Глобалната економија, преку активностите на мултинационалните компании, го поттикнува развојот на глобалната култура, со цел да ги реализира своите корпоративни интереси во сите делови од светот. Слично на нив и глобалните медиуми, заедно со новите технологии во комуникациите, ги поттикнуваат тековите на глобалната култура.

Антропологот, Арјун Ападураи се фокусира на следниве пет димензии на глобалните културни текови: 1. етнопејзажи: текови од луѓе како што се : туристи, имигранти, бегалци, азиланти, гастербајтери и други мобилни групи; 2. технопејзажи: движења на нови и стари технологии, машини и компјутери; 3. финансиски пејзажи: движење на огромни финансии меѓу земји со неверојатна брзина, со помош на националните берзи и шпекулантските претпријатија; 4. медиумски пејзажи: производството и дистрибуцијата на весници, списанија, ТВ, филмови, електронски и дигитални мрежи од комуникации; 5. идеопејзажи: поврзување на слики, во врска со државните или опозиционерските идеологии и идеи кои ги имаат корените во Просветителството. Тоа се слики за демократијата, слободата, благосостојбата и човечките права и многу други (Appadurai, 1990: 296). Во таа смисла, Ападураи, укажува на меѓусебните дисјунктивни ефекти на протоците од луѓе, технологии, средства, слики и идеологии, коишто се вградени во посебни светови низ кои глобалната култура се моделира и да дистрибуира во глобализираниот свет, надминувајќи ги различните национални и културни разлики меѓу нив.

Во глобалната култура спаѓа и *глобалната потрошувачка култура*. Социологот Малком Вотерс, во расправите за глобалната потрошувачка култура, истакнува дека таа, според своите карактеристики, ја надминува едноставната потрошувачка која, со текот на времето, се модифицирала. Таа се врзува за термините како што се вкус, мода, стил на живеење и кои стануваат клучни симболи во општествената диференцијација, заменувајќи ги класата, националната и политичката припадност (Вотерс, 2003: 226). Имено, оваа култура ја промовира потрошувачката како главен извор на идентитетот како што Зигмунт Бауман (Zygmunt Bauman) ќе забележи дека во врска со тоа

доминантна улога има потрошувачкиот идентитет. Тој, се однесува на културата на потрошувачкото општество чишто производи многу брзо се рекламираат и симулираат преку масовните медиуми и стануваат дел од локалните култури (Ibidem, 226).

Наоми Клајн и покрај антиглобалистичките ставови, потенцира дека глобалната потрошувачка култура за современиот човек станува секојдневие, во кое „брендот“ има исклучително значење. Во таа смисла, Клајн, истакнува дека производот е нешто што се прави во фабриката, а брендот е нешто што ги купува клиентите (Klein, 2001: 5). Така, брендирањето станува мода која се повеќе се следи во сферата на медиумите, кадешто се поместуваат границите меѓу новинарството и рекламирањето. Исто така, овој моден тренд е присутен и во сферата на музиката, а, во последно време, често е присутен и во сферата на образованието. Денес сме сведоци на „брендирањето“ на многу познати личности кои на мултинационалните компани им носат профит и акумулација на капиталот, на познатите им носат глобална слава, а пак кај консументите се создава глобалната потрошувачка култура.

Во тој поглед интересно е истотака гледиштето на Жан Бодријар, којшто зборува за потрошувачката култура во хиперсимулираната реалност. Бодријар укажува на пролиферацијата на комуникациите преку масовните медиуми и градењето на потрошувачката култура. Таа култура тој ја објаснува преку слоганот „купувам, трошам, уживам!“, која, во услови на глобализација на светот е хиперсимулирана (Бодријар, 2001:108). Всушност, овој процес се засилува низ брзиот напредок на информатичките технологии и нивната способност да ги внесат поединците во еден систем на симболи од кои тие извлекуваат одредено значење.

Таа нова потрошувачка посредувана од симболи ги ослободува вредностите и врзаноста за посебните општествени и географски локации, ги прави неважни општествените и политичките структури, вклучувајќи ја и државата. Малком Вотерс, зборувајќи за потрошувачката култура, ги истакнува симболите (Benetton, Nike, Adidas, Levis, Coca –Cola, Pepsi cola, McDonalds, Hugo Boss) кои се во функција на таа култура, која, пак, има централна улога на економскиот и во политичкиот развој на развиените општества.

Во суштина, сите знаци на глобализацијата се присутни во сите општества и култури, без оглед на нивниот степен на развој. Тие на поединците

им отвораат разновидни потрошувачки можности како за производи, така и за културни практики. Меѓутоа, овие современи расправи за знаците на глобалното во локалните култури, јасно упатуваат на одредени форми на хомогенизација на незападните култури од страна на една глобална култура во светот.

Џон Томлинсон, инспириран од овие расправи за хомогенизацијата на културата, ги нагласуваат империјалистичките амбиции на западната култура и општество во светот. Тој, слично на Рицер, ги истражува процесите кои се во врска со глобализацијата на културите. Тој се согласува со Рицер, дека тоа се процесите на империјализмот кои ги интензивираат глобалните процеси во поглед на културите. Тука станува збор за доминација на една култура која, поради својата економска и политичка моќ има надредена положба во однос на другите култури. За овој автор, културниот империјализам е културна доминација на западната култура, поточно на американската култура, која, со својата економска сила, остварува влијание во сите делови од светот и *vice versa* (Thomlinson, 2001: 3). На тој начин, доминацијата на една култура, доведува до уништување на таканаречените „мали“ локални култури. На ваков начин определен, западниот културен империјализам се смета за причина за уништување на локалната музика, технологија, медиуми, облека, храна и пијалаци, коишто се заменуваат со елементите на глобалната култура. Тоа значи дека локалните елементи се заменуваат со знаците на глобалните процеси, попрецизно, со глобалната музика (World music), глобалните медиуми, глобалната облека, глобалната храна (хамбургерите на Mc donald's) и глобалните пијалаци (светскиот пијалак Cоsa - Cola) и многу други.

Меѓутоа, тој страв од доминацијата на една култура во светот нема рационална основа. Од една страна, локалните култури елементите на глобалната култура ги консумираат и, при тоа, ги прилагодуваат според локалните специфики, а од друга страна, пак производите од глобалната култура сè повеќе се прилагодуваат кон диференцијалниот глобален пазар, и, при тоа, националните ресурси се достапни повеќе кон различни глобални интерпретации и консументи.

3. КУЛТУРНА ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈА, КУЛТУРНА КОНВЕРГЕНЦИЈА И КУЛТУРНА ХИБРИДИЗАЦИЈА

Концепциите за културата, во нашата анализа, се составен дел од теориските промислувања за односот на глобалното и локалното. Тие, непосредно, произлегуваат од овој однос и се однесуваат, главно, на промените во културите.

Во класичната социолошка теорија, постојат бројни концепции на културата, коишто, главно, ја нагласуваат нејзината интегративната функција во општеството. Меѓутоа, во современата социолошка теорија, концепциите на културата како резултат од односот на глобалното и локалното, главно, ја потенцираат нивната диференцијација, конвергенција и хибридизација. Тоа се забележува во трудовите на Јан Недервен Пиетерс (Pieterse, 2009), Кевин Арчер (Archer et al, 2008), Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007, 2009, 2011) и Самуел Хантингтон (Хантингтон, 2003).

Концепцијата за диференцијацијата на културите се однесува на разликите меѓу културите. Тие разлики, пред сè, произлегуваат од процесите кои суштински ги прават културите различни едни од други. Во минатото, културите биле многу похомогени, а денес на дело се процесите на диференцијација. Во тој поглед, некои автори укажуваат на постоење потенцијал за конфликти во културата во современиот свет. Хантингтон, зборува дека културните разлики, предизвикуваат ривалства и конфликт меѓу културите. Како такви ги посочува разликите меѓу рамноправните култури од хиерархиските култури; глобалните култури од локалните (Хантингтон, 2003:8). Според Хантингтон, овие разлики меѓу културите во светот доведуваат до судири меѓу нив, па според тоа, глобалната и локалната култура се во постојан конфликт.

Меѓутоа, под влијание на процесите на глобализацијата се јавува конвергенцијата на културите. Културите често се менуваат, дури и многу радикално како резултат на глобализацијата. Голем број на автори, како на пример, Урлих Бек, Џорџ Ритцер и други ја потенцираат конвергенцијата на културата. Тие истакнуваат дека во услови на интензивна глобализација, културите честопати се менуваат, преку процесите на американизација, мекдонализација, вестернизација, културен империјализам и слично. Во таа

смисла, Урлих Бек претпоставува дека процесите на глобализацијата во сегашноста тежнеат да ги унифицираат културите и да воспостават заеднички начини на однесување. Бек предвидува дека тој процес ќе продолжи и во иднина. Тоа, на експлицитен начин, го објаснува со примерот за селата на Долна Баварија, како и во Калкута, Сингапур или во Рио Де Жанеиро, кадешто луѓето, исто така ја гледаат познатата серија Далас на телевизија, носат цинс и пушат Малборо (Бек, 2003: 55).

Кај многу други современи теоретичари кои се занимаваат со ова сложено и комплексно прашање, доминираат тезите за процесите на хомогенизација на општествата и културите под влијание на мултинационалните компании и нивните империјалистички амбиции. Во тој поглед, Џорџ Рицер, осврнувајќи се на глобализацијата на културите, ја истакнува идејата за мекдонализација на светот. Тој смета дека идејата за мекдонализација на светот е значајна за анализата на културната конвергенција.

Според него, овој процес ги означува принципите според кои функционираат рестораните за брза храна и кои стануваат доминантни во многу сектори, како во американското општество така и во останатите делови од светот. Тоа се принципи според кои функционира мултинационалната компанија Mc Donald's, и преку кои се воспоставува стандардизација, контрола и хомогенизација на културите. Од расправите за мекдонализацијата, Рицер преку принципите на Mcdonald's - рестораните ги објаснува процесите на хомогенизација и стандардизација на културите. Како пример за тоа го истакнува принципот на ефикасноста (мекдонализацијата ги згуснува временската дистанца и напорот потрошен меѓу желбата и нејзиното задоволување), принципот на пресметливост (пресметките на трошоците на парите, времето и напорот како клучни принципи на вредноста на дел од потрошувачот, истиснувајќи ги процените на квалитетот), принципот на предвидливост (се стандардизираат производите, така што потрошувачите се охрабрени да не бараат алтернативи). Понатаму, системите на мекдонализацијата имаат контрола како врз консументите така и врз работниците преку користењето на нехуманата технологија. Оваа технологија вклучува не само максимална бесполезност на работниците, туку и контрола на потрошувачите со помош на редица контролни бариери, фиксирани мени-дисплеи, ограничени опции, неудобни седишта, непристапни тоалети и држе-

through обработка. Исто така, системот на процесот на мекдоналдизација се карактеризира со ирационалност и рационалност, при што доведува до процесите на дехуманизација (Ritzer, 2007: 24-25).

Меѓутоа, овие тенденции за хомогенизирање кај Mcdonald's, како и многу други западни ресторани за брза храна (Burger, Pizza Hut, King), имаат социјални, културни и економски функции кон освојување на незападните земји и нивните култури, па поради тоа тие се адаптираат на нивните услови. Во овие ресторани не се служи американска храна, туку во нив е присутен американскиот менаџерски стил, кој е прилагоден на земјата и културата во која се наоѓа. Токму овој процес Жан Пјетерс го нарекува „интеркултурна хибридизација“ (Pieterse, 2009:53), која делумно води потекло од формите на глобалната локализација.

Авторите како што се Робертсон (Robertson, 2004), Хенерз (Hannerz, 1992, 1996), Пјетерс (Pieterse, 2004, 2009), истакнуваат дека во современиот свет културите веќе не се ограничени, туку дека тие се отворени и нивната содржина е мешавина од многу други култури. Поточно, се фокусираат на комбинираниите ефекти од хомогенизацијата и хетерогенизацијата на културите, во услови на интензивната глобализација. Тие комбинирани ефекти во културите се врзуваат за поимите на културна хибридизација и креолизација.

Културната хибридизација или хибридноста е во центарот на социологијата, но и на други општествени и хуманистички науки, меѓу кои најзначајно место има во културната антропологија. Социологот Јан Недервен Пиетерс (Pieterse, 2004, 2009), зборува за културната хибридизација, како „начин според кој, формите се одделуваат од суштествените практики и се поврзуваат повторно со нови форми во нови практики“ (Пиетерс, 2004 :75). Тие нови форми и практики, во културна смисла, Пиетерс ги означува како микс од култури кој се јавува како резултат од процесите на глобализацијата, и го објаснува како глобална мешавина (*mélange*). Преку глобалната мешавина (*mélange*), културите се дополнуваат со нови културни елементи врз основа на кои се градат новите глобално хибридни култури. Спротивно од Пиетерс, антропологот Улф Хенерз зборува за „биолошките“ карактеристики на хибридизацијата и при тоа, го користи терминот *креолизација*. Креолизацијата потекнува од креолските јазици, поточно во реонот на Карибите и Северна Америка со која се означуваат луѓето и културите кои се мешавина од

африканската и европската култура. Според Хенерз, сржта на концептот на креолската култура е комбинацијата на разновидност, меѓусебна поврзаност и инвентивност, која е вградена во глобалните релации центар-периферија (Хенерз, 1996: 67). Меѓутоа, културната хибридизација и креолизација се процеси кои ги истакнуваат формите на културно позајмување, кои произведуваат нешто ново и, при тоа, се позитивни процеси на културна креативност.

Токму тие тенденции на културната хибридизација ги забележува и Џорџ Ритцер. Тој истакнува дека хибридните култури се креативен и иновативен процес кој вградува комбинација на два или повеќе елементи од различни култури или делови од светот (Ritzer, 2009: 255). Како такви, хибридните култури имаат значајна улога во градењето на процесите на глокализацијата кои, заедно со процесите на глобализацијата, се релевантни за анализа на глобализацијата на културата.

4. ГЛОКАЛИЗАЦИЈАТА И ГРОБАЛИЗАЦИЈАТА

Во социолошката литература поимите глокализација и глобализација имаат централно место во теоретизациите врзани за процесите на глобализацијата, посебно за разбирањето на односот глобално локално во поглед на посебните општества и култури. Тоа особено тоа се забележува во трудовите на Роланд Робертсон (Ronald Robertson, 1992, 1995), Хабибул Конкер (Khondker, 2004), Виктор Роудометоф (Roudometof, 2005), Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007).

Поимот глокализацијата води потекло од Јапонија. Со него се означувале земјоделските принципи на прилагодување на техниката за обработување на земјата кон локалните услови. Поточно, тој поим почнал да се употребува во бизнис-жаргонот во 80-те години од дваесеттиот век, означувајќи ги разликите меѓу универзалното и партикуларното. Имено, концептот за глокализацијата во бизнис-круговите произлегол од микро-маркетингот, поточно на рекламирањето на стоки и услуги во различни локални средини и пазари (Robertson, 1995: 28). Тоа е познатата стратегија на капиталистичкиот систем во кој се повеќе глобалните пазари се прилагодуваат кон локалните пазари и култури или „глобална локализација“ во мислењето на Робертсон (Robertson, 1992:173).

Во социологијата поимот глокализација го воведува Роналд Робертсон и со него настојува да го објасни заемното постоење на глобалното и локалното, поточно тој ја сугерира идејата за интеграција на глобалното и локалното. Во тој поглед, Роналд Робертсон, осврнувајќи се на односот меѓу глобалното и локалното, го истакнува мешањето на глобалното и локалното во различни географски области, од што произлегува и процесот на глокализацијата (Robertson, 2001:465-466). За овој автор, глобализацијата е универзален процес кој Робертсон ја објаснува како „мешање на универзалното со партикуларното и партикуларното со универзалното“ (Robertson, 1992: 100).

Кнокер, под влијание на оваа концепција, глокализацијата ја објаснува како макро - локализација и микро - глобализација. Макро – локализацијата ја објаснува како процес којшто ги вклучува локалните култури во еден поширок глобален контекст. Микро – глобализацијата, пак, ја објаснува како процес кој

вклучува инкорпорирање на одредени глобални процеси во локалниот контекст (Khondker, 2004:15).

За тенденциите на микро-глобализацијата зборува и современиот социолог Виктор Роудометоф кој слично на Конкер, ги истражува процесите на глокализацијата со помош на космополитизмот. Тој, врската меѓу глокализацијата и космополитизмот ја објаснува преку „космополитскиот – локален континуум“ (Roudometof, 2005: 113). Тој потенцира дека космополитскиот- локален континуум е идеално типски модел кој скршнува од географското идентификување и инволвира различни степени кои одаат во прилог на прицвстувањето на културите, локалитетите и регионите. Од расправите за овој модел Роудометоф забележува неколку степени од кои ги издвојуваме следниве: 1. степенот на прицврстување кон локалното; 2. степенот на прицврстување кон државата или земјата; 3. степенот на прицврстување и поддршка на локалните култури; 4. степенот на економскиот, културниот и институционалниот протекционизам (Ibidem, 125-126).

Зигмунд Бауман, зборувајќи за процесите на глобализацијата како процеси кои истовремено интегрираат, дезинтеграат и реинтеграат, истакнува дека и процесите на глокализацијата се релевантни за анализа на овие процеси. Тој забележува дека процесите на глокализацијата се редистрибуција на привилегии и лишување, на богатство и сиромаштија, на ресурси и неспособност, на моќ и немоќ, на слобода и присила (Bauman, 1998: 43). Вака сфатена, глокализацијата ја означува поларизација на светското општество на глобално и локално. Во таа смисла, тој истакнува дека глобализацијата и локализацијата се двете страни на истата паричка, и при тоа, некои ја имаат планетата како нивна резиденција, други, пак, се заковани за едно место (Ibidem, 45). Оттука, Бауман забележува дека тоа е процес на светска стратификација во насока на новата социо-културна хиерархија, која е здружена на светско ниво. Таа, на светско ниво, е концентрација на капитал, финансии и сите други извори на избор, но пред сè, концентрација на слобода на движење и делување (Ibidem, 45). Кејт Неш, пак, во духот на Робертсон, ја истакнува блиската врска меѓу глобалното и локалното, од која што се развива процесот на глокализацијата. Неш, забележува дека терминот глокализација е присутен во сите дискусии врзани за влијанието на глобалната култура (Nash, 2000: 85).

Токму преку перспективата на глокализацијата се објаснуваат сите предизвици и противречности во современото општество и култура. Во таа смисла, Робертсон нагласува дека, од една страна, индивидуите и локалните групи се прилагодуваат кон глокалниот свет, а, од друга страна, во исто време ги промовираат и своите културни посебности. Оттука, се јавуваат културни симболи кои по својата содржина се глокални, па преку нив културите стануваат глокални. Во врска со тоа, Робертсон истакнува дека идејата за глокализацијата ги вклучува процесите на хетерогенизација, хибридизација и креолизација.

Томас Фридман, осврнувајќи се на глокализацијата, забележува дека таа, за дадени општества и култури, е добра и лоша. Добрата глокализација е онаа, кога малото јапонско девојче оди во Mc Donald's -рестораните (Мекдоналдо) во Токио да ужива во американскиот начин на живот и храна, а пак, лоша глокализација е тогаш кога малото јапонско девојче пристигнува во Лос Анџелес, забележувајќи неколку Мекдоналди и вели: тие имаат Мекдоналд и тука, исто така! Малото јапонско девојче не знае дека McDonald's не е дел од јапонската култура. Тука, всушност, станува збор за контрадикторните културни елементи кои се толкуваат на рамниште на посебните култури. Во таа состојба, посебните култури се соочуваат со глокалните културни елементи.

Како одговор на Робертсоновата перспектива на глокализацијата, Џорџ Ритцер (Ritzer, 2007) ја развива перспективата на глобализацијата, инспириран од Марксовите идеи за капиталистичкиот економски систем и рационализацијата на Вебер. Ритцер е посебно значаен поради истакнувањето на перспективата на глобализацијата за разбирањето на односот глобално локално во културата. Глобалната перспектива на Ритцер, поточно, неговата идеја за глобализацијата ги нагласува империјалистичките амбиции на нациите, корпорациите, организациите и желбата да се наметнат во различни географски подрачја (Ritzer, 2007: 15). За овој автор, глобализацијата е наметнување на глобалното во локалното во сите сегменти од социјалниот живот. На ваков начин сфатена, глобализацијата е модерен поглед кон светот, кој придава големо значење на растот на капиталистичките организации и модерните држави. Интересот кој ги поврзува сите ентитети во глобализацијата е остварување профит во сите делови од светот. Тоа јасно упатува на глобализацијата која се карактеризира со транснационалната распространетост на општоприфатени културни знаци и

практики. Во духот на општоприфатеноста се јавуваат различни процеси и подпроцеси кои се во непосредна врска со глобализацијата, а се спротивни на процесите на глокализацијата. Според оваа перспектива, светот сè развива се повеќе на сличен или, пак, дури и на ист начин, а пак, индивидуите и групите имаат релативно мала способност да се адаптираат во глобализираниот свет. Тоа е поради процесите коишто директно се поврзани со глобализацијата: *капитализмот*, *американизацијата* (ширење на американските идеи, индустрија и капитал насекаде во светот) и *мекдонализацијата* (распрострирање на принципите на моделот за брза храна во други сектори од општествениот живот) (Ritzer, 2007: 20, 21-30). Како таква, идејата за глобализацијата се јавува како релевантна за објаснување на хомогенизирањето на светот во економски, политички и културен поглед. Во социолошката литература идејата за глобализацијата се поврзува со идејата за културниот империјализам.

Во табела 2 се претставени основните карактеристики на глокалната и глобалната перспектива од аспекти на концептуализацијата, причините, последиците во културата, клучните процеси и предвидувањата.

Табела 2. Основни карактеристики на глокалната и глобалната перспектива

Глобално - културни перспективи

| | <i>Глокализација</i> | <i>Глобализација</i> |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Концептуализација | Мешање на глобалното со локалното и <i>vice versa</i> . | Наметнување на глобалното во локалното. |
| Главни причини | Глобалните пазари се адаптираат кон локалните пазари и култури. | Империјалистичките амбиции на нациите, корпорациите и организациите се наметнуваат во сите делови од светот. |
| Главни последици во културата | Интеракција меѓу глобални и локални културни влијанија, кои доведуваат до хетерогенизација на културите. Појава на глокални култури. | Транснационална експанзија на заеднички кодекси и практики, кои што доведуваат до хомогенизација на културите. Појава на глобални култури. |
| Клучни процеси | Глокализација, хибридизација и креолизација. | Капитализам, американизација и Мекдоналдизација. |
| Предвидувања за иднина | Комбинација и интеракција на глокалните и глобалните процеси. | |

Извор: Разработена табела од кандидатот според Рицер (Ritzer, 2007: 21).

Глокалната перспектива на Робертсон и глобалната перспектива на Рицер, се извонредно значајни за проучување на глобализацијата на културата. Рицер забележува дека во сферата на културата, тие се, пред сè, различни културни модели, коишто егзистираат во современите општества. Глобализацијата може да се објасни како форма на транснационална експанзија на заеднички кодекси и практики, а, пак, глокализацијата вклучува интеракција, меѓу глобални и локални културни влијанија кои креираат еден вид културни хибриди. Тоа значи дека денес светот се состои од комбинација и интеракција на глокални и глобални процеси.

И двете перспективи ја содржат идејата дека културите во локалното се трансформираат од процесите на глобализацијата, но тоа не значи дека одделните култури и нивните вредности ќе исчезнат. Напротив, културите треба да живеат слободно, да бидат во постојана комуникација со други култури, бидејќи тоа ги обновува и гиподмладува и им овозможува да еволуираат и да се прилагодат кон процесите кои ја одбележуваат епохата во која живееме.

Марио Варгас Љоса убаво забележува дека во услови на поврзаност на светот и сè поголема отвореност на земјите кон автентичните културни вредности, се она што вреди, сè што навистина добро, ќе преживее и ќе си го најде своето соодветно место (Ljosa, 2003: 109).

5. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ИДЕНТИТЕТОТ

Едно од клучните прашања кое е директно поврзано со глобализацијата и промените во културата е прашањето за идентитетот. Прашањето за идентитетот е едно комплексно прашање кое има централно место во социологијата, но и во другите општествени науки: културната антропологија, психологијата, социјалната психологија, историјата и многу други, кои од своја перспектива го разгледуваат ова прашање. Токму поради тоа, постои бројна литература за прашањето на идентитетот и процесите кои со него се поврзуваат.

Во социологијата, прашањето на идентитетот се актуализира деведесеттите години на минатиот век. Од тој период, па сè до денес, се водат академски расправи за значењето на идентитетот во современото општество коешто секојдневно се соочува со нови предизвици.

Во теоретизациите за поимот идентитет се наведуваат неколку аспекти. Првиот аспект се однесува на потребата на индивидуата да стане дел од некоја општествена група. Вториот аспект се однесува на односот на другиот или другите при сфаќањето на идентитетот. Третиот аспект се однесува на негова менлива природа. Четвртиот аспект се однесува на неговата трајност во дадениот општествен контекст.

Вака определен идентитетот на секој поединец се состои од многу елементи. Елементите на идентитетот кои се јавуваат со самото раѓање не се многубројни, тоа се физичките белези, полот и бојата на кожата, коишто не се одредени од пошироката општествена средина. Всушност, пошироката општествена средина го одредува значењето на таа припадност и го одредува идентитетот. Покрај вродените елементи, секој поединец припаѓа на семејство кое е помало или поголемо, на една или две националности, на некоја етничка група, на една професија, на една институција, на одредена средина, на група пријатели, на политичка партија, на различни здруженија, на заедници во кои поединците имаат исти или слични интереси, потреби итн. Но, сите овие припадности за поединците не се подеднакво важни, туку тие понекогаш се подредени хиерархиски и се менуваат во зависност од социјалниот живот во кој тие опстојуваат. На тој начин, поединците имаат слобода да изберат на која од своите припадности ќе и дадат најважно значење.

Во тој контекст, *личниот идентитет* се поместува и се вклопува во *општествениот идентитет*. Според Ричард Џенкинс, „општествениот идентитет е разбирањето за она кои сме и кои се другите луѓе, што подразбира реципрочно разбирање на другите луѓе“ (Jenkins, 1996:4-6). Тој истакнува дека општествениот идентитет не се однесува само на интеракцијата меѓу поединците, туку и меѓу општествените групи. Кај општествените групи, идентитетот се заснова врз различните белези според кои припадниците на едната група се разликуваат од припадниците од другата група, и оттука, идентитетот се дефинира како колективен идентитет. Колективниот идентитет настојува да одговори на прашањата: Кои сме ние?, Од каде доаѓаме? Каде припаѓаме?. Колективниот идентитет може да биде културен, етнички, национален, политички, класен, јазичен, современ.

Во оваа пригода, ќе се задржиме на културниот идентитет бидејќи непосредно се врзува за нашиот проблем. Современата социолошка анализа за културниот идентитет се темели врз релацијата меѓу поединецот и неговата врска со културата на даденото општество. Таа релација упатува на општествените констелации во кои се создава и се развива културата, во која, пак, се формира културниот идентитет.

„Културниот идентитет се заснова на свеста и на сознанието за некои заеднички карактеристики (јазик, етнос, раса, територија) кои може да преставуваат основа за идентификација“ (Коковиќ, 1997: 266-267). Таа самосвест на припадниците на една група, пред сè, се развива под влијание на критериумите (белезите) кои таа група ги воспоставува во односите меѓу другите групи. Така, поединецот станува свесен за својот културен идентитет, само кога се споредува со културните белези на другите општествени групи.

Ентони Смит, во таа смисла истакнува, дека културниот идентитет не се однесува на еднообразноста на елементите во рамките на една генерација, туку на чувството за континуитет од генерација во генерација на конкретната културна популациска единица, на нивната заедничка меморија за поранешните случувања и периоди во нивната култура, како и на искуството кое секоја генерација го има во колективната судбина на таа популациска единица и култура (Smith, 1998: 46). Овие тврдења, јасно го определуваат идентитетот во неговата класична смисла, поточно како дел од даден социокултурен контекст. Меѓутоа, идејата за идентитетот како дел од даден социокултурен контекст и

напорите за креирање свест за него во современите општества на некој начин се операционализирани од процесите на глобализацијата.

На процесите на глобализацијата некои автори, гледаат како контрадикторни процеси кои имаат негативни импликации по локалните културни идентитети. Антони Гиденс истакнува дека глобализацијата е причина за заживување на локалните културни идентитети во различни делови на светот (Гиденс, 2003: 12). Во основа тука станува збор за продолжување на теориските размислувања за глобализацијата започнати 80-те години. Во тие размислувања за културниот идентитет се вклучува и прашањето за локалниот културен идентитет. Роналд Робертсон е еден од протагонистите кој потенцира дека партикуларистичките манифестации незапирливо се поврзуваат и се испреплетуваат со глобалното кое го има насекаде и по својата природа е универзален процес. Идејата за партикуларното (локалното) единствено се развива само со поврзување на универзалното (Robertson, 1992: 103). Овие формулации за партикуларното се од исклучителна важност за самоидентитетот кој, практично, се поврзува со глобализацијата и придружните процеси. Робертсон ја развива, понатаму, тезата дека идентитетот се развива истовремено со силите на глобалното и локалното кои се вкоренети во индивидуите.

Тоа значи дека, во модерните општества идентитетот станува флексибилен, (посебно јакне личниот идентитет) и оттука, станува сè повеќе подложен на промени. Во тој поглед, Ентони Гиденс забележува дека едно од посебните обележја на модерноста е заемното поврзување на влијанијата од процесите на глобализацијата, од една страна, и личните карактеристики, од друга страна (Giddens, 2001: 12).

Во тој контекст на влијанија од процесите на глобализацијата сè повеќе, секојдневниот, живот се реконструира според оската на глобалното и локалното, така што поединците се во можност да ги изберат елементите на својот идентитет. СтUART Хал забележува дека идентитетот во современите општества е плурален како последица од процесите на глобализацијата. Од расправите за идентитетот и процесите на глобализацијата тој формулира неколку ставови од кои ги издвојуваме следниве: 1. процесите на глобализацијата им овозможуваат на поединците да градат идентитети кои не се секогаш врзани за местото во кое живеат и, при тоа, имаат широки можности да изберат мноштво различни идентитети, кои се изградени врз основа на

разновидни животни стилови и вредности, 2. унификацијата на културите и сè поголемата сличност меѓу поединците во светот како резултат од глобалните културни елементи.

Од една страна, неверојатната разновидност на можностите да се креира идентитетот води до зголемена слобода на поединецот да си поигрува со својот идентитет и драстично да го менува својот живот и поглед на светот, а од друга страна, може да доведе до потполно фрагментарен, неповрзан живот. Тоа значи дека процесите на глобализацијата се потенцијална опасност за веќе вкоренетите идентитети, посебно за националниот идентитет. Стурт Хал, земајќи го предвид карактерот на глобализациските процеси, истакнува неколку последици по локалните идентитети. „Прво, културната унификација ги еродира националните идентитети. Второ, националните и другите локални партикуларистички идентитети стануваат отпорни на процесите на глобализацијата. Трето, националните идентитети се кршливи и на нивното место се создаваат новите хибридни идентитети“ (Hall et al, 2004:619). Од ова размислување се развива идејата за кризата на идентитетот. Токму таа кризна состојба на идентитетот ја забележува антропологот Џонатан Фридман. Тој истакнува дека кризата на идентитетот се состои во слабеењето на поранешните национални идентитети и појавата на нови идентитети. Во таа смисла, тој ги истакнува тенденциите кон фрагментација на светскиот систем којшто се состои од форми на движења за културна автономија, националистички движења, етнички движења и еден општ тренд кон сите форми на локална автономија (Фридман, 2000: 507).

Сите овие расправи, јасно упатуваат на прашањето: колку процесите на глобализацијата може да го загрозат националниот идентитет? Одговорите на ова прашање, во голема мера, зависат од сферите кои го артикулираат идентитетот. Како најзначајна институција, во овој случај, се јавува националната држава, која овозможува континуитет на едно општество, води грижа за поединците и ги заштитува нивните права и слободи. Посебно, таа бара начини и патишта преку кои ќе го заштити националниот идентитет од процесите на глобализацијата. Во таа смисла, националните држави преземаат разновидни мерки за заштита на националните култури и нивните специфични белези. Многу често, националните држави, преземаат чекори против наметнувањето на англискиот јазик врз нивните национални јазици. Освен тоа,

националните држави, поточно преку образованието се обидуваат да ги јакнат националните чувства. Покрај овие мерки, надлежните органи во некои земји како што се Кина, Малезија, Саудиска Арабија и многу други, ги имаат забрането странските сателитски емитувања во нивните земји. Додека, пак, во други земји, националните влади, преку националните масовни медиуми ги промовираат националните вредности, преку кои ја јакнат националната свест преку презентирање соодветни информативни и забавни содржини.

Покрај овие идеи за глобализацијата и националните идентитети, се развива и идејата дека глобализацијата придонесува кон јакнење на националните идентитети. Токму, Мануел Кастелс ја истакнува моќта на националниот идентитет за време на глобализацијата. Тој зборува за времето на глобализацијата, како време на повторно оживување на национализмот и обновувањето на моќта на националниот идентитет на поединците (Castels, 2002:37). Како таква, глобализацијата во локалните контексти, се објаснува како процес којшто го зајакнува колективниот идентитетот на поединците.

Меѓутоа, во поширокиот контекст во кој се вклопува националниот идентитет, е појавата на нетериторијалните идентитети. Современиот социолог Јан Шолте, ги истакнува нетериторијалните идентитети како резултат на современите процеси. Според него, тие, по својата природа, стануваат глобални, бидејќи веќе не се врзуваат за национално конституираните општества и нивните територијални граници. Како пример за нетериторијалните идентитети Јан Шолте ги истакнува: религијата, класата, полот, расата, младината и припадноста кон човечкиот род (Шолте, 2008:293-307).

Јан Шолте истакнува дека најобемниот нетериторијален идентитет на луѓето е човечкиот род, поточно нивното човекување. Тој зборува за растечките транспланетарни поврзаности кои на современиот човек му овозможуваат блискост меѓу нив, како човечки суштества, независно каде и да се наоѓаат. Меѓутоа, тоа е можно само доколку се зачуваат човечките припадности преку чувството за човечкото единство и свесноста за планетарна заедница. На тој начин, поединците сè повеќе се поврзуваат едни со други низ целиот свет, станувајќи свесни дека светот е „глобално село“, според мислењето на Меклуан. Поточно, поединците сè повеќе стануваат свесни за прашањата кои подеднакво ги засегаат сите. Тоа се, на пример, прашањата за животната средина, потоа војните и воените дејствувања, прашањата врзани за граѓанското општество и

човековите права и многу други. Во таа смисла, истотака, значајни се и идентитетите кои се јавуваат врз основа на религијата. Тие идентитети се овозможени од интензивните процеси на глобализацијата во смисла на поврзување на истомислениците од целиот свет.

Покрај овие идентитети, со глобалните процеси се поврзуваат и класните идентитети. Како носители на тие идентитети се јавуваат елитите, особено во сферите на политиката, економијата, медиумите и образованието. Како главен белег на глобалните елити е поврзувањето со разновидни владини и невладини организации низ целиот свет.

Полот, исто така, е еден од нетериторијалните припадности кој го гради идентитетот. Со забрзаните процеси на глобализацијата сè повеќе се актуелни женските движења кои се јавуваат како резултат на настојувањата за остварување на интересите на жените. Според некои мислења, појавите како што се физичкото и психичкото насилство врз жените, потоа планирањето на семејството, еднаквиот третман меѓу половите, се прашања кои што половата (родовата) политика ги претвори во глобални полови прашања (Шолте, 2008:303).

Расата, истотака, се јавува како категорија на нетериторијалниот идентитет во современиот свет. Имено, оваа категорија се однесува на заемните телесни надворешни карактеристики, како што е пигментот на кожата. Тука поединците врз основа на својата боја на кожа низ целиот свет создаваат заедница по судбина, каде што се стекнуваат со слични искуства. Тие искуства секогаш не се позитивни, бидејќи дихотомијата на црно/ белите и жолто/белите се прашања кои, во голем дел, ги поттикнуаат активностите на глобалните институции и организации кои имаат за цел надминување на расната дискриминација. Покрај нив, како промотори на овој идентитет, посебно на црнечкиот идентитет се јавуваат масовните медиуми кои ја создаваат расната свест.

Со интензивните процеси на глобализацијата се поврзуваат младите кои во основа имаат нетериторијален идентитет. Тие се поврзуваат со глобалната култура и нејзините производи (филмови, музички хитови, модни трендови кои се пренесуваат преку аудио-визуелните и електронските медиуми), кои ги поврзуваат младите низ целиот свет. На тој начин, младите се поврзуваат со своите генерации од сите делови од светот.

Според Зигмунд Бауман идентитетот, во услови на глобализацијата, станува прашање на избор, што значи дека поединците можат да го изберат, но и да го сменат својот идентитет кога и да посакаат, независно од својот национален идентитет. Впрочем, поединците своеволно го менуваат својот идентитет и воопшто не се грижат за неговата трајност. Врз тоа својство на идентитетот во современите општества, Бауман формулира неколку животни концепции на современиот човек од кои ќе ги издели следниве: 1.современиот човек како скитник, кој нема животни цели, своето слободно време го поминува како скитник низ градовите и трговските центри. Токму, во тие места го градат својот идентитет кој е, главно, потрошувачки насочен и при тоа можат лесно да го сменат; 2.современиот човек како вагабонт кој во современото општество е секогаш странец и нема свое место во него, при што лутаат од идентитет до идентитет и 3.современиот човек како турист кој е во постојана потрага по нови идентитети и постојано бара нови искуства (Bauman, 1998: 29-30).

Меѓутоа, овие животни концепции на кои посочува Бауман се предуслов за создавање хибридни идентитети. Во таа насока се движи и размислувањето на Јан Пиетерс Недервен. Тој забележува дека во услови на глобализацијата идентитетот се конституира како хибриден во кој се преклопуваат мноштво на различни припадности чии белези не се распоредени според нивното значење и, при тоа, тие немаат одлучувачко влијание (Nederveen, 2009: 75).

Во тој поглед, либанскиот писател Амин Малуф, од своето лично искуство, зборува дека својот идентитет го носи од својата земја Либан, но, истовремено го носи и идентитетот на земјата во која живее - Франција. При тоа, истакнува дека идентитетот, по својата природа, е менлив и дека тој се гради во текот на целиот живот и, во голема мера, зависи од општествениот контекст, но и од припадностите кои го определуваат идентитетот. Меѓутоа, во тој поглед мошне е инструктивна сугестијата на Малуф дека „иднината никаде не е запишана, туку таа ќе биде таква каква што ќе ја направиме ние“ (Малуф, 2001:100).

6. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ЈАЗИКОТ

Релацијата меѓу глобализацијата и јазикот ги симболизира, пред сè, промените во културата и во општеството. Тој процес на односи може да го анализираме на различни начини и во различни контексти, но, во оваа прилика, ќе се задржиме на влијанието и на промените во јазикот од процесите на глобализацијата. Поточно, во овој дел од трудот ќе се задржиме на глобализацијата на јазикот.

Јазикот е резултат на општествениот живот на поединците, но, во исто време, тој е основа на културата и воопшто на општеството во целина. Јазикот претставува културен идентификатор, кој е дел од еден модел на вредносен систем. За антропологот Бронислав Малиновски јазикот може да се согледа и кај најпримитивните облици и да се проучува како придружна човекова дејност, затоа што тоа е начин на човековото однесување во дадени животни околности (Малиновски, 1971). Со неговата помош човекот влегува во контакт со други луѓе, овозможувајќи им да стапат во врска со други луѓе, при што јазикот не е само во функција на формулирање и изразување на мислите туку и во функција на изразување на емоциите (Jaspersen, 1970: 17).

Всушност, јазикот е систем од знаци, со чија помош поединците ги изразуваат своите мисли и ја остваруваат социјалната комуникација. Јазикот, оттука, се јавува како медиум преку кој поединците го градат и го толкуваат светот во којшто живеат и оттука јазикот станува еден од најзначајните елементи на идентитетот, на поединците и на општествените групи. Тој истовремено, е средство за комуникација меѓу поединците и општествените групи во едно општество.

Според тоа, јазикот има бројни функции од кои најзначајна е комуникативната функција која се огледа во улогата на јазикот како средство за општење. Потоа, јазикот има и изразна (експресивна) функција, јавувајќи се како средство за материјализација на мислата, за нејзиното оформување и конституирање, но и средство за искажување на чувствата, како и акумулативната функција, односно, функција на собирањето и зачувувањето на општественото искуство и знаења. Покрај овие функции, обично, се наведуваат уште и естетската функција на јазикот која до доаѓа израз во литературата и уметноста, потоа етничката функција во изразувањето на етничката или

националната припадност на поединецот, како и магичната функција која посебно се изразува при разните религиски и други обреди (Корубин, 2005: 17).

Јазикот во оваа најопшта смисла, како елемент на културата, настанал од потребата за меѓусебното разбирање меѓу поединците, општествените групи и меѓу општествата и на тој начин сите тие, свесно или стихијно, за себе си создаваат онакво средство за разбирање какво што им е потребно. Така, не би можеле да зборуваме за развиени, неразвиени, совршени, несовршени, култивирани и примитивни јазици, бидејќи за одделна култура и за нејзините членови јазикот со кој се идентификуваат е најдобар.

Токму од ова размислување произлегува и прашањето за јазичниот идентитет. Зборувајќи за јазиците, Ранко Бугарски истакнува неколку аспекти на јазичниот идентитет. Првиот аспект се однесува на структуралниот или типолошкиот идентитет на јазикот; вториот, пак, е генетскиот или родословен идентитет и третиот аспект е социолингвистичкиот или вредносниот идентитет на јазикот (Бугарски, 2001: 12). Од особено значење, за нас, е социолингвистичкиот идентитет на јазикот бидејќи се однесува на ставовите на самите говорители за сопствениот јазик, всушност, какво мислење имаат кон него, во зависност од неговата општествена и културна улога. Покрај тоа, значајна е и неговата релација со националниот, етничкиот, религиозниот и политичкиот идентитет. Всушност, таа релација јасно упатува на истражување на јазикот во посебни општествени контексти. Едвард Сапир убаво забележува дека јазикот, од една страна, има способност да се прилагодува кон конкретното општество и култура, и на тој начин ефикасно ја остварува својата функција при што тој постојано се менува како едно големо дело на генерациите (Sapir, 1992:18). Но, од друга страна, пак, јазикот е водич во општествената реалност што значи дека тој влијае врз културата, на сетилната перцепција како и на воспоставениот начин на размислување и дејствување (Sapir, 1993:509).

Токму, затоа, при истражувањето на јазикот и неговото разбирање, мора да се внимава на различните социокултурни контексти, во нашиот случај, контекстот на глобалното и локалното воопшто, а посебно во македонската култура. За таа цел, ќе се обидеме да ја анализираме состојбата на јазикот однадвор, поточно да ги анализираме надворешните влијанија врз јазикот кои се последица на егзистирањето на процесите на глобализацијата во локалните контексти.

Социолингвистот Ранко Бугарски (Bugarski, 2005), зборувајќи за јазикот, ги изделува следниве значења: јазикот во општа смисла (language, language..), како способност на човекот за општествено комуницирање по пат на артикулиран систем од знаци кој овозможува обликување на мисловните содржини и нивно пренесување; јазикот како посебен појавен облик: 1. секој конвенционален систем кој припаѓа на одредена општествена заедница, задоволувајќи ги нејзините потреби во комуникацијата (a language, une langue...), на пример, македонски, француски, јапонски јазик, и 2. збир од јазични средства карактеристичен за посебни општествени групи, епохи и професии, како што е на пример, јазикот на младите, романтизмот, новинарството, лекарите и слично.

Ваквиот пристап е карактеристичен и за други истражувачи, кои ја нагласуваат функционалноста на јазикот во една реалност. Токму за тоа зборува и Едвард Сапир. Според него, јазикот е патоказ кон општествената реалност, кон усвојување на различните културни елементи и јазици од други култури кои се наметнуваат на целиот свет. Во тој поглед, современата епоха на човековото општество ја одбележуваат процеси кои силно ги обликуваат одделните култури, кои што понатаму влијаат врз нивниот јазик. Всушност, тоа се процесите на глобализацијата за кои се претпоставува дека остваруваат одредено влијание врз јазикот во даден културен простор.

Влијанието на глобализацијата Манфред Стегар (Stegar, 2009), врз јазикот го објаснува преку следниве варијабли: 1. бројот на јазиците во различните делови од светот зависи, пред сè, од хомогенизирачките културни сили; 2. луѓето кога мигрираат и патуваат низ светот ги носат со себе своите јазици, но, при тоа, се принудени да употребуваат еден од светските јазици; 3. јазикот (англискиот) кој доминира во компјутерските технологии и интернетот има значајна предност во однос на останатите јазици кои се користат во интернационалните комуникации; 4. интернационалните научни публикации (Stegar, 2009: 100-101).

Во таа смисла, Дејвид Хелд забележува дека во услови на глобализацијата, евидентно е распространувањето на било кој јазик низ планетата Земја, но само доколку тој има способност да се наметне со својата

функционалност и оттука да има голем број говорители.² Меѓутоа, јазиците стануваат глобални, пред сè поради нивното зголемено користење во светот надвор од нивните јазични територии. Како такви се: англискиот, францускиот, шпанскиот и португалскиот јазик. Токму поради тоа англискиот јазик стана *lingva franca par excellence*. Тој е јазик на интернационалните комуникации во бизнисот, политиката, администрацијата, науката, во рекламирањето и во популарната култура, па дури и во секојдневното комуницирање.

Според Питер Бергер, англискиот јазик е културен идентификатор, преку кој се одредува присуството на глобализацијата во даден општествен контекст (Berger et al, 2002:3). Тој, денес претставува водечки светски јазик, па оттаму произлегува и престижот на англискиот јазик над другите јазици. Всушност, според јазичниот идентитет англискиот јазик вредносно се диференцира пред другите јазици, поради неговата голема просторна распространетост и неговата употреба во повеќе земји во светот.

Тоа покажува дека сите јазици не се еднакви меѓу себе, дека немаат ист статус во јазичната реалност и дека сите немаат долга традиција. Тоа значи дека некои јазици исчезнуваат кога ќе ги изгубат нивните говорители, поточно кога ќе исчезне нивната култура. Исчезнувањето на јазиците според некои гледишта е резултат на брзото физичкото исчезнување на говорната заедница поради разни природни катастрофи, војни, освојувања, како и мирното изумирање на јазиците под влијание на социјални причини, поточно говорителите на тој јазик може да преживеат, но постепено преминуваат кон друг јазик. Тие се принудени на тоа бидејќи нивниот јазик се распаднал како систем на комуникација.

Во однос на еднаквоста на јазиците, треба да се спомене дека е потребно сите јазици да бидат подеднакво почитувани. Според некои оценки денес, постојат околу 7.000 јазици кои што претставува непроценливо богатство. Од перспектива на идентитетот јазиците, главно, имаат иста улога, но според функцијата на јазикот како орудие за размена, тие, всушност, стануваат нефункционални, бидејќи поголемиот дел од нив остануваат да се употребуваат само во локалните средини.

² Паул Левис (Lewis, 2009), потенцира дека денес во светот најмногу говорители има кинескиот јазик (1.075.000.000); потоа, англискиот јазик (514.000.000); шпанскиот јазик (425.000.000); рускиот јазик (275.000.000); арапскиот јазик (256.000.000); бенгалскиот јазик (2.150.000); португалскиот јазик (194.000.000) и францускиот јазик (129.000.000).

Постои сериозна опасност дека, под влијанието на процесите на глобализацијата, јазиците исчезнуваат постепено. Според некои анализи просечно исчезнува еден јазик месечно или, пак, дури и неделно. Тоа значи дека во текот на „наредните децении вкупниот број на јазици во светот ќе биде преполовен“ (Шолте, 2008: 368), со тенденција за понатамошно опаѓање, и истовремено, исчезнување на традициите и културите, а втората е ако припадниците на тие култури се чувствуваат загрозени од сè поизразните процеси на глобализацијата.

Токму затоа, кај цели земји, народи, (оние кои не му припаѓаат на англиското говорно подрачје), постои загриженост и страв за судбината на нивните јазици и истовремено соочување со јазичниот (нео)колонијализам. Всушност, загриженоста и постоењето на стравот не е само кај јазиците со мал број говорители, туку е присутно и кај јазиците кои, исто така, имаат голем број говорители како што е, на пример, случајот со францускиот јазик.

Овие ставови немаат секогаш рационална основа бидејќи нема земја во светот во која најмалку се зборуваат два јазици. Токму во таа смисла, социолингвистот Ранко Бугарски забележува дека масовните миграции, мешањето на населението и други фактори, во поново време, придонесуваат за ширење на сознанието за вистинските размери на социеталната повеќејазичност (мултилингвизам) и истовремено укажува на фактот дека сите земји во Европа се повеќејазични (со исклучок на Исланд и Португалија кои официјално се сметаат за еднојазични).

Во ерата на глобализацијата, поединците во рамките на својот идентитет, имаат можност да припаѓаат на повеќе јазични заедници. Покрај јазикот со кој поединците се идентификуваат и глобалниот јазик, треба да воспоставуваат врски и со други јазици и култури, за да одговорат на предизвиците на современото општество. Притоа, неопходно е да се има предвид дека од една страна се поттикнува јазичната разновидност, која се гради со напуштање на конвенционалните модели на социетален план: една нација=една држава=еден јазик, а, од друга страна, таа разновидност за поединците во едно општество претставува можност да го зачуваат својот посебен идентитет, да го збогатат со елементите на другите култури и да станат свесни за заедничката судбина.

Овие современи размислувања нè наведуваат на заклучокот дека, на глобален план, ниту една земја, ниту едно општество не да треба се чувствуваат исклучени од заедничката цивилизација што се раѓа. Треба да се работи на развивање на чувството дека во оваа заедничка цивилизација може да го најде јазикот на својот идентитет, како и некои од симболите од сопствената култура, така што во неа секој ќе може, макар малку, да се идентификува со она што се појавува во светот што го опкружува, наместо да се бара засолниште во некое идеализирано минато.

7. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И МЕДИУМИТЕ

Глобализацијата и медиумите се феномени кои, во голема мера, го одбележуваат секое современо општество и култура. Во последните неколку дена, во општествените науки се забележува големиот интерес за нив, посебно во социолошката наука. Социолозите на овие феномени гледаат како на динамичен процес кој е изграден врз основа на нивната меѓусебна поврзаност и зависност и преку нив ги објаснуваат промените кои се случуваат во одделните социокултурни реалности. Токму тој однос, Маршал Меклуан го објаснува преку синтагмата „глобално село“, настојувајќи да го означи времето на нашата епоха за кое расте свеста за светот како целина со помош на медиумите, кои ги прават помалку значајни индивидуалните, групните, просторните и временските разлики. Токму оваа констатација ја лоцираме како релевантна за објаснувањето на моќта на медиумите и нивните ефекти врз одделните локални контексти.

Урлих Бек, осврнувајќи се на процесите на глобализацијата, поточно на глобално –локалните мрежи, забележува дека тие зависат од масовните медиуми (Бек, 2003: 18). За моќта на медиумите и за создавањето на глобално –локални мрежи, зборува Францис Бал. Тој истакнува дека денес секој млад Европеец, може да гледа синхронизирани цртани филмови на свој мајчин јазик кои без прекин се прикажуваат на каналите, чиј сопственик е милијардерот Тед Тарнер од Атланта, иноватор на TNT -Cartons, кој, истотака е и основач на позната Channel News Network (CNN), (Bal, 1997: 57).

Тоа значи дека секој поединец независно од неговата национална, територијална, класна, расна, полова, етничка и јазична припадност е поврзан со мрежи од медиуми од кои може да избере кои канали ќе ги користи, во согласност со неговите интереси, потреби и вкус. Тоа го овозможуваат забрзаните процеси на глобализацијата кои, на еден брз начин, навлегоа во современите општества, особено во сферата на медиумите и комуникациите. Во овие сфери присуството на процесите на глобализацијата води до промени, кои понатаму, се одразуваат врз развојот и функционирањето на културите и општествата. Тие промени ги зафаќаат неколкуте аспекти и тоа: 1. технолошкиот аспект, односно технолошките промени кои се случуваат на средствата (каналите) за пренос на пораките, кои понатаму влијаат и на другите

аспекти; 2. создавањето нови визуелни простори и нивното влијание врз социокултурниот контекст и 3. ефектите од пораките врз културите и поединците, кои се обликувани во духот на капиталистичкиот начин на производство.

Како што се развивале општествата, истовремено се развивале и се усовршувале средствата преку кои се пренесувале информациите до публиката. Во почетокот на 20 век, дотогашните канали на комуницирање се заменуваат со нови. Тоа е, всушност, првиот бран промени кои што се однесуваат на новите технолошки иновации во оваа сфера. Во расправите за овие промени, Роналд Лоример (Lorimer, 1999) истакнува дека тие промени, главно, се однесуваат на начините според кои комуницирањето се остварува во општествата. Тој укажува на тоа како се напуштаат старите начини на комуницирање и како усната и писмената комуникација се заменуваат со електронската комуникација, а преку нив се менуваат и каналите кои ги трансмитираат пораките до публиката (Lorimer, 1999: 11).

Тие тенденции кон електронското комуницирање се манифестираат преку електронско-усната, електронско аудио-визуелната и електронско-текстуално нумеричката комуникација. Електронско -усната комуникација, главно, е посредувана со соодветна технологија која се заснова на човековиот глас и реторичката структура на пораката. Каналите преку кои овој вид комуникација се трансмитира до публиката се радиото и телефонот. Електронско аудио- визуелната комуникација по своите карактеристики може да се каже дека е општествено фокусирана. Таа го претставува општеството преку слики и зборови и преку нив се одвива интеракцијата „лице в лице“ на еден визуелен начин. Како клучен медиум на оваа комуникација се јавува телевизијата (Ibidem, 12).

Електронско –текстуалната нумеричка комуникација се заснова на компјутерската обработка на информациите. Извонредното значење на оваа комуникација е потенцијалот за широки системи. Тие системи се карактеризираат со „слободни мрежи“, кои преку компјутерите овозможуваат слободен пристап на индивидуите од сите делови на светот. Слободните мрежи ги инволвираат дигитализацијата на информациите и на сликите, сателитското пренесување, оптичките влакна како и интеграцијата на компјутерските и телекомуникациските мрежи поврзани во глобалната мрежа World Wide Web

(WWW), преку која се организираат содржините на интернет -страниците по информации, а не по локација и, при тоа, на корисниците им се овозможува лесно пребарување (Ibidem,12). Како такви, електронските комуникации стануваат една глобална мрежа, која заедно со дигиталната револуција и процесите на глобализацијата ги промовираат културните индустрии. Културните индустрии се однесуваат на односите меѓу институциите и практиката кои што вклучуваат продукција на културни добра и услуги во духот на капиталистичката економија. Теодор Адорно потенцира дека културните индустрии се компонента на економијата, која непосредно се поврзува со медиумите и медиумските производи (Adorno, 2001: 9).

Тоа е всушност, медиумската култура која е изградена врз основа на моделите на масовното производство и, при тоа, е насочена кон масовната публика, во зависност од облиците на информирањето. Даглас Келнер зборува дека таа е облик на комерцијална култура, а нејзините производи се стоки кои треба да го зголемат профитот на големите корпорации, кои исклучиво се заинтересирани за акумулација на нивниот капитал (Kelner, 2004: 6). Преку содржините на медиумската култура, поединците ги градат своите сфаќања за класата, етничката припадност или расата, националност, сексуалност, за „нас“ и за „нив“. Покрај тоа, таа учествува во креирање за формирањето на доминантните сфаќања за светот и највисоките вредности; таа дефинира што е добро, а што лошо, позитивно или негативно, морално или зло. Приказните и сликите во медиумите прикажуваат симболи, митови и извори кои, за повеќето луѓе ја прават општата култура. Медиумската култура е основа за градење на идентитетот (Kelner, 2004: 5), во согласност со која поединците денес се вклопуваат во современите технолошко-капиталистички општества, при што таа произведува нови облици на глобална култура, којашто ги одбележува процесите на глобализацијата.

Социологот Скот Лаш, под влијание на Адорновата теорија за културните индустрии, ги потенцира глобалните културни индустрии. Тој зборува за свет во кој секојдневно културните производи се насекаде, тоа се информациите, комуникациите, брендираните производи, финансиските сервиси кои се глобално распространети и силно влијаат на однесувањето и на мислењето на светската популација (Lash, Lury, 2007: 4). Поточно, тие

тенденции за глобалното влијание не се однесуваат само на културното, туку и на социјалното профилирање на даденото општество.

За тие тенденции зборува токму и современиот истражувач на медиумите и комуникациите Роберт Хасан кој, слично на Кастелс, ги истражува општествените и културните последици од овие процеси. Тој се согласува со Кастелс, дека „мрежното општество“ се јавува како последица од овие процеси, но, тој, потенцира дека технолошко дигиталните промените ќе го обликуваат мрежното општество преку следните технологии: дигиталната технологија, дигиталниот капитализам, дигиталната глобализација и дигиталното забрзување. Од сите наведени технологии, од исклучително значење за нас, е дигиталната глобализација.

Врската меѓу дигиталната револуција и дигиталната глобализација Хасан ја објаснува преку процесите на интензивна и екстензивна глобализација. Тој потенцира дека преку интензивната глобализација брзо се обликува светот, а, пак екстензивната глобализација овозможува тој свет да дојде до секој поединец во било кој дел од тој свет (Hassan, 2004: 25).

Вака сфатената глобализацијата според овој автор, вака сфатената глобализација е колонизација на нашиот локален и приватен простор. Токму од ова размислување произлегува и идејата за киберпросторот. Киберпросторот се врзува за кибернетското општество коешто функционира врз основа на отворениот информатички систем во чие креирање учествуваат милијарди корисници ширум светот. Тој отворен комуникациски систем е интернетот, кој се разликува од досегашните медиуми бидејќи илјадници компјутери нудат услуги на сите коишто имаат пристап до него. За разлика од телевизијата која ги презентира пораките на пасивната публика, интернетот подразбира интеракција која е во директна релација со корисниците. Интернетот директно влијае на сегашната, но и на идната светска комуникација и култура и поради тоа денес е медиум со глобални рамки. На тој начин, се развива кибер - култура и кибер-општество, кои создаваат нови простори кои ги рушат сите граници.

Во тој поглед, некои автори истакнуваат дека распространувањето на интернетот во светот е аналогно на дифузијата на печатените медиуми на Запад, што беше основа за креирањето на Меклуановата „Гутенбергова галаксија“. Други автори, како на пример Кастелс, кој, во духот на Меклуан, истакнува дека денес веќе сме навлегле во „Интернет галаксијата“, која е во директна релација

со мрежното општество (Castells, 2001). Оттука, киберпросторот и интернетот го овозможуваат формирањето на виртуелната реалност и виртуелната култура коишто ги реорганизираат културите, просторот и времето во името на глобализацијата. На тој начин, се создава посредувачкото искуство, кое е резултат на колаж ефектите и навлегувањето на далечните настани во секојдневната свест на современиот човек. Колаж-ефектот по дефиниција е коегзистенција на различни теми во медиумите, коишто немаат ништо заедничко освен тоа што се навремени и важни. Така, на пример, случувањата коишто се презентирани една покрај друга, изразуваат посредување кое во голема мера го трансформира просторот и времето. Навлегувањето, пак, на далечните настани во секојдневната свест на поединците се остварува низ доживувањата за настаните како надворешни и далечни, но во исто време, тие настани на еден ригиден начин навлегуваат во секојдневниот живот.

Оттука, медиумите, во голема мера, ги формираат фактите кои преку сликите се имплицирани во човечките и во културните интеракции. На тој начин се создава визуелната култура која го зголемува знаењето и свесноста за светот, како и го проширува хоризонтот на искуствата, задоволствата и фантазиите. Во тој поглед Кевин Робинс, забележува дека денес, човечката цивилизација се наоѓа пред нов технолошки поредок. Тука станува збор за нов медиумски систем кој се состои од глобални инфраструктури кои се во интеракција со мрежите кои што се формираат околу интернетот, во имагинацијата на поединците, во политиките на владите. Како пример за овој нов поредок Кевин Робинс го истакнува компјутерот како симбол за семоќна можност, како медиум кој има капацитети да ја симулира реалноста. Комуникацијата која се остварува со помош на компјутерот станува компјутерски посредувана комуникација кадешто се напуштаат старите, традиционалните форми на комуницирање. Всушност, таа комуникација се остварува во некој друг замислен свет или во смислата на Кевин Робинс замислената виртуелна реалност (Robins, 1996: 22).

Токму виртуелната реалност е основата на која се гради новиот медиумски поредок. Виртуелната реалност се стреми кон создавање на можности за конструирање на нов вид заедница. Во литературата под поимот виртуелна заедница се подразбира создавање нова форма на заедница, која

директно (on-line) ги поврзува поединците и групите околу нивните заеднички потреби, интереси и вредности (Rheingold, 1993: 6).

Со други зборови, тоа е интерактивна мрежа која се организира со одредена цел која понатаму ги води корисниците кон нивните *on-line*- членства. Таа, за современиот човек, е место каде што тој може да избега од својата реалност (од реалното општество) и на виртуелен начин да ја артикулира својата култура. Во таа смисла, Пол Вирилио во своето дело *Информациска бомба*, истакнува дека новиот медиумски систем човековата цивилизација ја соочува со постоењето на две паралелни општества и култури. Тој зборува за постоењето на реалното наспроти виртуелното општество, за реалната наспроти виртуелната култура (Virilio, 2000: 19).

Културата на виртуелната реалност истакнува Кастелс е резултат од влијанието на новиот систем за комуникација (компјутерските технологии) посредуван преку општествените интереси, политиките на владите и деловните стратегии. Тој се спротивставува на Вирилио и истакнува дека реалното и виртуелното не треба одвоено да се разгледуваат, туку, наспротив, тие меѓусебно се дополнуваат. Тој под поимот виртуелен подразбира *да се биде таков во практика*, а под поимот реален подразбира *фактички, постоечки*. На тој начин реалноста секогаш е виртуелна бидејќи секогаш се осознава преку симболи кои ја врамуваат практиката со некое значење. Оттука, Кастелс забележува дека реалната виртуелност е систем во кој самата реалност е целосно опфатена, потполно потпрена во една виртуелно поставена слика, во измислен свет во кој појавите не се само на екранот преку кој се комуницира искуството, туку тие стануваат искуство (Кастелс, 2005: 396).

Социологот Стив Волгар, од расправите за виртуелното општество и култура, формулира неколку правила за виртуелноста од кои ги издвојуваме следниве: прво, земањето и примената на компјутерските технологии зависи од локалниот социјален контекст; второ, стравовите и ризиците поврзани со компјутерските технологии се нерамномерно распределени во социјалниот контекст; трето, виртуелните компјутерски технологии се замена за „реалните“ (некомпјутерски) технологии; четврто, повеќе виртуелни, повеќе реални активности на компјутерските технологии; петто, повеќе глобални, повеќе локални активности на компјутерските технологии (Woolger, 2002: 13-21).

Сите овие промени јасно упатуваат на глобализацијата на медиумите која остварува разновидни ефекти врз одделните култури и општества. Значителен дел од авторите кои го проучуваат овој феномен, ги потенцираат негативните ефекти од глобалните медиуми. Тие, главно, се однесуваат на глобализирањето на културите преку содржините кои што се пренесуваат преку медиумите. Тие медиумски содржини овозможуваат да стапат во контакт различните култури и, при тоа, да ги разменуваат своите културни елементи а, истовремено, локалните култури се соочуваат со ерозија на нивните културни идентификатори. Од расправите за ефектите од глобалните медиуми Роберт Мекчесни и Едвард Херман (Mancesni and Herman, 2004) издвојуваат неколку сфери кадешто, ефектите од глобализираните медиуми најсилно се чувствуваат: а. во сферата на вредностите во која клучна улога има комерцијализацијата во медиумите, преку кои се поттикнуваат потрошувачката и потрошувачката култура со истовремено зајакнување на индивидуализмот и индивидуалната слобода. Тоа упатува на еден вредносен систем којшто ги нагласува, пред сè, материјалистичките вредности, а го слабее чувството на заедништво и интерперсоналните врски; б. замена на јавната сфера со разонода-наместо темелно подготвени вести, анализа на актуелните теми и документарни емисии, во ударните термини среќаваме содржини кои по својата природа се едноставни, забавни, односно спаѓаат во сферата на разонодата; в. јакнат конзервативните политички сили глобалните медиуми поддржуваат неолиберална економска политика која им служи на личните и на општите интереси на транснационалните корпорации, но ги подрива демократските општествени опции; г. ерозија на локалните култури-влијанието на глобалните медиуми врз локалните култури ќе варира меѓу доминантни, помалку доминантни и подредени. Дури и доминантните култури ќе бидат погодени, не толку заради повратната спрега колку заради успехот и силата на самата култура како економско-политичко-културна сила (Herman, Mancesni, 2004: 227-230).

Овие тенденции кон глобализација на културите и нивна ерозија со посредство на глобализираните медиумите, во стручната литература се објаснуваат преку процесот на медиумски империјализам. Тоа особено се забележува во делата на Денис Меквејл (McQuail, 2010); Лук Мартел (Martell, 2010), Томас Мекфаил (McPhail, 2006, 2010); Тери Флу (Flew, 2007); Терхи

Рантан (Rantanen, 2005), Роберт Мекчесни и Едвард Херман (Mancesni and Herman 2004). Тие, главно, ги потенцираат тенденциите на медиумскиот империјализам, чишто ефекти се чувствуваат и се присутни насекаде во светот и, при тоа, најсензивилни се локалните култури и нивните вредносни системи. Таа сензитивност, главно, се јавува поради стравот со кој се соочуваат локалните култури дека тие се во опасност, пред сè поради наметнувањето на Западното општество и култура, на нивните културни вредности и начини на живот, преку филмовите, музиката, списанијата, печатот и други канали на комуницирање.

Томас Мекфаил зборува дека оваа состојба во која се наоѓаат локалните култури е заради нивната слаба економска политичка и културна моќ во светот, па поради тоа, дифузијата на медиумскиот империјализам е во моќните земји кои имаат широки можности да ги наметнат своите културни вредности и да го обликуваат остатокот од светот според своите потреби и интереси (McPhail, 2006: 95-115).

Според некои мислења, дифузијата на медиумскиот империјализам е основа врз која се гради корпоративната медиумска хегемонија (Arts and Kamalipour, 2003). Таа се јавува како последица на економските, технолошките и правните промени кои се случуваат во сферата на медиумите. Денес сме сведоци на растот на медиумските корпорации кои, главно, функционираат според капиталистичката логика, сè со цел своите производи да ги дистрибуираат во сите делови од планетата Земја. Како такви се издвојуваат: Time Warner, Disney, News Corporation, Viacom, Bertelsmann, PolyGram, Seagram, Sony, General Electric, Wal-Mart кои преку своите пазарни и профитни активности го креираат новиот медиумски поредок кој е составен дел од глобалниот поредок.

На ваков начин, границите на национално конституираните општества стануваат неважни за медиумските корпорации, бидејќи тие настојуваат да креираат еден глобален медиумски простор. Меѓутоа, и покрај овие амбиции, медиумските корпорации стануваат свесни дека неопходно е да воспостават една рамнотежа со локалните контексти и нивните посебности. Поради тоа, тие ги прилагодуваат своите програми според локалните пазари и култури, со примена на познатата стратегија *глобална локализација* или поточно глокализација. Така, комуникацијата, од глобална станува глокална, а културата од глобална станува глокална.

Најрепрезентативен пример за ова сфаќање е глобалниот телевизиски музички канал (MTV), кој е дел од корпорацијата Viacom. На почетокот, овој канал бил концентриран и насочен кон американскиот пазар и култура, но набрзо ја менува својата маркетиншка стратегија. Во 1987 година се формира Европската субсидиерна компанија MTV Europe која се емитувала на англиски јазик, а веќе во 1997 година оваа мрежа регионално се шири и тоа на следниве канали: MTV Central, MTV во Британија и Ирска, MTV Southern, MTV Nordic и MTV Adria (канал кој е наменет за балканските земји, вклучувајќи ја и нашата земја. Покрај европскиот пазар, оваа мрежа се емитува и преку Индонезиската субсидиерна компанија MTV Asia која за првпат почнува да се емитува во 1995 и тоа на англиски и на кинески јазик. Денес, MTV- мрежата е активна во 140 земји во светот, се емитува на 17 јазици и се пренесува во 350 милиони медиумски куќи. Оваа медиумска корпорација, главно е наменета за младата популација, на возраст од 15-24 години, преку која ги создаваат музичките стилите во музиката, облеката, па дури и животните стилови.

Овие тенденции јасно упатуваат дека на современиот свет му е потребно, да воспостави баланс меѓу глобалното и локалното во медиумската сфера. Тој баланс е можен само доколку комуникацијата се остварува на едно глокално ниво.

Во следниот дел од трудов следува анализата меѓу односот на глобалното и локалното на ниво на емпирија.

ЧЕТВРТТИ ДЕЛ: СОЦИОЛОШКАТА АНАЛИЗА НА ОДНОСОТ НА ГЛОБАЛНОТО И ЛОКАЛНОТО

1. МЕТОДОЛОШКИ АСПЕКТИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Првото сознание до кое истражувачот ќе дојде при проучувањето на прашањето за процесите на глобализацијата во македонското општество, упатува на заклучокот дека, за жал, ова прашање посебно не е истражувано особено за односот на глобалното и локалното во културата во Република Македонија. Кај нас, постојат истражувања во кои најчесто се третираат економските и политичките аспекти на процесите на глобализацијата. Како такви, тие истражувања не се во директна врска со предметот на нашето истражување, иако тоа не значи дека како аспекти од тие истражувања и не се нерелевантни за анализата на овој комплексен процес.

Доколку, пак се потпреме на оние податоци кои ја отсликуваат актуелната реалност, сознанијата кои што ќе ги добиеме се непотполни. Без научни податоци за глобализацијата во нашето општество, тешко е да се разрешат многу теориски и методолошки дилеми. Во оваа смисла, се согласуваме со Елброу кога тврди дека новата епоха има потреба од едно емпириско искуство кое ќе ни укаже за сè она што му се случува на човековиот живот под формата на глобализацијата. Токму, оттука, нашата мотивација ќе биде поголема и продлабочена, при што нема да се темели единствено на податоците за состојбата на нашата општествена реалност, туку и на индивидуалниот и на колективниот начин на живот (Albrow, 1996: 79).

1.1 ХИПОТЕТСКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Во овој труд се тргнува од основната хипотеза дека присуството на процесите на глобализацијата во Република Македонија во голема мерка влијаат врз македонската култура врз мислењето на локалното население, употребата на јазикот и писмото во јавните натписи и фирми и врз перцепциите на локалното население.

Во продолжение следи разработка на хипотетската рамка на посебни и поединечни хипотези.

Посебна хипотеза 1 :

Глобализацијата влијае врз македонската култура преку промени во употребата на јазикот и на писмото во јавните натписи и фирми.

Поединечна хипотеза 1:

Присуството на глобализацијата (во локалната средина) влијае врз зачестената употреба на странскиот јазик наспроти мајчиниот јазик низ јавните натписи и фирми (со исклучок на јазиците од немнозинските заедници кои живеат во локалната средина).

Поединечна хипотеза 2:

Присуството на глобализацијата (во локалната средина) влијае врз зачестената употреба на латиничното писмо наспроти кириличното писмо (со исклучок на писмата од немнозинските заедници кои живеат во локалната средина) низ јавните натписи и фирми.

Посебна хипотеза 2:

Социодемографските белези влијаат врз перцепциите и мислењето на локалното население за глобализацијата во поширок контекст.

Поединечна хипотеза 1:

Полот влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните кон глобализацијата во поширок контекст.

Поединечна хипотеза 2:

Степенот на образование влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните кон процесите на глобализацијата, такашто оние со универзитетско и повисоко образование се поотворени во однос на оние со средно и основно образование кон процесите на глобализацијата во поширок контекст.

Поединечна хипотеза 3:

Припадноста кон одреден регион влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните кон процесите на глобализацијата во поширок контекст.

Поединечна хипотеза 4:

Работниот статус влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните кон процесите на глобализацијата во поширок контекст, така што оние кои се вработени се поотворени во однос на оние кои се не вработени.

Поединечна хипотеза 5:

Секторот на вработување влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните кон процесите на глобализацијата во поширок контекст, така што оние кои се вработени во приватниот сектор се поотворени во однос на оние кои се вработени во државниот сектор.

Посебна хипотеза 3:

Социодемографските белези влијаат врз перцепциите и мислењето на локалното население за присуството на глобализацијата во македонската култура.

Поединечна хипотеза 1:

Полот влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните за присуството на глобализацијата во македонската култура.

Поединечна хипотеза 2:

Степенот на образование влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните за присуството на процесите на глобализацијата во македонската култура, такашто оние со универзитетско и повисоко образование се поотворени во однос на оние со средно и основно образование кон процесите на глобализацијата.

Поединечна хипотеза 3:

Припадноста кон одреден регион влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните за присуството на процесите на глобализацијата во македонската култура.

Поединечна хипотеза 4:

Работниот статус влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните за присуството на процесите на глобализацијата во македонската култура, такашто оние кои се вработени се поотворени во однос на оние кои се не вработени.

Поединечна хипотеза 5:

Секторот на вработување влијае врз перцепциите и степенот на отвореност на граѓаните за присуството на процесите на глобализацијата во македонската култура, такашто оние кои се вработени во приватниот сектор се поотворени во однос на оние кои се вработени во државниот сектор.

1.2. МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Со овој труд, во зависност од нашите индивидуални можности, се направи обид со примена на соодветни постапки за истражување на односот глобално локално, искуствениот материјал објективно да се доведе во врска со предметот и хипотетската рамка на истражувањето. Предметот на истражувањето е анализиран на теориско и на емпириско ниво.

На теориско ниво предметот се истражува преку теориските пристапи кои се однесуваат на глобализацијата и на теоретизациите за односот на глобалното и локалното во културата. На емпириско ниво, предметот се истражува по пат на анкетно истражување, анализа на содржина и интервју.

1.2.1 Методски техники за прибирање на емпириска евиденција

Во обидите да ги идентификуваме процесите на глобализацијата и нивното влијание во нашиот контекст, го проследивме преку три категории варијабли кои ги сметаме за неопходни во нашето социолошко истражување.

Првата категорија се однесува на влијанието на социодемографските белези, како што се полот и возраста. Втората категорија е во врска со местото на живеење, поточно регионите во Република Македонија. Последната категорија е поврзана со влијанието на социјалниот статус на испитаниците и тоа преку степенот на образованието, работниот статус и секторот на вработување на испитаниците.

Во согласност со предметот, целите и хипотезите на емпирискиот дел од овој труд, како соодветна истражувачка стратегија е примената на двете истражувачки стратегии, односно на квалитативната и на квантитативната. Во квалитативниот пристап се користи анализа на содржината и интервју. За квантитативниот пристап е користена анкетата како метод, при што се користи анкетниот прашалник кој служи за мерење на перцепциите на испитаниците на Република Македонија за процесите на глобализацијата и за нивното присуство и влијание во нивната средина.

За мерење на присуството на процесите на глобализацијата во Скопје надворешната средина преку јавните натписи и фирми беше користена истражувачката техника *анализа на содржина*. Како единица за анализата се натписите на фирмите. За натписите на фирмите подготвивме систем од категории преку кој добивме податоци за содржината преку која јавноста комуницира. За таа цел, формиравме две категории низ кои се комуницира. Тоа се: 1. категорија на содржината, односно што е речено; 2. категорија на обликот на содржината, односно како е речено. Преку овие категории добивме адекватни податоци за присуството на глобализацијата во јавните натписи.

Категоријата на содржината се однесува на темата, поточно, на која стопанска дејност се однесува таа содржина по тема (маркети за храна и пијалаци, продавници за облека, продавници за чевли, продавници за техника, дискотеки и кафулиња, административни, политички и културни објекти и слично, во зависност од тоа што може да се воочи на самиот терен.

Категоријата *обликот на содржината* се состои од два елемента: а) јазик, б) писмо. Преку елементот јазик се анализираше како се напишани јавните натписи и фирми, поточно на кој јазик (македонски или јазикот на заедниците), англиски, македонски и англиски, и некој друг јазик), додека пак преку елементот писмо се анализираше формата на која се напишани јавните натписи и фирми (кирилично, латинично, кирилично и латинично).

За секој натпис на фирма беше отворена посебна картичка во која беа внесени сите елементи кои се предмет на анализа (Прилог 3). За систематското евидентирање и квантифицирање на елементите на содржината се примени квантитативната анализа на содржината.

Техниката *интереју* ја применивме во разговорите со експертите од областа на лингвистиката. Основната цел, при тоа, беше да се утврдат промените во јазичната состојба во нашиот контекст кои се во непосредна релација со процесите на глобализацијата.

Анкетниот прашалник се состои од вкупно 72 прашања кои беа групирани во три групи и секоја од нив се однесува на посебна тема. Во првата група беа распределени прашањата кои се однесуваа на општите карактеристики на испитаниците поточно на нивните социодемографски белези; во втората група беа распределени прашања кои се однесуваат на идентификувањето на глобализацијата и нејзиното присуство во локалната средина и во третата група беа распределени прашањата за последиците од процесите на глобализацијата во поширокиот контекст и за македонскиот културен простор (во Прилог 1).

1.2.2 Методска постапка

Откако беше „дизајниран“ прашалникот за прибирање на податоците на истражувањето, пристапивме кон подготовката за теренскиот дел на истражувањето. Теренскиот дел од истражувањето се одвиваше во неколку етапи и тоа: изборот на анкетари, обука на анкетарската екипа и нивно учество во пилот истражувањето. По изборот на анкетари и нивното обучување, дел од нив беа вклучени во пилот истражувањето, коишто подоцна беа вклучени во главното истражување. При реализацијата на пилот истражувањето, анкетарите

известуваа за сите проблеми врзани за формулацијата на прашањата и упатството за нивното користење и со тоа ни помогнаа во реализацијата на главното истражување.

По теренскиот дел, пристапиме кон подготовка на податоците за нивна обработка. Тие податоци ги внесовме во двонасочна матрица која ги содржи податоците добиени од сите анкетирани испитаници за секоја варијабла посебно. Таа матрица, е всушност, базата на податоци преку која ја спроведовме статистичката анализа. За статистичката обработка на податоците е користен софтверскиот програм Social Statistic Packet for Social Science (SPSS).

Анализата заснована на искусвениот материјал добиен од анкетното истражување е разработена на три нивоа. Првото ниво на анализа е униваријантна анализа. Преку униваријантната анализа добивме податоци за една варијабла на дескриптивно ниво. Ова ниво на анализа е претставена преку дистрибуциите на фреквенциите и дистрибуциите на процентите, како и преку една од мерките на централна тенденција, а тоа е аритметичката средина и стандардната девијација како статистичка техника за мерење на варијабилитетот на појавата.

Второто ниво на анализата, а тоа е би-варијантната анализа, во која се вкрстувани зависните со независните варијабли, со цел статистички да се тестираат хипотезите. За номиналните податоци и за статистичко тестирање на хипотезите се користи хи-квадратот, како тест на асоцијација. Преку коефициентот на контингенцијата (CC), пак, го меревме интензитетот на поврзаноста меѓу варијаблите. За мерење на статистичката значајност на оценките на испитаниците (статистичка значајност на разликите меѓу групи), се користи анализа на варијанса позната под акронимот ANOVA.

Третото ниво на анализа е мултиваријантната анализа и тоа преку примена на статистичката техника *фактор анализа*.

При примена на *фактор анализата* во моделот се внесени педесет и пет варијабли (показатели), кои беа избрани од вкупниот број варијабли кои беа распоредени во анкетниот прашалник. Со примена на оваа метода се користат *cumunaliities* (тоа е квадрат од повеќекратната корелација на варијаблите, при тоа се користат факторите како предиктори и како таков преставува збир од квадратни фактори натрупани на таа варијабла), кој покажува колкав дел од варијансата на дадената варијабла може да се објасни со другите варијабли во

моделот. За одредување на факторите и одредување на нивното релативно значење се користи Каисер (Kaiser), како единствен критериум за да се одреди бројот на фактори кои понатаму ќе се сметаат како релевантни. Тоа зависи од еигенвредноста (eigenvalues), со чија примена се отфрлаат сите компоненти кои имаат еигенвредност под 1,00.

Според Чава Начмијас и Давид Начмијас (Nachmias, Nachmias, 1996: 471-474), суштината на оваа анализа е во ротираниот матрица на компонентите. Поконкретно, кога предметот на истражувањето се објаснува со голем број варијабли, фактор анализата го намалува бројот на варијабли, така што се создаваат нови фактори. Новите фактори се, всушност, групирани варијабли врз основа на степенот на статистичката поврзаност на варијаблите, мерено со *Пирсоновиот коефициент на корелација* (r).

Резултатите го покажуваат секој фактор поодделно и при тоа секој фактор е претставен како loading фактор (фактор кои има одредена тежина во однос на добиените вредности на поврзаност добиени со ротацијата). Во понатамошната интерпретација на ротираниот матрица на компоненти како релевантни се замаат само оние компоненти (фактори) кои покажуваат висока статистичка поврзаност. Тоа значи дека вредностите на корелацијата треба да изнесува од 0,6 и повисока, а оние кои имаат вредности помали од 0,4 се сметаат за ниска поврзаност. Овие вредности се значајни за тоа кои компоненти се определувачки за одредување на кластерот, поточно да се сметаат како значајни компоненти на соодветниот фактор.

1.3.3 Дизајнирање на примерок

Во емпирискиов дел од овој труд е користена емпириската евиденција добиена од три примерока, кои спаѓаат во групата примероци бирани по принципот на неверојатност³. Во продолжение ќе бидат претставени „дизајните“ на трите вида на податоци.

³ Основната поделба на примероците е на два дела. Примероци бирани по принцип на веројатност (probability) и примероци бирани по принципот на неверојатност (non-probability sample), односно пригодни примероци. (види: пошироко Бешка, 1999: 54-85, Grayman, 2008:164-189).

Примерок 1:

Примерокот кој се користи за прибирање податоци по пат на анализа на содржина е целен. Избран е центарот на Скопје, сметајќи дека во овој дел од градот е најсилна концентрацијата на стопански и административни објекти. Единица на анализата се јавните натписи на фирмите. Сите натписи на фирми беа анализирани во нивниот оригинален и автентичен вид.

Примерок 2:

Целна група за спроведување на истражувачката техника интервју се експерти од лингвистиката од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“.

Примерок 3:

„Дизајнот“ на примерокот во ова истражување е изведен соодветно на предметот на истражување.

1.3.3.1 Избор на примерокот

Предметна поулација во ова истражување се граѓаните на Република Македонија на возраст од 15 и повеќе години.

Единица на примерок е граѓанин на возраст од 15 и повеќе години.

Видот на примерок е одлика која е заснована на видот на расположливи податоци, како и финансиски средства за изведување на истражувањето. Во ова истражување се користи *квотен намерен примерок*⁴. Квотите ја изразуваа варијацијата на појавата што се испитува.

Испитаниците се избрани според однапред релевантни карактеристики. Релевантни карактеристики се: полот и возраста. При определување на квотите се внимаваше во примерокот да влезат испитаници од различни региони, соодветно на предметната популација.

На овој начин се поддржува правилото на географска застапеност на испитаниците.

⁴ (види: пошироко Бешка, 1999: 74-78, Brauman, 2008:164-191).

1.3.3.2. Начин на селекција

Анкетарите ги избраа испитаниците според сопствена проценка, но внимаваа на дадените квоти на ниво на регион, место и возраста. Поконкретно, анкетарите по наменски пат ги пополнуваа квотите.

1.3.3.3. Ограничувања при изведување на примерокот

Селекцијата на примерокот се ограничи на просторните и временската популација за да се приближиме до целната група на ова истражување.

Бидејќи станува збор за пригоден примерок не е запазен принципот на рандомизација во изборот на случаите и добиениот примерок не се смета за репрезентативен за целата популација. Тоа влијае врз начинот на изведување на заклучоци, односно дека добиените резултати не може да се генерализираат на целата основна маса, туку само на резултатите добиени од самиот примерок. Секако дека ваквиот пристап не ја намалува релевантноста на добиените резултати, туку само ги ограничува генерализациите.

Со таквиот примерок беа опфатени 671 граѓани на Република Македонија. Во Табела 3 се прикажани белезите на учесниците во примерокот и тоа според: регион, пол, возраст, степен на образование, работен статус и сектор на вработување. Во примерокот се вклучени испитаници од осум региони од Република Македонија и тоа: Скопски регион (општините: ГазиБаба, Ѓорче Петров, Карпош, Аеродром, Кисела Вода, Центар, Бутел, Чаир и Шуто Оризари); Пелагониски регион (Битола, Крушево, Прилеп и Ресен); Вардарски регион (Велес и Неготино); Североисточен регион (Кратово, Крива Паланка и Куманово); Југозападен регион (Дебар, Кичево, Македонски Брод, Охрид и Струга); Југоисточен регион (Валандово, Гевгелија, Радовиш и Струмица); Полошки регион (Гостивар и Тетово) и Источен регион (Виница, Делчево, Кочани, Свети Николе и Штип).

Табела 3. Основните карактеристики на испитаниците во примерокот

| Белези | Региони | | | | | | | | Вкупно |
|-------------------------------------|---------------|--------------|-------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|
| | Скопски | Пелагониски | Вардарски | Североисточен | Југозападен | Југоисточен | Полошки | Источен | |
| Вкупно | 36,4 (244) | 8,5 (57) | 4,5 (30) | 9,8 (66) | 10,3 (69) | 10,0 (67) | 9,4 (63) | 11,2 (75) | 100,0 (671) |
| Пол | | | | | | | | | |
| Машки | 34,7 (111) | 8,8 (28) | 4,4 (14) | 10,6 (34) | 11,6 (37) | 10,0 (32) | 9,1 (29) | 10,9 (35) | 100,0 (320) |
| Женски | 37,9 (133) | 8,3 (29) | 4,6 (16) | 9,1 (32) | 9,1 (32) | 10,0 (35) | 9,7 (34) | 11,4 (40) | 100,0 (351) |
| Возраст | | | | | | | | | |
| 15-24 | 36,2 (75) | 8,7 (18) | 4,3 (9) | 9,2 (19) | 9,7 (20) | 9,7 (20) | 9,2 (19) | 13,0 (27) | 100,0 (207) |
| 25-34 | 36,8 (42) | 7,9 (9) | 3,5 (4) | 12,3 (14) | 8,8 (10) | 7,9 (9) | 8,8 (10) | 14,0 (16) | 100,0 (114) |
| 35-44 | 40,7 (50) | 6,5 (8) | 3,3 (4) | 8,1 (10) | 8,1 (10) | 10,6 (13) | 11,4 (14) | 11,4 (14) | 100,0 (123) |
| 45-54 | 34,1 (31) | 8,8 (8) | 5,5 (5) | 8,8 (8) | 11,0 (10) | 14,3 (13) | 9,9 (9) | 7,7 (7) | 100,0 (91) |
| 55+ | 33,8 (46) | 10,3 (14) | 5,9 (8) | 11,0 (15) | 14,0 (19) | 8,8 (12) | 8,1 (11) | 8,1 (11) | 100,0 (136) |
| Образование | | | | | | | | | |
| Основно | 27,3 (21) | 16,9 (13) | 5,2 (4) | 11,7 (9) | 16,9 (13) | 9,1 (7) | 3,9 (3) | 9,1 (7) | 100,0 (77) |
| Средно | 39,1 (125) | 6,9 (22) | 3,1 (10) | 9,7 (31) | 10,6 (34) | 9,4 (30) | 12,2 (39) | 9,1 (29) | 100,0 (320) |
| Више/Високо, магистратура, докторат | 35,8 (98) | 8,0 (22) | 5,8 (16) | 9,5 (26) | 8,0 (22) | 10,9 (30) | 7,7 (21) | 14,2 (39) | 100,0 (274) |
| Работен Статус | | | | | | | | | |
| Вработен | 38,5 (116) | 8,0 (24) | 3,0 (9) | 10,0 (30) | 7,6 (23) | 11,3 (34) | 12,0 (36) | 9,6 (29) | 100,0 (301) |
| Невработен | 30,6 (53) | 12,1 (21) | 6,9 (12) | 5,2 (9) | 14,5 (25) | 8,7 (15) | 7,5 (13) | 14,5 (25) | 100,0 (173) |
| Друго ⁵ | 39,3 (75) | 6,3 (12) | 4,7 (9) | 14,1 (27) | 8,9 (17) | 9,4 (18) | 6,3 (12) | 11,0 (21) | 100,0 (191) |
| Сектор на вработеност | | | | | | | | | |
| Државен | 44,1 (63) | 4,2 (6) | 2,1 (3) | 7,7 (11) | 9,1 (13) | 8,4 (12) | 18,2 (26) | 6,3 (9) | 100,0 (143) |
| Приватен | 35,4 (56) | 10,8 (17) | 3,8 (6) | 12,0 (19) | 5,7 (9) | 13,9 (22) | 5,7 (9) | 12,7 (20) | 100,0 (158) |
| Друго ⁶ | 27,8 (5) | 5,6 (1) | | 61,1 (11) | | | 5,6 (1) | | 100,0 (18) |

⁵ Под модалитетот „друго“ ги подразбираме оние испитаници чиј работен статус тешко може да се определи. Како такви се испитаниците кои имаат статус на: домаќинка; пензионер/ка и студент.

⁶ Под модалитетот „друго“ ги подразбираме испитаниците е кои што се вработени во меѓународни компании и меѓународни организации.

Во продолжение следуваат податоците добиени од истражувањето, кои се групирани во неколку делови:

1. Перцепциите на испитаниците за глобализацијата во Република Македонија;
2. Присуството на глобализацијата во одделни сегменти во Република Македонија;
3. Регулацијата и контролата на глобализацијата;
4. Последиците од процесите на глобализацијата во светот, поточно, на промените во социо- економските и културната сфера во македонското општество;
5. Актуелната јазичната состојба во Република Македонија;
6. Јазикот и писмото низ јавните натписи и фирми во градот Скопје;
7. Факторите кои се значајни за објаснувањето на присуството на глобализацијата во Република Македонија.

2. ПЕРЦЕПЦИИТЕ ЗА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Пред да започнеме со истражувањето на перцепциите за глобализацијата, пред сè, тргнавме од претпоставката дека испитаниците за глобализацијата и процесите поврзани со неа имаат различни перцепции. Разликите во перцепциите ги истраживме преку социодемографските белези на испитаниците (полот и возраста), припадноста на испитаниците според региони и нивниот социјален статус (степенот на образование, работниот статус и секторот на вработување). Поточно, овие варијабли влијаат врз перцепциите на испитаниците за глобализацијата.

Тие перцепции ги истраживме преку следниве аспекти:

1. Степенот на информираноста на испитаниците за глобализацијата;
2. Личниот став на испитаниците кон глобализацијата;
3. Идентификувањето на процесите на глобализацијата.

1. Степенот на информираноста на испитаниците во Република Македонија за глобализацијата

Преку степенот на информираноста, настојувавме да утврдиме колку испитаниците во Република Македонија се информирани за глобализацијата. За таа цел од нив, побаравме да одговорат на прашањето во колкав степен се информирани за глобализацијата преку петтостепена скала. Податоците, во тој поглед, се прикажани во табела 4.

Табела 4. Степенот на информираност на испитаниците за глобализацијата

| Степен на информираност/неинформираност | % (n) |
|-----------------------------------------|--------------------|
| многу сум информиран/а | 17,3 (116) |
| сум информиран/а | 64,2 (431) |
| не сум информиран/а | 14,6 (98) |
| воопшто не сум информиран | 3,9 (26) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Податоците од истражувањето покажуваат дека речиси сите испитаници се информирани за глобализацијата. Испитаниците претежно одговориле со модалитетите „многу сум информиран“ и „сум информиран“.

Оттука, можеме да заклучиме дека испитаниците се релативно информирани за глобализацијата. Податоците за поврзаноста на одделните белези на испитаниците и степенот на информираност/ неинформираност за глобализацијата се прикажани одделно во продолжение.

1.1 Степенот на информираноста за глобализацијата според социо демографските белези на испитаниците

Социо-демографските белези, во анкетното истражување ги операционализиравме преку полот и возраста на испитаниците. Во продолжение се мери влијанието на возраста на испитаниците врз степенот на информираност за глобализацијата.

Возраста на испитаниците

Возраста на испитаниците се јавува како една од значајните варијабли која влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата. Податоците за очигледната поврзаност меѓу возраста и степенот на информираност се прикажани во следнава табела:

Табела 5. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата

| Возрасни групи | Степен на информираност/ не информираност | | | | вкупно |
|----------------|-------------------------------------------|------------------|---------------------|-----------------------------|-------------|
| | многу сум информиран/а | сум информиран/а | не сум информиран/а | воопшто не сум информиран/а | |
| 15-24 | 22,2 (46) | 63,3 (131) | 10,6 (22) | 3,9 (8) | 100,0 (207) |
| 25-34 | 21,1 (24) | 69,3 (79) | 7,9 (9) | 1,8 (2) | 100,0 (114) |
| 35-44 | 15,4 (19) | 68,3 (84) | 15,4 (19) | 0,8 (1) | 100,0 (123) |
| 45-54 | 15,4 (14) | 62,6 (57) | 20,9 (19) | 1,1 (1) | 100,0 (91) |
| 55+ | 9,6 (13) | 58,8 (80) | 21,3 (29) | 10,3 (14) | 100,0 (136) |
| Вкупно | 17,3 (116) | 64,2 (431) | 14,6 (98) | 3,9 (26) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 43,480; \text{с.с.} = 12; p = 0,00; \text{СС} = 0,247$$

Од податоците е видно дека за глобализацијата се информирани скоро сите возрасни групи. Тоа најсилно е изразено кај испитаниците од возрасната група до 34 години, 90,4% и возрасната група до 24 години, 85,5%. Сите тие покажуваат афирмативен однос кон глобализацијата. За разлика од другите

возрасни групи, повозрасните 31,6% испитаници, на возраст над 55 години, одговориле со модалитетите „не сум информиран/а“ и “воопшто не се информиран/а за глобализацијата“.

За оценката на статистичката значајност на влијанието на возраста врз информираноста за глобализацијата се користи хи-квадрат тест. Во продолжение следи статистичката формулација на хипотезите и оценка на тестот.

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата.

Теоретската вредност на хи-квадратот е пониска (26,217) во однос на емпириската вредност и одлуката е дека се отфрла нултата хипотеза. Оттука и статистички се потврдува дека возраста на испитаниците влијае врз ставот кон глобализацијата, но со ниска статистичка поврзаност.

1.2. Степенот на информираноста за глобализацијата според социјалниот статус на испитаниците

Во ова истражување социјалниот статус на испитаниците е операционализиран преку степенот на образованието, работниот статус и секторот на вработување. Во продолжение се тествани истражувачките хипотези за да се измери влијанието, односно степенот на асоцијација на независните варијабли, а тоа се степенот на образованието, работниот статус со степенот на информираност за глобализацијата.

Степенот на образованието на испитаниците

Образованието на испитаниците е објаснувачка варијабла која го одредува степенот на информираност за глобализацијата како феномен. Насоката на поврзаноста е позитивна. Поточно, колку повеќе години поминати во процесот на образование, толку повеќе граѓаните се информирани за глобализацијата.

Табела 6. Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата

| Степен на образование | Степен на информираност/не информираност | | | | Вкупно |
|----------------------------|------------------------------------------|------------------|---------------------|-----------------------------|-------------|
| | многу сум информиран/а | сум информиран/а | не сум информиран/а | воопшто не сум информиран/а | |
| основно образование | 10,4 (8) | 40,4 (31) | 32,5 (25) | 16,9 (13) | 100,0 (77) |
| средно образование | 16,3 (52) | 64,1 (205) | 16,3 (52) | 3,4 (11) | 100,0 (320) |
| више/ високо + образование | 20,4 (56) | 71,2 (195) | 7,7 (21) | 0,7 (2) | 100,0 (274) |

$$\chi^2=80,065; \text{ c.c } /6 \text{ p}=0,00; \text{ CC}= 0,326$$

Резултатите покажуваат дека поголем дел од испитаниците се информирани за глобализацијата. Тоа е најсилно изразено особено кај испитаниците со завршено универзитетско и повисоко образование, 91,6%, тука се блиску и испитаниците со завршено средно образование, 82,4%. Наспроти нив, испитаниците со основно образование покажуваат генерално подеднаква распределба на одговорите во однос на информираноста за глобализацијата.

Истражувачката хипотеза статистички е тестирана со хи- квадрат тест. За потребите на статистичкото тестирање на хипотезите се користи нултата и алтернативната хипотеза прикажани подолу.

Нулта хипотеза: Степенот на образованието на испитаниците не влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата.

Алтернативна хипотеза: Степенот на образованието на испитаниците влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата.

Споредбата меѓу теориската и емпирската вредност на вредностите (теориски $\chi^2=16,812$, емпирска $\chi^2=80,065$) дозволува да се отфрла нултата хипотеза. Оттука, и статистички се потврдува дека образованието на испитаниците влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата. Тоа значи дека пообразованите испитаници сè повеќе информирани за глобализацијата, отколку испитаниците кои имаат пониско образование.

Работен статус на испитаниците

Работниот статус на испитаниците, исто така, е варијабла којашто влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата. Работниот статус го објаснуваме преку вработеноста и невработеноста на испитаниците. Одговорите на испитаниците се прикажани во следнава табела:

Табела 7. Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата

| Работен статус | Степен на информираност за глобализацијата | | | | Вкупно |
|----------------|--------------------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------------|--------------------|
| | многу сум информирана | сум информиран/а | не сум информиран/а | воопшто не сум информирана | |
| вработен | 18,3 (55) | 67,4 (203) | 13,0 (39) | 1,3 (4) | 100,0 (301) |
| невработен | 16,2 (28) | 66,5 (115) | 14,5 (25) | 2,9 (5) | 100,0 (173) |
| друго | 17,3 (33) | 56,0 (107) | 17,8 (34) | 8,9 (17) | 100,0 (191) |
| вкупно | 17,4 (116) | 63,9 (425) | 14,7 (98) | 3,9 (26) | 100,0 (665) |

$$\chi^2 = 22,534; \text{ s.s/ } 6 \text{ p} = 0,00; \text{ CC} = 0,181$$

Според податоците од анкетното истражување работниот статус не е фактор кој го определува степенот на информираност на испитаниците. Претежноста на одговорите на сите категории испитаници се во категориите „многу сум информиран/а“ и „сум информиран/а“.

Појдовните претпоставки се поставени соодветно на статистички начин на тестирање на хипотезите. Тие се следниве:

Нулта хипотеза: Работниот статус на испитаниците не влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата.

Алтернативна хипотеза: Работниот статус на испитаниците влијае врз степенот на информираноста за глобализацијата.

Според резултатите се отфрла нултата хипотеза. Статистички значајната поврзаност на варијаблите е со ниво на доверба од 99,9%, но интензитетот на поврзаноста е многу слаба, мерено со CC.

Сектор на вработување на испитаниците

Секторот на вработување на испитаниците го анализиравме врз основа на државен и приватен сектор, но и врз основа на секторот којшто не ги подразбира претходните два. Податоците за асоцијацијата на варијаблите, секторот на вработување на испитаниците и степенот на информираност за глобализацијата се прикажани во табела 8.

Табела 8. Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и степенот на информираноста за глобализацијата

| Сектор на вработување | Степен на информираност | | | | вкупно |
|-----------------------|-------------------------|-------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------|
| | многу сум информиран/а | сум информиран/а | не сум информиран/а | воопшто не сум информиран/а | |
| државен | 21,3 (31) | 68,5 (98) | 9,1 (13) | ,7(1) | 100,0 (143) |
| приватен | 15,8 (25) | 67,7 (107) | 14,6 (23) | 1,9 (3) | 100,0 (158) |
| друго | 16,2(60) | 61,1 (226) | 16,8 (62) | 5,9 (22) | 100,0 (370) |
| вкупно | 17,3(116) | 64,2 (431) | 14,6 (98) | 3,9 (26) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 16,879; \text{ c.c/6 } p = 0,01 \text{ CC} = 0,157$$

Степенот на информираност за глобализацијата не е условена од секторот на вработеност. Степенот на информираност на испитаниците во однос на секторот на вработеност речиси е идентичен.. Имено, 89,8% од испитаниците кои работат во државниот сектор одговориле со дека се „многу“ или „се информирани,“ за глобализацијата. Учеството на испитаниците кои работат во приватниот сектор е 83,5%.

2. Личниот став кон глобализацијата

Од исклучително значење за нашата анализа е личниот став на испитаниците кон глобализацијата. Во овој контекст, интересни се одговорите на испитаниците што се однесуваат на нивниот личен став кон глобализацијата. Во анкетниот прашалник на испитаниците, им беше овозможено личниот став да го оценат меѓу „позитивен“ и „негативен“. Во табела 9 се наведени одговорите на испитаниците за личниот став кон глобализацијата изразени во фреквенции и проценти.

Табела 9. Позитивен и негативен личен став кон глобализацијата

| Личниот став кон глобализацијата | % (n) |
|----------------------------------|--------------------|
| позитивен | 66,6 (446) |
| негативен | 33,5 (226) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Податоците покажуваат дека испитаниците, 66,6%, имаат позитивен став кон глобализацијата, што се објаснува со присуството на глобализацијата во Република Македонија. Негативен став кон глобализацијата одговориле дека имаат 33,5% од испитаниците.

2.1 Личниот став кон глобализацијата според социодемографските белези на испитаниците

Одговорите на испитаниците за личниот став кон глобализацијата во анкетниот прашалник според социодемографските белези (полот и возраста), покажуваат дека постои асоцијација со варијаблата возраст. Во продолжени следуваат тие податоци.

Табела 10. Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и личниот став кон глобализацијата

| Возрасни групи | Личниот став кон глобализацијата | | вкупно |
|----------------|----------------------------------|-------------------|--------------------|
| | позитивен | негативен | |
| 15- 24 | 75,8 (157) | 24,2 (50) | 100,0 (207) |
| 25- 34 | 72,8 (83) | 27,2 (31) | 100,0 (114) |
| 35- 44 | 65,0 (80) | 35,0 (43) | 100,0 (123) |
| 45- 54 | 59,3 (54) | 40,7 (37) | 100,0 (91) |
| 55+ | 52,9 (72) | 47,1 (64) | 100,0 (136) |
| вкупно | 66,5 (446) | 33,5 (225) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 23,574; \text{ c.c/4 } p = 0,00; \text{ CC} = 0,184$$

Податоците покажуваат дека возраста на испитаниците има влијание врз личниот став кон глобализацијата. Податоците за статистичката поврзаност меѓу возраста на испитаниците и нивниот личен став кон глобализацијата се прикажани во табела 10.

Податоците добинени од анкетниот прашалник покажуваат дека позитивниот став кон глобализацијата се намалува со зголемување на возраста на испитаниците. Имено, по три четвртини од испитанците на помлада возрастна група (од 15 до 24 и од 25-34) имаат позитивен став кон глобализацијата. Повозрасните групи имаат генерално позитивен став, но со помало учество во позитивните одговори, а покажуваат зголемување на негативниот личен став. Негативниот став е најсилно изразени кај испитаниците на возраст над 55 години.

Ваквата поврзаност е и статистички значајна, што се потврдува со хи-квадрат тест и тоа преку тестирање на нултата и алтернативната хипотеза, подолу претставена.

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае врз личниот став кон глобализацијата.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз личниот став кон глобализацијата.

Емпириската вредност на $\chi^2=23,574$ е повисока од теориската вредност на хи-квадратот (13,277) и поради тоа се одлучува да се отфрли нултата хипотеза. Оттука и статистички се потврдува дека возраста на испитаниците влијае врз личниот став кон глобализацијата. Тоа покажува дека испитаниците според возраста се разликуваат во личниот став кон глобализацијата.

2.2 Личниот став кон глобализацијата според социјалниот статус на испитаниците

За мерење на асоцијацијата на социјалниот статус на испитаниците со личниот став кон глобализацијата го операционализиравме преку варијаблите степенот на образованието, работниот статус и секторот на вработување на испитаниците. Таа асоцијација ја најдовме меѓу степенот на образованието на испитаниците и личниот став кон глобализацијата.

Степенот на образованието на испитаниците

Генерално податоците покажуваат дека испитаниците според нивното образование се разликуваат во личниот став за глобализацијата. Податоците за поврзаноста меѓу степенот на образование на испитаниците и личниот став кон глобализацијата се прикажани во табела 11.

Табела 11. Поврзаноста меѓу степенот на образование на испитаниците и личниот став кон глобализацијата

| степен на образование | Личниот став кон глобализацијата | | вкупно |
|----------------------------|----------------------------------|-------------------|--------------------|
| | позитивен | негативен | |
| основно образование | 51,9 (40) | 48,1 (37) | 100,0 (77) |
| средно образование | 66,6 (213) | 33,4 (107) | 100,0 (320) |
| више/ високо + образование | 70,4 (193) | 29,6 (81) | 100,0 (274) |
| вкупно | 66,5 (446) | 33,5 (225) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 9,222; \text{ c.c/ 2 } p = 0,01; \text{ CC} = 0,116$$

Од аспект на степенот на образование се izdelуваат разлики во однос на оние со основно во споредба со групите на испитаници со средно и више/високо образование. Испитаниците со основно не покажуваат претежност кон ниедна оценка. Наспроти нив испитаниците коишто имаат универзитетско и повисоко образование и испитаниците со завршено средно образование имаат претежно позитивните лични оценки во однос на глобализацијата.

Во однос на статистичката поврзаност меѓу степенот на образование и личниот став на испитаниците кон глобализацијата нултата хипотеза се прифаќа. Тоа значи дека горе преставената разлика во однос на влијанието на образованието врз личниот став кон глобализацијата се должи на случајност.

3. Идентификување на глобализацијата

Овој дел од анализата се однесува на идентификација на општите концепции за глобализацијата. Во анкетниот прашалник на испитаниците им беа поставени петнаесетина тврдења за глобализацијата и од нив беше побарано да изберат најмногу четири според степенот на важноста. Тврдењата, ги утврдивме врз основа на теориски и емпириски анализи од релевантни

социјални мислителите како што се: Имануел Волерстин (Wallerstein, 1999), Роналд Робертсон (Robertson, 1992), Ентони Гиденс (Gidens, 1998) и Жан Пјетерс (Pieterse, 2009), Пол Хирст и Грегејм Томсон (Hirst and Thompson, 1999, 2000), Џорџ Сорос (Soros, 2002), Јан Шолте (Шолте, 2008) Џорџ Ритцер (Ritzer, 2009; 2011), кои во фокусот на своето интересирање го имаат ова прашање. Во табела 12 се прикажани одговорите на испитаниците за тврдењата за глобализацијата според степенот на важност.

Табела 12. Идентификување на глобализацијата според степенот на важност

| Тврдења за глобализацијата | % (n) |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| Процес наметнат од моќните земји (проект) | 55,4 (372) |
| Процес на создавање на светско општество | 46,8 (314) |
| Реален процес (не наметнат, историски) | 34,5(232) |
| Процес на ширење на моќта на мултинационалните компании | 33,8(227) |
| Процес на слабеење на националната држава | 29,2 (196) |
| Поделба на светското население на глобално богати и локално сиромашни | 28,0 (188) |
| Зголемување на зависноста помеѓу државите | 26,4 (177) |
| Интеграција на пазарот | 22,5 (151) |
| Пренесување на моќта на националните влади на глобалните институции | 22,1 (148) |
| Процес насочуван од развојот на комуникациските технологии | 21,8 (146) |
| Американизација/ вестернизација/ мекдоналдизација | 21,8 (146) |
| Интеграција на националните држави | 21,6 (145) |
| Ширење на либералниот капитализам | 16,8 (113) |
| Културен империјализам | 8,9(60) |
| Колонизација | 6,9 (46) |

Податоците од анкетното истражување покажуваат дека испитаниците глобализацијата ја идентификуваат, пред сè како „процес наметнат од страна на моќните земји“ и тоа со 55,4%. Покрај ова тврдење, испитаниците глобализацијата ја гледаат и како „процес на создавање на светско општество“ (46,8%), понатаму како „реален процес“ (34,5%) и како „процес на ширење на моќта на мултинационалните компании“ (33,8%). Тоа се четирите тврдења за кои испитаниците сметаа дека во најголема мера ја претставуваат глобализацијата.

Покрај нив, не се за занемарување и идентификацијата на глобализацијата како „процес на слабеење на националната држава“ (29,2%),

„поделбата на светското население на глобално богати и локално сиромашни“ (28,0%) и како „зголемување на зависноста меѓу државите“ (26,4%). Од друга страна, испитаниците како не многу важни ги сметаат концепциите за глобализацијата како „културен империјализам“ и „колонизација“.

Оттука, можеме да заклучиме дека испитаниците се информирани за глобализацијата, поточно, кај нив постои свест дека глобализацијата е широко присутна и ја сметаат како позитивен феномен, но немаат (јасна) претстава што, всушност, е таа. Особено, кога станува збор дали глобализацијата е процес или проект. Се чини дека голем дел од испитаниците имаат контрадикторно мислење, што веројатно се должи на контрадикторните информации кои јавноста ги има за глобализацијата. Поточно, тоа се информации кои, главно, доаѓаат од медиумите, кои во своите содржини не нудат теми преку кои јавноста соодветно ќе се информира за глобализацијата и процесите поврзани со неа. Покрај тоа, контрадикторното мислење на испитаниците, во голема мера, е условено и од нивниот социјален статус.

3. ПРИСУСТВОТО НА ПРОЦЕСИТЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВО ОДДЕЛНИ СФЕРИ ОД СОЦИЈАЛНИОТ ЖИВОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Перцепциите на испитаниците упатуваат дека процесите на глобализацијата се значајно присутни во структурата на македонското општество. Токму поради тоа, во емпирискиот дел од трудов ќе го утврдиме присуството на процесите на глобализацијата во одделни сфери и промените во нив, предизвикани од глобализацијата. За таа цел, од испитаниците побаравме да го оценат присуството на глобализацијата во рамките на семејството и местото на живеење, како и во сферите на економијата, финансиското работење, политиката, модата, облеката, храната и пијалаците, јазикот, техниката, музиката, медиумите и образованието.

3.1 Присуството на глобализацијата во семејството на испитаниците

Промените кои се случуваат во светот под влијание на процесите на глобализацијата се исто така, присутни и во нашата реалност. Од особено значење се промените кои се случуваат во семејството, со оглед на тоа што тие влијаат врз личните и врз емоционалните односи на членовите во рамките на семејството. Урлих Бек, зборувајќи за глобализацијата, се осврнува и на тие промени. Тој зборува за „транснационална полигинија на место“, на повеќе места одеднаш, кои водат до глобализација во личниот живот. Во таа смисла тој забележува дека „животот веќе не е врзан за едно место. Тој се одвива во автомобил, во авион, во воз, на телефон и интернет. Тоа е транснационалниот живот медиумски подржуван и медиумски обележан (Бек, 2003: 94). Тоа значи дека класичната претстава за семејството е застарена, дека се јавуваат нови претстави за семејството кои не подразбираат дека ако се живее на исто место, дека тоа значи да се живее заедно и обратно.

Поради овие тенденции во семејството, во анкетниот прашалник побаравме од испитаниците да одговорат меѓу „да“ и „не“ на прашањето: Дали сметате дека глобализацијата има влијание врз вашето семејство? Во табела 13 се прикажани одговорите на испитаниците, кои одаат во прилог на

размислувањето дека процесите на глобализацијата се навлезени и во рамките на македонското семејство и дека влијае врз карактерот на интерперсоналните и емоционалните односи.

Табела 13. Влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците

| Дали сметате дека глобализацијата има влијание врз вашето семејство? | % (n) |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------|
| има | 64,7 (434) |
| нема | 31,0 (208) |
| не знам | 4,3 (29) |
| вкупно | 100,0(671) |

Според одговорите испитаниците го забележуваат влијанието на глобализацијата во нивното најнепосредно опкружување. Речиси две третини (64,7%) од испитаниците одговориле дека глобализацијата влијае врз нивното семејство, а 31,0% од испитаниците оцениле дека глобализацијата не влијае врз нивното семејство.

Во продолжение следуваат податоците за влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците во зависност од нивниот социјален статус.

3.1.1 Влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците според социјалниот статус

Поврзаноста меѓу влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците и социјалниот статус на испитаниците, го операционализиравме преку независните варијабли: степенот на образованието, работниот статус и секторот на вработување. Од овие варијабли, единствено степенот на образованието покажува одредени разлики во одговорите. Одговорите се претставени во табела 14.

Табела 14. Поврзаноста меѓу степенот на образование на испитаниците и влијанието на глобализацијата врз нивното семејство

| Степен на образование | Дали сметате дека глобализацијата има влијание врз вашето семејство? | | | вкупно |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------|----------|-------------|
| | има | нема | не знам | |
| основно образование | 48,1(37) | 46,8 (36) | 5,2 (4) | 100,0 (77) |
| средно образование | 66,9 (214) | 27,2 (87) | 5,9 (19) | 100,0 (320) |
| више/ високо + образование | 66,8(183) | 31,0 (85) | 2,2 (6) | 100,0 (274) |
| вкупно | 64,7(434) | 31,0 (208) | 4,3 (29) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 16,334; \text{с.с } /4; \text{p}=0,00; \text{СС}=0,154$$

Испитаниците со завршено средно и високо образование го препознаваат влијанието на глобализацијата во нивните семејства (66,9% и 66,8%). Испитаниците со основно образование имаат подеднакво учество и во позитивните и во негативните одговори: 48,1% одговориле дека глобализацијата има влијание врз нивното семејство, но, исто така, 46,8% од нив, оценуваат дека глобализацијата нема влијание врз нивното семејство.

Ваквата поврзаност статистички се потврдува, но со многу низок интензитет на поврзаност, мерено според СС.

3.2. Присуството на глобализацијата во социо - културниот контекст

Еден од показателите за влијанието на глобализацијата е секако и присуството на глобализацијата во дадена локална средина. Резултатите од нашето истражување покажуваат дека најголем дел од испитаниците сметаат дека глобализацијата се забележува во нивното место на живеење (види табела 15).

Табела 15. Присуството на глобализацијата во местото на живеење на испитаниците

| Присуството на глобализацијата во местото на живеење | % (n) |
|-------------------------------------------------------------|--------------------|
| многу се забележува | 16,8 (113) |
| се забележува | 53,1(356) |
| немам мислење | 14,3 (96) |
| не се забележува | 11,0 (74) |
| воопшто не се забележува | 4,8 (32) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Податоците покажуваат дека околу две третини од испитаниците го забележуваат присуството на глобализацијата во нивното место на живеење и тоа 16,8 одговориле со „многу се забележува“, а 53,1% со „се забележува“. Мал е бројт на испитаници кои одговориле негативно. Имено, 11,0% одговориле со „не се забележува“, а 4,8% со екстремниот одговор „воопшто не се забележува“, одговориле испитаниците за присуството на глобализацијата во местото на живеење. Во продолжение се прикажани одговорите на испитаниците за присуството на глобализацијата во местото на живеење според нивниот социјален статус.

3.2.1 Присуството на глобализацијата во местото на живеење на испитаниците според нивниот социјален статус

Врската меѓу социјалниот статус на испитаниците и присуството на глобализацијата во местото на живеење ја анализиравме преку степенот на образованието, работниот статус и секторот на вработување. При тоа, анализата покажа дека меѓу варијаблата степен на образование постои поврзаност со мислењето на испитаниците за присуството на глобализацијата во местото на живеење.

Како и во однос на претходните тврдења и така за ова, образованието е фактор на разликите во одговорите, споредено со другите белези на испитаниците преку кои се определува нивниот статус во општеството.

Табела 16. Поврзаноста меѓу степенот на образование на испитаниците и присуството на глобализацијата во местото на живеење

| Степен на образование | Што мислите Колку се забележува глобализацијата во вашето место на живеење? | | | | | вкупно |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| | многу се забележува | се забележува | немам мислење | не се забележува | воопшто не се забележува | |
| основно образование | 15,6 (12) | 39,0 (30) | 26,0 (20) | 10,4 (8) | 1,0 (7) | 100,0 (77) |
| средно образование | 15,9 (51) | 50,9 (163) | 15,9 (51) | 13,1 (42) | 2,0 (13) | 100,0 (320) |
| више/ високо+ образование | 18,2 (50) | 59,5 (163) | 9,1 (25) | 8,8 (24) | 1,8 (12) | 100,0 (274) |
| вкупно | 16,8 (113) | 53,1(356) | 14,3 (96) | 11,0 (74) | 4,8 (32) | 100,0 (671) |

$\chi^2 = 24,927$; с.с /8 ; $p=0,00$; $CC= 0,189$;
теориската вредност на $\chi^2 = 20,090$

Податоците прикажани во табела 16. покажуваат дека испитаниците на прашањето „Колку се забележува глобализацијата во вашето нивното место на живеење“, одговориле со модалитетите „се забележува“ и „многу се забележува“. Имено, тоа е најизразено кај испитаниците со универзитетско и повисоко образование, 77,7%, како и кај испитаниците со завршено средно образование, 66,8%. Се разбира, не се за занемарување и одговорите на испитаниците со завршено основно образование (54,6%).

Статистичката поврзаност меѓу степенот на образование на испитаниците и присуството на глобализацијата во нивното место на живеење е тестирана со хи- квадрат тест. Врз основа на податоците статистички се отфрла нултата хипотеза, но интензитот на поврзаноста е незначителен. Со овој тест ја тестиравме нултата и алтернативната хипотеза.

3.3 Присуството на глобализацијата во одделни сфери од социјалниот живот во Република Македонија

Со оглед дека процесите на глобализацијата се присутни во бројни сфери во структурата на македонското општество, на испитаниците во прашалникот им беше понудено да изберат неколку од тие сфери, во кои што сметавме дека овие процеси најманифестно се присутни. За таа цел, од нив побаравме да го оценат присуството на глобализацијата во тринаесет подрачја. Во табела 17 се прикажани одговорите на испитаниците за присуството на глобализацијата во одделни сфери во нашето општество.

Табела 17. Присуството на глобализацијата според одделни сфери во Република Македонија

| Сфери | Присуството на глобализацијата во: | | | | | вкупно |
|------------------------------------|------------------------------------|------------------|-------------------|----------------|----------------|-------------|
| | многу големо присуство | големо присуство | умерено присуство | мало присуство | нема присуство | |
| Економија | 26,8 (180) | 34,1 (229) | 24,9 (167) | 11,5 (77) | 2,7 (18) | 100,0 (671) |
| Финансиско работење | 22,1 (148) | 34,7 (233) | 23,7 (159) | 14,8 (99) | 4,8 (32) | 100,0 (671) |
| Политика | 37,0 (248) | 31,1 (209) | 18,2 (122) | 9,8 (66) | 3,9 (26) | 100,0 (269) |
| Мода (следење на модните трендови) | 36,5 (245) | 33,5 (225) | 14,8 (99) | 9,1 (61) | 6,1 (41) | 100,0(671) |
| Облека | 31,4 (211) | 28,3 (190) | 18,9 (127) | 13,3 (89) | 8,0 (54) | 100,0(671) |
| Храна и пијалаци | 32,8 (220) | 33,7 (226) | 21,0 (141) | 9,5 (64) | 3,0 (20) | 100,0 (671) |
| Јазик | 37,6 (252) | 31,9 (214) | 15,4 (103) | 10,6 (71) | 4,6 (31) | 100,0(671) |
| Техника | 45,5(305) | 29,8 (200) | 17,0(114) | 6,9 (46) | 0,9 (6) | 100,0(671) |
| Музика | 42,8 (287) | 28,5 (191) | 15,2(102) | 8,3 (56) | 5,2 (35) | 100,0 (671) |
| Уметност | 13,6 (91) | 31,4(211) | 29,2 (196) | 17,9 (120) | 7,9 (53) | 100,0 (671) |
| Медиуми | 46,8 (314) | 35,2 (236) | 9,8 (66) | 5,8 (39) | 2,4 (16) | 100,0 (671) |
| Образование | 20,7(139) | 33,4(224) | 27,9 (187) | 12,4(83) | 5,7 (38) | 100,0 (671) |

Од потатоците се забележува дека испитаниците, генерално, присуството на глобализацијата по одделни сфери го оцениле со модалитетите „големо присуство“ и „многу големо присуство“. Испитаниците оцениле дека глобализацијата е најсилно присутна во сферата на медиумите, 82,0%, потоа веднаш потоа во сферата на техниката, 75,3%, а веднаш потоа и во сферата на музиката, 71,3%. Исто така, испитаниците одговориле дека глобализацијата е

силно присутна во сферата на јазикот, 69,5% , во сферата на модата, 69,0% и во сферата на политиката, 68,1%. Овие податоци, јасно укажуваат дека процесите на глобализацијата во македонскиот социокултурен контекст се најманифестно присутни во медиумите и нивните содржини. Податоците покажуваат дека испитаниците оценуваат дека глобализацијата е умерено присутна во сферата на уметноста, (29,2%) и во сферата на образованието, (27,9%).

3.4 Присуството на процесите на глобализацијата во сферата на медиумите

Присуството на процесите на глобализацијата, според мислењето на испитаниците, е најсилно изразено во медиумите. Испитаниците за процесите на глобализацијата, главно, се информираат преку медиумите. Тоа го потврдуваат и бројните трудови објавени на оваа тема, во коишто медиумите се означуваат како значаен фактор за глобализациските процеси во светот. Оттука, медиумите имаат примарна улога за промовирање на процесите на глобализацијата и во нашето општество. Медиумите како дел од нашето општество се значајна сила која делува во обликувањето на општествената реалност, која понатаму ја обликува културата и нејзините идентификатори. Во тој контекст медиумите преку својата медиумска култура влијаат на локалните култури.

Токму поради тоа, од испитаниците да побараме да одговорат колку се согласуваат со тврдењето „масовните медиуми ни овозможуваат да се запознаеме со различни културни вредности и идентитети“. Одговорите на испитаниците се претставени во табела 18.

Од истражувањето произлегува дека 71,8% од испитаниците се согласуваат дека медиумите, преку своите содржини, информираат за различните културни вредности и идентитети. Тоа значи дека медиумите имаат примарна улога во градењето на сензибилитетот за едно светско општество.

Табела 18. Степени на согласност за тврдењето „масовните медиуми се промотори на различните културни вредности и идентитети“

| Степени на согласност | % (n) |
|--------------------------|--------------------|
| сосема се согласувам | 71,8 (482) |
| делумно се согласувам | 23,2 (156) |
| не можам да се определам | 1,5 (10) |
| делумно не се согласувам | 2,4 (16) |
| воопшто не се согласувам | 1,0 (7) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Тие ги промовираат универзалните начини на живот кои стануваат дел од локалните култури и нивните вредносни системи. Во голема мера, тие универзални вредности се вградуваат во веќе постоечките локални културни вредносни системи или, пак, доколку локалните култури ги прифатат, во тој случај, тие имаат можност да креираат нови (комбинирани) вредносни системи.

За таа цел од испитаниците побаравме да одговорат (табела 19) колку се согласуваат со тврдењето „присуството на странски кабловски ТВ – канали во секојдневното живеење поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата и уметноста се однесува на нив“.

Табела 19. Степени на согласност за тврдењето „присуството на странските кабловски ТВ- канали поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста

| Степени на согласност | % (n) |
|--------------------------|--------------------|
| сосема се согласувам | 65,1(437) |
| делумно се согласувам | 25,5 (171) |
| не можам да се определам | 5,8(39) |
| делумно не се согласувам | 2,8(19) |
| воопшто не се согласувам | 0,7 (5) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Од одговорите на испитаниците може да се заклучи дека повеќе од половината од нив 65,1%, сосема се согласуваат со тврдењето „присуството на

странските кабловски ТВ- канали поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста“ .

Овие мислења кореспондираат и со мислењата на испитаниците коишто се однесуваат на изборот на емисии, филмови и други содржини според нивното производство.

Податоците покажуваат дека најголемиот дел од испитаниците, 70,3%, преферираат да гледаат документарни емисии, филмови и серии кои се и од домашно и од странско производство, а најмалку, 13,6%, гледаат документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство. Тоа значи дека постои баланс кај испитаниците во однос на културната размена преку медиумите. Кај нив доминира логиката за меѓусебно поинтензивно и понепосредно комуницирање и интеракција со други поинакви култури. Покрај тоа, анализата покажа дека мислењата на испитаниците се поврзани значително со нивната возраст, припадноста според региони, образованието и секторот на вработување.

Табела 20. Избор на документарни емисии, филмови и серии според нивното производство

| Какви документарни емисии, филмови и серии сакате да гледате на телевизија, DVD, интернет и слично? | % (n) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство | 16,1 (108) |
| документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство | 13,6 (91) |
| документарни емисии, филмови и серии кои се и од странско и домашно производство | 70,3 (472) |
| вкупно | 100,0 (671) |

3.4.1. Анализа за изборот на документарни емисии, филмови и серии според социодемографските белези на испитаниците

Поврзаноста на социодемографските белези на испитаниците (полот и возраста) со изборот на документарни емисии, и филмови ја утврдивме преку варијаблата *возраст*. Податоците се претставени во табела 21.

Табела 21. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии

| Возрасни групи | Какви документарни емисии, филмови и серии сакате да гледате на телевизија; DVD, интернет и слично? | | | |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| | документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство | документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство | документарни емисии, филмови и серии кои се и од странско и домашно производство | вкупно |
| 15- 24 | 26,2 (55) | 8,2 (17) | 65,2 (138) | 100,0 (207) |
| 25-34 | 17,5 (20) | 7,9 (9) | 74,6 (85) | 100,0 (114) |
| 35- 44 | 13,0 (16) | 9,8 (12) | 77,2 (95) | 100,0 (123) |
| 45-54 | 9,9 (9) | 16,5 (15) | 73,6 (67) | 100,0 (91) |
| 55 + | 5,9 (8) | 27,9 (38) | 66,2 (90) | 100,0 (136) |

$$\chi^2 = 58,034; \text{ c.c./8} ; p=0,00; \text{ CC}= 0,282$$

Од аспект на *возраста* значителни отстапувања од општото покажуваат испитаниците на возраст од 15 до 24 години. Оваа група покажува поголема заинтересираност за „документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство“. Учеството на одговорите за овој модалитет изнесува 26,2%. На овој начин може да се забележи дека за помладите испитаници изворот на продукцијата има помало значење.

Од аспект на *образованието* испитаниците со основно образование покажуваат надпросечно учество во одговорите дека гледаат домашна продукција и тоа 28,6%. (види табела 22)

Табела 22. Поврзаноста меѓу образованието на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии според производството

| Степен на образование | Какви документарни емисии, филмови и серии сакате да гледате на телевизија, DVD, интернет и слично? | | | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| | документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство | документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство | документарни емисии, филмови и серии кои се и од странско и домашно производство | вкупно |
| основно образование | 14,3 (11) | 28,6 (22) | 57,1 (44) | 100,0 (77) |
| средно образование | 17,8 (57) | 11,6 (37) | 70,6 (226) | 100,0 (320) |
| више и високо + | 14,6 (40) | 11,7 (32) | 73,7 (202) | 100,0 (274) |
| вкупно | 16,1 (108) | 13,6 (91) | 70,3 (472) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 17,931; \text{ s.s./4} ; p=0,00; \text{ CC}= 0, 161$$

Од аспект на *работниот статус* се издвојува категоријата невработени лица која одговорила дека надпросечно (23,7%) гледаат „документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство“. Податоците се прикажани во табела 23.

Според вредностите на хи - квадрат, се отфрла нултата хипотеза и статистички се потврдува дека образованието на испитаниците влијае врз нивниот избор на документарни емисии, филмови и серии во зависност од нивното производство, но со низок интензитет.

Табела 23. Поврзаноста меѓу работниот статус на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии според производството

| Работен статус | Какви документарни емисии, филмови и серии сакате да гледате на телевизија, DVD, интернет и слично? | | | |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| | документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство | документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство | документарни емисии, филмови и серии кои се и од странско и домашно производство | вкупно |
| вработен | 11,3 (34) | 11,3 (34) | 77,4 (233) | 100,0 (301) |
| невработен | 23,7 (41) | 9,2 (16) | 67,1 (116) | 100,0 (173) |
| друго | 17,3 (33) | 21,5 (41) | 61,3 (117) | 100,0 (191) |
| вкупно | 16,1 (108) | 13,6 (91) | 70,3 (472) | 100,0 (665) |

$$\chi^2 = 27,435; s.s/4 ; p=0,00; CC= 0,199$$

2.5 Познавање и користење на интернетот

Покрај тоа, со процесите на глобализацијата се поврзуваат, исто така, и глобалните медиуми кои силно влијаат на секојдневниот живот на поединците и општествените групи. Во тој поглед, нашите граѓани имаат афирмативен однос кон глобалните компјутерски посредувани комуникации (табела 24). Тоа се објаснува со силната примена и користење на интернетот во последните неколку децении, при што, се фаворизираат виртуелните заедници и интерактивните мрежи.

На тој начин, интернетот станува еден хибриден медиум кој преставува директна, on-line интеракција меѓу поединците и општествените групи во врска со заеднички теми, вредности и интереси. Поради тоа, од граѓаните побаравме

да оценат колку се согласуваат или не се согласуваат со тврдењето дека „денес познавањето и користењето на интернетот е неопходно“.

Во табела 24 се прикажани одговорите на испитаниците во однос на ова прашање според степените на согласност / несогласност.

Табела 24. Степени на согласност за тврдењето „денес познавањето и користењето на интернетот е неопходно“

| Степени на согласност | % (n) |
|--------------------------|--------------------|
| сосема се согласувам | 77.8 (522) |
| делумно се согласувам | 14,2 (95) |
| не можам да се определам | 4,3 (29) |
| делумно не се согласувам | 2,5 (17) |
| воопшто не се согласувам | 1,2(8) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Испитаниците покажуваат висок степен на согласност со тоа дека интернет е од особено значење за функционирање на современиот стил на живот. Во најголем дел (77,8%) одговориле со модалитетот „сосема се согласувам“, а 14,2% одговориле „делумно се согласувам“. Очигледно е дека интернетот се наметнува како медиум чие познавање и користење е неопходно, бидејќи комуникациите и интеракциите, на глобален план, се одвиваат преку овој медиум.

4. РЕГУЛИРАЊЕ И КОНТРОЛА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА

Една од централните теми која се врзува за глобализацијата е нејзиното регулирање и контрола. Прашањето за регулирањето и контролата на глобализацијата е во фокусот на интересирањето на современата социологија. За најголем број социолози, ова прашање произлезе од контроверзната природа на глобализацијата. Во врска со тоа, Јан Пиетерс истакнува дека глобализацијата на некој начин може да се регулира и контролира, поточно да се диригира (Pieterse, 2009: 8), и тоа, од страна на моќни светски актери кои имаат економско, политичко и културно влијание во светот.

Оттука, глобализацијата, според некои мислења, е директно условена од концентрацијата на економскиот, политичкиот и на културниот капитал. Во таа насока, на еден многу илустративен начин Ноам Чомски истакнува дека денес во светот постојат сè повеќе одредени моќни мултинационални компании кои имаат не само економска контрола и влијание врз националните држави, туку имаат и политичко влијание и контрола.

Токму овие аспекти, на некој начин, се индиректно дел од нашата анализа, бидејќи според мислењето на најголемиот процент од нашите испитаници во нивните перцепции глобализацијата е проект на најмоќните и најразвиените земји на Западот. Тоа беше дополнителен мотив, низ само неколку фактори да го утврдиме влијанието кое што тие го имаат врз глобализацијата.

Факторите ги утврдивме врз основа на теориски и емпириски анализи од релевантни социјални мислителите како што се Лук Мартел (Martell, 2010), Арнолд Роџер (Roger, 2008) кои се занимаваат со ова прашање. Се разбира, имавме предвид дека може да се земат и ред други чинители но, се чини дека наведените фактори, барем за сегашното време, се јавуваат како основни и објективни. За таа цел, на испитаниците им беа наведени десетина фактори и од нив беше побарано да го оценат влијанието на секој од нив врз процесите на глобализацијата. Во табела 25. се прикажани одговорите на испитаниците за влијанието на одделните фактори врз глобализацијата според степенот на влијание.

Табела 25. Влијанието на одделни фактори врз глобализацијата

| Фактори на влијание | Влијанието на одделни фактори врз глобализацијата | | | | | вкупно |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------|------------------|---------------|-----------------------|----------------|
| | многу големо влијание | големо влијание | умерено влијание | мало влијание | воопшто нема влијание | |
| Меѓународните институции (НАТО; ММФ; Светска банка; Светска трговска организација) | 53,2 (357) | 33,4 (224) | 10,0 (67) | 3,1 (21) | 0,3 (2) | 100,0 (671) |
| Националните Влади | 27,7 (186) | 37,0 (248) | 22,1 (148) | 11,5 (77) | 1,8 (12) | 100,0 (671) |
| Мултинационалните компании | 41,3 (277) | 33,2 (223) | 17,7 (119) | 6,3 (42) | 1,5 (10) | 100,0 (269) |
| САД | 70,5 (473) | 20,4 (137) | 5,1 (34) | 3,0 (20) | 1,0 (7) | 100,0 (671) |
| Европската Унија | 51,7 (347) | 38,5 (258) | 8,2 (55) | 1,3 (9) | ,3 (2) | 100,0 (671) |
| Јапонија | 20,4 (137) | 30,0 (201) | 27,1 (182) | 14,2 (95) | 8,3 (56) | 100,0 (671) |
| Кина | 25,5 (171) | 38,5 (258) | 22,4 (150) | 8,9 (60) | 4,8 (32) | 100,0 (671) |
| Русија | 25,2 (169) | 30,0 (201) | 28,5 (191) | 11,2 (75) | 5,2 (35) | 100,0 (671) |
| Индија | 3,9 (26) | 16,2 (109) | 28,0 (188) | 30,4 (204) | 21,5 (144) | 100,0 (671) |
| Република Македонија | 3,0 (20) | 8,2 (55) | 13,7 (92) | 36,5 (245) | 38,6 (259) | 100,0 (671) |

Од оценките на испитаниците можеме да констатираме дека сите наведени фактори имаат одредено влијание врз глобализацијата. Но, тие одговорите ги концентрилале во модалитетите „многу големо влијание“ и „големо влијание“. Според мислењето на испитаниците (90,9%) САД се највлијателен фактор врз глобализацијата што е, на некој начин, показател за нивната економска, политичка, па и културна доминација во светот.

Половина од испитаниците сметаат дека Европската Унија и меѓународните институции имаат влијание врз глобализацијата (90,2% и 86,6%). Исто така, многу од нив (74,5%) го истакнуваат влијанието на мултинационалните компании. Воопшто не се за занемарување и податоците за влијанието на националните Влади, Кина, Русија и Јапонија врз глобализацијата (64,7 % , 64,0%, 55,2% и 50,4%).

Освен тоа, интересни се мислењата на испитаниците, за влијанието на Република Македонија врз глобализацијата. Тие мислења се, главно, поделени, па така, (36,5%) оценуваат дека Република Македонија, сепак, има мало влијание, наспроти оние (38,6%) кои се изјасниле дека нашата земја воопшто нема влијание врз глобализацијата. Основната констатација од овие податоци е таа дека оценката на влијанието на САД врз глобализацијата е во значителна корелативна врска со нејзината концентрација на економски, политички и културен капитал и оттука не случајно нашите испитаници ја поврзуваат со глобализацијата. Едно од мислењата за оваа релација меѓу САД и глобализацијата е она на веќе споменатиот Ђнтони Гиденс кој забележува дека денес глобализацијата е водена од Запад и таа со себе ги носи карактеристиките на американската политичка и економска моќ (Гиденс, 2003: 3).

Денес, сите овие белези се добро спакувани како едно исто нешто што на некој начин го интегрира целото човештво, на што укажува Томас Фридман. Тој истакнува дека постои силно изразена тенденција во повеќето општества во светот поединците да не прават разлика меѓу американската моќ, американскиот извоз, американската музика, американскиот филм, американската храна. Според него, таа е, всушност, перспективата на глобализацијата (Фридман, 2003: 317-318).

Овие тенденции се забележуваат и во мислењето на нашите испитаници. Поради тоа, од испитанците побаравме да оценат колку се согласуваат или не се согласуваат со тврдењето „познавањето и користењето на англискиот јазик денес е неопходно“. Одговорите се претставени во табела 26. Испитанците главно, во истражувањето имаат позитивен однос кон поставеното тврдење. Најголем дел од нив (78,7%) во целост се согласуваат дека денес познавањето и користењето на англискиот јазик е неопходно, а 15,5% одговориле дека „делумно се согласуваат“ со поставеното тврдење.

Табела 26. Степени на согласност за тврдењето „познавањето и користењето на англискиот јазик денес е неопходно“

| Степени на согласност | % (n) |
|--------------------------|-------------------|
| сосема се согласувам | 78,7 (528) |
| делумно се согласувам | 15,5(104) |
| не можам да се определам | 3,1 (21) |
| делумно не се согласувам | 2,1(14) |
| воопшто не се согласувам | ,6(32) |
| вкупно | 100,0(671) |

Во продолжение, од испитаниците беше побарано да го идентификуваат степенот на согласност со следново тврдење: „англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската моќ“, се однесува на нив според степените на согласност. Одговорите се претставени во табела 27.

Табела 27. Степени на согласност за тврдењето „англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската моќ“

| Степени на согласност | %(n) |
|--------------------------|--------------------|
| сосема се согласувам | 60,7(407) |
| делумно се согласувам | 27,9 (187) |
| не можам да се определам | 5,4(36) |
| делумно не се согласувам | 4,5(30) |
| воопшто не се согласувам | 1,6(11) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Значителен дел од испитаниците (60,7%) сосема се согласуваат со тврдењето „англискиот јазик е интернационален јазик како резултат на американската моќ“. Понатаму, 27,9% од испитаниците делумно се согласуваат, околу по (5%) од испитаниците немаат мислење и не се согласуваат со тврдењето.

Овие резултати одат во прилог на функционалноста на англискиот јазик. Таа функционалност произлегува од потребата за комуникација меѓу поединците, групите, културите и општествата низ целиот свет, на што упатуваат и одговорите од нашите испитаниците.

Во продолжение, од испитаниците побаравме да одговорат колку се согласуваат со тврдењето „англискиот јазик во нивната средина не го загрозува нивниот идентитет“. Одговорите на ова прашање се прикажани во табела 28.

Од резултатите може да се види дека тие одат во прилог на претпоставката дека англискиот јазик во перцепциите на испитаниците е културен идентификатор кој не го означуваат како опасност за нивниот идентитет.

Табела 28. Степени на согласност за тврдењето „англискиот јазик не го загрозува вашиот идентитет“

| Степени на согласност/ несогласност | % (n) |
|-------------------------------------|-------------------|
| сосема се согласувам | 54,2 (364) |
| делумно се согласувам | 26,2 (176) |
| не можам да се определам | 6,3 (42) |
| делумно не се согласувам | 7,0 (47) |
| воопшто не се согласувам | 6,3 (42) |
| вкупно | 100,0(671) |

Видливо е дека половина од испитаниците „сосема се согласуваат“ (54,2%) во поглед на тоа дека присуството на англискиот јазик во нивната средина не го загрозува нивниот идентитет. Одреден степен на согласност покажуваат 26,2% кои одговориле дека „делумно се согласуваат“. За ова тврдење 6,3% од испитаниците немаат мислење, додека, пак, околу 15,0 % од нив имаат резервиран однос во однос на тврдењето „англискиот јазик не го загрозува нивниот идентитет“.

Вкрстувањето на податоците со белезите на испитаниците води кон тврдењето дека испитанците имаат унифицирано мислење во поглед на ова

тврдење. Поточно, мислењето на испитаниците не зависи од нивниот пол, возраст, образование, припадноста според региони, работниот статус и секторот на вработување.

5. ПОСЛЕДИЦИ ОД ПРОЦЕСИТЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА

Во повеќето истражувања за глобализацијата, покрај другото, како предмет на анализа се јавува и прашањето за последиците од процесите на глобализацијата. Во социолошката литература, па и пошироко, превладуваат различни мислења за последиците од глобализацијата. Тие мислења се, главно, поделени во однос на тоа дали последиците од глобализацијата се позитивни или негативни, дали глобализацијата има позитивно влијание врз поединците, институциите, поединечните култури и, воопшто, врз светот како целина.

Еден од првите теоретичари на глобализацијата Роналд Робертсон, забележува дека глобализацијата по својата содржина и форма за човештвото ниту е добра ниту лоша. Според него, светот, како последица од глобализацијата е само пообединето место, при што случувањата и настаните во кои било делови од светот во зголемена мера ќе имаат консеквенции за или ќе бидат насочени против настаните во други далечни делови (Robertson, 1992: 58-59). При тоа, овие релации не може секогаш да бидат само негативни, туку тие може да бидат и позитивни. Во тој поглед, Џорџ Ритцер последиците од процесите на глобализацијата ги објаснува преку поимите глобалофилија и глобалофобија. Тој истакнува дека глобалофилијата ги нагласува позитивните аспекти од глобализацијата, посебно во економијата и ширењето на демократијата, а глобалофобијата ги нагласува негативните аспекти од глобализацијата, особено во однос на стратификацијата на глобално богати локално сиромашни. Ова размислување особено се однесува на сиромашните земји во светот во кои поединците се чувствуваат како жртви од глобализацијата (Ritzer, 2009: 50).

За нас има посебно значење истражувањето на позитивното влијанието на процесите на глобализацијата врз одредени феномени, институции и земји. Тоа влијание го истражувавме преку единаесет тврдења кои на испитаниците им беа поставени и од кои беше побарано да го оценат влијанието на глобализацијата според степените на согласност. Оценките на испитаниците за позитивното влијание на глобализацијата врз одредени феномени, институции и земји, се преставени во табела 29.

Табела 29. Степени на согласност за позитивното влијание на глобализацијата врз наведените феномени, институции и земји

| Тврдења | Глобализацијата има позитивно влијание врз: | | | | | Вкупно |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|
| | Сосема се согласувам | Делумно се согласувам | Не можам да се определам | Делумно не се согласувам | Воопшто не се согласувам | |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз меѓународната трговија | 47,1 (316) | 34,9 (234) | 11,3 (76) | 5,2 (35) | 1,5 (10) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз меѓународните институции (НАТО; ММФ; Светска банка; светска трговска организација) | 52,9 (355) | 28,6 (192) | 10,0 (67) | 5,2 (35) | 3,3 (22) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз финансиските мекници | 51,4 (345) | 24,9 (167) | 12,2 (82) | 6,7 (45) | 4,8 (32) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз компаниите на локално ниво | 13,7 (92) | 27,1 (182) | 23,7 (159) | 20,4 (137) | 15,1 (101) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз мултинационалните компании | 49,3 (331) | 32,3 (217) | 10,3 (69) | 5,4 (36) | 2,7 (18) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз земјите во развој | 30,4 (204) | 33,8 (227) | 12,8 (86) | 16,1 (108) | 6,9 (46) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз развиените земји | 57,2 (384) | 29,5 (189) | 6,0 (40) | 5,2 (35) | 2,1 (14) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз САД | 61,0 (409) | 21,3 (143) | 11,0 (74) | 5,5 (37) | 1,2 (8) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз Европската Унија | 53,7 (360) | 31,9 (214) | 9,8 (66) | 3,6 (24) | 1,0 (7) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз Јапонија | 32,0 (215) | 31,7 (213) | 19,8 (133) | 11,3 (76) | 5,1 (34) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата има позитивно влијание врз Република Македонија | 24,6 (165) | 28,6 (192) | 16,5 (111) | 17,6 (118) | 12,7 (85) | 100,0 (671) |

Податоците покажуваат дека испитаниците различно се согласуваат со понудените тврдења. Испитаниците (60,1%) сосема се согласуваат со тврдењето „глобализацијата има позитивно влијание врз САД“. Исто така, тие сосема се согласуваат со тврдењата: „глобализацијата има позитивно влијание врз развиените земји“ (57,2%), „глобализацијата има позитивно влијание врз Европската Унија“ (53,7%). Испитаниците воопшто не се согласуваат со тврдењата: „глобализацијата има позитивно влијание врз компаниите на локално ниво,, (15,1%) и „глобализацијата има позитивно влијание врз Република Македонија“ (12,7%).

Основната констатација е дека оценките на испитаниците за влијанието на глобализацијата врз наведените феномени, институции и земји е во корелација со факторите кои имаат најголемо влијание врз глобализацијата (табела 25). Поточно, определувањето на испитаниците за позитивното влијание на глобализацијата во многу зависи од демографските белези; социо-културните белези и социјалниот статус на поединците. Но, таквите оценки бараат, се разбира, поширока елаборација. Во продолжение следуваат податоците за оценките на испитаниците за позитивното влијание на глобализацијата.

5.1. Позитивното влијание на глобализацијата врз САД

Податоците прикажани во табела 29. покажаа дека таканаречените „најмоќни“ земји во светот имаат најголеми придобивки од процесите на глобализацијата и, при тоа, стануваат репер за останатите земји во светот. Тоа сознание го добивме и од мислењата на нашите испитаници. Најдовме влијание на припадноста на испитаниците по региони и нивното образование во однос на нивните мислења дека глобализацијата позитивно влијае врз САД.

Во однос на *регионот* на испитаниците, податоците покажуваат дека тој влијае врз оценките на испитаниците за тврдењето „глобализацијата позитивно влијае врз САД“. Податоците се прикажани во табела 50. покажуваат дека испитаниците од пелагонискиот регион (M=1,30), испитаниците од полошкиот регион (M=1,46) изразуваат надпросечна согласност за тврдењето „позитивното влијание на глобализацијата врз САД“. Испитаниците од југоисточниот и југозападниот регион отстапуваат од другите испитаници за ова тврдење (M=

2,04 и $M= 2,09$). Тоа значи дека тие во зависност од нивниот регион се разликуваат во мислењето со испитаниците од другите региони.

Табела 30. Поврзаност меѓу регионите на испитаниците и тврдењето „позитивното влијае на глобализацијата врз САД“

| Региони | вкупно (N) | аритметичка средина (M) | стандардна девијација (SD) | степен на слобода (df) | фишеров статистика (F) | ниво на значајност (p) |
|---------------|------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Скопски | 244 | 1,50 | ,839 | 7 | 6,403 | ,000 |
| Пелагониски | 57 | 1,30 | ,533 | 663 | | |
| Вардарски | 30 | 1,70 | ,952 | 670 | | |
| Североисточен | 66 | 1,67 | ,917 | | | |
| Југозападен | 69 | 2,09 | 1,134 | | | |
| Југоисточен | 67 | 2,04 | 1,342 | | | |
| Полошки | 63 | 1,46 | ,779 | | | |
| Источен | 74 | 1,75 | ,960 | | | |
| вкупно | 671 | 1,65 | ,961 | | | |

$F_{7/671} = 6,403$; $p = 0,00$

Податоците во однос на варијаблата *образование на испитаниците* и тврдењето „глобализацијата позитивно влијае врз САД, покажуваат одредени разлики меѓу испитаниците. Тие податоци се претставени во табела 31.

Табела 31. Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и тврдењето „глобализацијата позитивно влијае врз САД“

| Степен на образование | Вкупно (N) | аритметичка средина (M) | стандардна девијација (SD) | степен на слобода (df) | фишеров статистика (F) | ниво на значајност (p) |
|----------------------------|------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| основно образование | 77 | 2,10 | ,879 | 2 | 10,133 | ,000 |
| средно образование | 320 | 1,60 | ,733 | 668 | | |
| више/ високо + образование | 270 | 1,58 | ,526 | 670 | | |
| вкупно | 671 | 1,65 | ,687 | | | |

$F_{7/671} = 10,133$; $p = 0,00$

Тие разлики, главно се забележуваат кај испитаниците со основно образование ($M=2,10$), а испитаниците со завршено средно образование и

испитаниците со универзитетско и повисоко образование учествуваат подеднакво со своите оценки за тврдењето „глобализацијата позитивно влијае врз САД“ ($M=1,60$ и $M=1,58$).

5.2 Социо- економските и културните промени од процесите на глобализацијата

Промените кои се случува повеќе или помалку во сите земји и култури во светот поттикнати од процесите на глобализацијата во поновите социолошки теоретизации се изразуваат како социо-економски и културни промени. Посебно тоа се забележува во делата на Џорџ Ритцер (Ritzer, 2009; 2010), Франк Лешнер (Lechner, 2009), Питер Бергер и Самуел Хантингтон (Berger and Huntington, 2002), Дејвид Хелд (Held et al, 1999). Тие истакнуваат дека глобализацијата е светска промена која силно ги зафаќа одделните општества, но и светот во целина.

Конкретно, тоа се социо- економските и културните промени коишто се случуваат во светот како целина, а посебно во нашето општество. За да ги идентификуваме ставовите на испитаниците во врска со овие промени, од нив побаравме да оценат колку се согласуваат со одреден број тврдења (девет) на оваа тема. Во табела 32, податоците покажуваат дека испитаниците различно се согласуваат со понудените тврдења.

Повеќе од половина од испитаниците (56,9%) сосема се согласуваат ($M=1,78$) со тврдењето „глобализацијата им овозможува на богатите и на моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави“, а 48,3% од нив исто така сосема се согласуваат дека „глобализацијата влијае врз зголемување на нееднаквостите меѓу државите“ ($M=1,99$).

Меѓусебе, испитаниците во своето мислење се разликуваат во однос на тврдењата: „економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата“ ($M=2,38$), „интензивното присуство на глобализацијата во Република Македонија“ ќе овозможи отворање на нови работни места“ ($M=2,41$) како и со тврдењето „глобализацијата е барање за почитување на универзалните човекови права“ ($M=2,43$). Испитаниците (12,4%) одговориле дека „воопшто не се согласуваат“ со тврдењето „глобализацијата ја уништува животната средина“.

Во продолжение (табела 32) следуваат просечните вредности за социо-економските промени како последица од процесите на глобализацијата.

Табела 32. Степени на согласност за импликациите од глобализацијата и социо- економските промени во современите општества

| Тврдења | Сосема се согласувам | Делумно се согласувам | Не можам да се определам | Делумно не се согласувам | Воопшто не се согласувам | Вкупно |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|
| Глобализацијата влијае врз зголемување на нееднаквостите меѓу државите | 48,3 (323) | 27,3 (183) | 8,3 (56) | 9,8 (66) | 6,3 (42) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата им овозможува на богатите и моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави | 56,9 (382) | 25,2 (169) | 5,4 (36) | 8,2 (55) | 4,3 (29) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата ја уништува животната средина | 38,9 (261) | 24,9 (167) | 13,0 (87) | 10,9 (73) | 12,4 (83) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата овозможува квалитет на јавните услуги | 35,6 (239) | 31,1 (209) | 16,7 (112) | 11,0 (74) | 5,5 (37) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата ја поттикнува светската сиромаштија | 38,2 (263) | 33,2 (223) | 12,2 (82) | 8,8 (59) | 6,6 (44) | 100,0 (671) |
| глобализацијата ја слабеа моќта на националните држави | 37,4 (251) | 28,6 (192) | 15,9 (107) | 12,5 (84) | 5,5 (37) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата е барање за почитување на универзалните човекови права | 30,4 (204) | 31,0 (208) | 14,6 (98) | 13,3 (89) | 10,7 (72) | 100,0 (671) |
| Економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата | 28,8 (193) | 34,7 (233) | 14,9 (100) | 12,8 (86) | 8,8 (59) | 100,0 (671) |
| Интензивното присуство на глобализацијата во Република Македонија ќе овозможи отворање на нови работни места | 24,1 (162) | 40,8 (274) | 16,4 (110) | 9,4 (63) | 9,2 (62) | 100,0 (671) |

Податоците кои се однесуваат за Република Македонија директно се поврзуваат со изнаоѓањето на начините за нејзино вклучување во светската

економија преку привлекување на странски капитал како услов за динамичен економски развој. Актуелната ситуација во која што се наоѓа Република Македонија, упатува дека таа е една од земјите кои имаат најниски приливи на странски вложувања во конкуренција со другите транзициски економии. Тоа се случува поради неколку објективни причини кои го попречуваат овој процес. Како такви се: недоволно развиените економски политики и институции кои интензивно ќе работат на презентирање на македонскиот пазар на странските пазари, како и неповолната бизнис клима којашто се поврзува со нетранспарентност, корупција и невладеење на правото, што се индикатори кои влијаат конкретно на мислењето на нашите испитаници.

Меѓутоа, и покрај тоа, Македонија мора да почне повеќе да се интегрира во светската економија преку изнаоѓањето на патиштата кон странските инвестиции и целосна либерализација на капиталот и со тоа да одговори на барањата на процесите на глобализацијата.

Табела 33. Просечни вредности за социо- економските промени како последица од процесите на глобализацијата

| Тврдења | Вкупно (N) | Аритметичка средина (M) | Стандардна девијација (SD) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------|----------------------------|
| Глобализацијата влијае врз зголемување на нееднаквостите меѓу државите | 671 | 1,99 | 1,235 |
| Глобализацијата им овозможува на богатите и моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави | 671 | 1,78 | 1,137 |
| Глобализацијата ја уништува животната средина | 671 | 2,33 | 1,401 |
| Глобализацијата овозможува квалитет на јавните услуги | 671 | 2,20 | 1,193 |
| Глобализацијата ја поттикнува светската сиромаштија | 671 | 2,10 | 1,203 |
| Глобализацијата ја слабеет моќта на националните држави | 671 | 2,20 | 1,222 |
| Глобализацијата е барање за почитување на универзалните човекови права | 671 | 2,43 | 1,328 |
| Економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата | 671 | 2,38 | 1,264 |
| Интензивното присуство на глобализацијата во Република Македонија ќе овозможи отворање на нови работни места | 671 | 2,41 | 1,210 |

Во продолжение, следуваат ставовите на испитаниците за промените во културата и културните вредности во Република Македонија, како резултат од присуството на процесите на глобализацијата.

За да ги идентификуваме ставовите на испитаниците во врска со овие промени, од нив побаравме да оценат колку се согласуваат со одреден број тврдења на оваа тема.

Во табела 34 податоците покажуваат дека испитаниците различно се согласуваат со понудените тврдења.

Во однос на промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество, испитаниците се согласни дека тие се случуваат. Во тој поглед, 57,2% од испитаниците сосема се согласуваат дека „културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитети“. Исто така, сосема се согласуваат (49,0%) од испитаниците со тврдењето „глобализацијата претставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество“, како и дека „глобализацијата овозможува комбинирање и мешање на различни културни елементи“ (48,9%). Испитаниците (41,6%) одговориле дека „делумно се согласуваат“ дека „постоењето на глобалната и локалната култура во нашето општество се значајни за создавање на нови културни модели“.

Испитаниците во своите одговори меѓусебно се разликуваат во однос на тврдењата: „глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите во различните култури“ (M=2,57), „поединците не мораат да градат идентитети кои се темелат на местото во кое живеат, туку може да изберат мноштво различни идентитети“ (M=2,48).

Табела 34. Степените на согласност за промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество

| Тврдења | Сосема се согласувам | Делумно се согласувам | Не можам да се определам | Делумно не се согласувам | Воопшто не се согласувам | Вкупно |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|
| Глобализацијата претставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество | 49,0 (329) | 31,3 (210) | 6,6 (44) | 7,3 (49) | 5,8 (39) | 100,0 (671) |

| | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|----------------|
| Глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите во различните култури | 26,8 (180) | 28,8 (193) | 16,5 (111) | 16,1 (108) | 11,8 (79) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата овозможува комбинирање и мешање на различни културни елементи во нашето општество | 48,9 (328) | 33,1 (222) | 8,9 (60) | 6,4 (43) | 2,7 (18) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата доведува до промени во културата и културните вредности во нашето општество | 36,7 (246) | 32,9 (221) | 11,2 (75) | 13,0 (87) | 6,1 (41) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата ја заменува култура во нашето општество со глобалната култура | 38,7 (260) | 31,3 (210) | 12,7 (85) | 10,6 (71) | 6,7 (45) | 100,0 (671) |
| Постоењето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање на нови културни модели | 33,5 (225) | 41,6 (279) | 13,4 (90) | 7,6 (51) | 3,9 (26) | 100,0 (671) |
| Културите во нашето општество имаат отпор кон глобалните култури и вредности | 36,4 (244) | 31,0 (208) | 13,1 (88) | 10,9 (73) | 8,6 (58) | 100,0 (671) |
| Културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитети | 57,2 (384) | 26,7 (179) | 9,5 (64) | 5,4 (36) | 1,2 (8) | 100,0 (671) |
| Поединците не мораат да градат идентитети кои се темелат на местото во кое живеат, туку може да изберат мноштво на различни идентитети | 27,9 (187) | 34,0 (228) | 14,5 (97) | 11,6 (78) | 12,1 (81) | 100,0 (671) |
| Глобализацијата во нашето општество ја зајакнува културата и локалниот идентитет | 39,2 (263) | 28,2 (189) | 10,6 (71) | 12,7 (85) | 9,4 (63) | 100,0 (671) |

Во продолжение се претставени и просечните вредности за промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество.

Табела 35. Просечни вредности за промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество

| Тврдења | Вкупно (N) | Аритметичка средина (M) | Стандардна девијација (SD) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------|----------------------------|
| Глобализацијата преставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество | 671 | 1,90 | 1,167 |
| Глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите во различните култури | 671 | 2,57 | 1,346 |
| Глобализацијата овозможува комбинирање и мешање на различни културни елементи | 671 | 1,81 | 1,020 |
| Глобализацијата доведува до промени во културата и културните вредности во нашето општество | 671 | 2,23 | 1,711 |
| Глобализацијата ја заменува култура во нашето општество со глобалната култура | 671 | 2,15 | 1,233 |
| Постоењето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање на нови културни модели | 671 | 2,07 | 1,058 |
| Културите во нашето општество имаат отпор кон глобалните култури и вредности | 671 | 2,24 | 1,285 |
| Културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитет | 671 | 1,67 | ,938 |
| Поединците не мораат да градат идентитети кои се темелат на местото во кое живеат, туку може да изберат мноштво на различни идентитети | 671 | 2,48 | 1,389 |
| Глобализацијата во нашето општество ја зајакнува културата и локалниот идентитет | 671 | 2,25 | 1,338 |

Од податоците добиени од анкетното истражување за влијанието на процесите на глобализација во културата во Република Македонија, јасно упатуваат дека тие влијаат врз неа. Тоа влијание, од една страна, испитаниците го оценуваат како ерозија на културата во Република Македонија, а од друга страна, потенцираат дека со мешањето на елементите од глобалната и локалната култура се создаваат нови културни системи. Тоа вкрстување на културите подразбира прифаќање на влијанијата кои ги збогатуваат локалните култури, но и заштита на нивните воспоставени културни вредности.

6. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И АКТУЕЛНАТА ЈАЗИЧНА СОСТОЈБА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Прашањето за актуелната јазична состојба во Република Македонија, настојуваме да го поставиме во социолошки контекст. Притоа, меѓу повеќето теми што се наметнуваат со својата актуелност, ние се фокусиравме на односот на глобалното и локалното во културата, поточно на релацијата меѓу глобализацијата и јазичната состојба во Република Македонија.

За таа цел, тргнавме од претпоставката дека интензивните процеси на глобализацијата водат кон зголемено присуство на странски фирми и дека тоа води кон промени во македонската култура. Тие промени се највидливи во употребата на јазикот и писмото во јавните натписи и фирми.

Притоа, ги имавме предвид пристапите на релевантните лингвисти Ранко Бугарски (Бугарски, 2001), Џошуа Фишман (Fishman, 2006), Манфред Стегар (Stegar, 2009) кои се занимаваат со ова прашање. Нивните пристапи се темелат на исцрпни емпириски истражувања за современите трендови во јазикот. Според тие трендови, тие јазичната состојба ја означуваат како:

1. состојба во јазикот и
2. статус на јазикот во општеството.

Под состојба во јазикот ги подразбираат внатрешните структурирања на националниот јазик, а, пак, под статусот на јазикот во општеството, ја подразбираат неговото место (статус), кој зависи од општествените услови во кои тој јазик функционира. Тие општествени услови во кои функционира јазикот, за нашата анализа се од исклучително значење, бидејќи се во директна корелација со процесите на глобализација, кои сè повеќе ја нагласуваат повеќејазичноста како модел според кој се остварува јавната комуникација во повеќе земји во светот, меѓу кои и во Република Македонија.

Во тој поглед, Македонија е земја во која, јавното комуницирање се одвива според моделот на повеќејазичноста (еден или два официјални јазици) и истовременото егзистирање на еден глобален јазик кој, поради својата функционалност се јавува како „трет јазик“. При тоа, секако имаме предвид

дека до пред неколку години, оваа состојба беше помалку позната, но, веќе денес, секојдневно се забележува и се сообразува со современите процеси во светот. Кога станува збор за таа состојба, поконкретно истражувањето се фокусираше на следниве аспекти:

1. Присуството на јавни натписи и фирми во Република Македонија испишани на странски јазик;
2. Проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми испишани на странски јазик;
3. Ставовите на испитаниците во врска со појавата на јавните натписи и фирми испишани на странски јазик;
4. Ставовите на испитаниците кон појавата на јавните натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина);
5. Мислењата на испитаниците за статусот на македонскиот јазик во вкупната јазична структура во нашето општество;
6. Мислењето на испитаниците за официјалните имиња и натписи во Република Македонија;
7. Експертите за јазичната состојба на македонскиот јазик и култура.

6.1 Присуството на јавни натписи и фирми во Република Македонија испишани на странски јазик

Објаснувањето на присуство на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик во нашето општество е во блиска врска со објаснувањата презентирани во делот што се однесува на промените во јазикот предизвикани од глобализацијата. Во Република Македонија, под влијание на процесите на глобализацијата, настануваат промени во употребата на официјалниот јазик и писмо во јавното комуницирање.

Од испитанците побаравме да одговорат на прашањето: „Дали сте забележале дека во вашето местото на живеење има јавни натписи и фирми кои се испишани на странски јазик?“ (да не е македонски јазик или, пак, еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина). Одговорите се прикажани во табела 36.

Според добиените одговори (84,5%) од испитаниците забележале дека во нивното место на живеење има јавни натписи и фирми напишани на странски јазик. Мал дел (12,2%) од испитаниците одговориле дека не забележале таков вид натписи во нивното место на живеење. Само 3,3% од испитаниците изјавиле дека не можат да оценат дека во нивното место на живеење има јавни натписи и фирми кои се испишани на странски јазик.

Табела 36. Присуство на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик (да не е македонски јазик или пак еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина).

| Присуство на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик? | % (n) |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|
| има | 84,5 (567) |
| нема | 12,2 (82) |
| не можам да оценам | 3,3 (22) |
| Вкупно | 100,0(671) |

Ваквите одговори не се разликуваат во однос на селектираните белези на испитаниците, освен од аспект на регионите.

6.2 Проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

Податоците од истражувањето потврдуваат дека кај испитаниците е присутна свесноста за големата концентрација на странските јазици во јавните натписи и фирми во нашето општество, а оттаму, и присуството на глобализацијата во нашата култура. Меѓутоа, честопати овој вид на натписи и фирми за граѓаните се проблематични, бидејќи се напишани на странски јазик, најчесто на англиски. Поради тоа, тие на испитаниците им создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење. Во врска со тоа, на испитаниците им го поставивме прашањето „Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик, ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење?“ Одговорите на ова прашање се прикажани во следната табела:

Табела 37. Мислењата на испитаниците за проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење? | % (n) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| да | 34,4(231) |
| не | 65,6 (440) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Значителен дел од испитаниците (65,6%) изјавуваат дека немаат проблеми со разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик, додека, пак, (34,4%) од испитаниците се изјасниле дека такви проблеми имаат.

Вкрстувањето на одговорите со варијаблата *возраст* покажува одредни разлики според возрастните групи. Податоците се прикажани во следната табела:

Табела 38. Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Возрасни групи | Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење? | | вкупно |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| | да | не | |
| 15- 24 | 19,3(40) | 80,7 (167) | 100,0 (207) |
| 25- 34 | 20,2 (23) | 79,8 (91) | 100,0 (114) |
| 35- 44 | 37,4(46) | 62,6 (77) | 100,0 (123) |
| 45- 54 | 45,1(41) | 54,9 (50) | 100,0 (91) |
| 55+ | 59,6(81) | 40,4 (55) | 100,0 (136) |
| вкупно | 34,4 (231) | 65,6 (440) | 100,0(671) |

$$\chi^2 = 74,259; s.s/4; p = 0,00; CC = 0,31$$

Проблеми во однос на разбирањето на значењето на натписите и фирмите на странски јазик изјавуваат дека имаат испитаниците од возрастната група над 55 години (59,6%). Блиски до нив се испитаниците од 45- 54 години

(45,1%). Потоа следуваат граѓаните до 44 години (37,4%), испитаниците до 34 години (20,2%) и граѓаните до 24 години (19,3%). Испитаниците кои немаат проблеми со разбирањето на значењето на натписите и фирмите напишани на странски јазик се младите, поточно лица до 24 години (80,7%). Идентично одговориле и испитаниците до 34 години (79,8%), потоа, зад нив се испитаниците до 44 години кои оценуваат дека немаат некои сериозни проблеми во разбирањето на натписите и фирмите испишани на странски јазик. Овие показатели се потврда за тоа дека повозрасните испитаници имаат проблеми во однос на разбирањето на значењето на овие натписи и фирми во споредба со помладите испитаници.

Статистичката поврзаност меѓу возраста и мислењето за проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик ги тестиравме со хи-квадрат тест.

Во тој поглед, поставените хипотези се следниве:

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае врз нивните проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз нивните проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Според резултатите од хи-квадрат тестот (теоретскиот $\chi^2 = 13,277$) се отфрла нултата хипотеза на ниво на 99% сигурност. Со ова и статистички се потврдува дека возраста на испитаниците влијае врз нивните проблеми во однос на разбирањето јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Интензитетот на поврзаност изнесува $CC=0,31$.

Во поглед на варијаблата *степен на образование* очекувањата се дека таа влијае врз проблемите коишто произлегуваат од разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Во табела 39. се прикажани податоците за статистичката поврзаност меѓу степенот на образованието на испитаниците и проблемите кои произлегуваат од јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Табела 39. Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Степен на образование | Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење? | | Вкупно |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|
| | да | не | |
| основно образование | 55,8 (43) | 44,2 (34) | 100,0 (77) |
| средно образование | 34,7 (111) | 65,3 (209) | 100,0 (320) |
| вишо/високо + образование | 28,1 (77) | 71,9 (197) | 100,0 (274) |
| вкупно | 34,4 (231) | 65,6 (440) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 20,511; \text{с.с.} = 2; p = 0,00; \text{CC} = 0,17$$

Секако, како што очекувавме, испитаниците кои што имаат негативен став кон глобализацијата, исто така, во овој случај се определуваа за тоа дека имаат најмногу проблеми во разбирањето на овие јавни натписи и фирми (55,8%). Тоа се испитаници со основно образование наспроти испитаниците кои имаат завршено средно и више /високо образование (34,7% и 28,1%). Од друга страна, се испитаниците кои се изјаснија дека имаат позитивен став кон глобализацијата, тука одговориле дека немаат проблеми со овој вид имиња. Во суштина, помалку образованите испитаници имаат проблеми со значењето на натписите на фирмите на странски јазик поради фактот што не знаат јазици и што се повеќе ограничени и затворени во границите на својот социо-културен контекст.

Статистичкото тестирање на хипотезите е проверено со помош на хи-квадрат тест. Статистички поставените хипотези се:

Нулта хипотеза: Степенот на образованието на испитаниците не влијае врз нивните проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Степенот на образованието на испитаниците влијае врз нивните проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Врз основа на вредностите (теоретскиот $\chi^2 = 9,210$) ја отфрламе нултата хипотеза. Оттука и статистички се потврдува дека образованието на испитаниците влијае врз нивните проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Според *работниот статус* не се покажуваат отстапувања во однос на општите податоци. Поточно, најголем процент од испитаниците истакнуваат дека немаат проблеми со разбирањето на јавните натписи и фирми испишани на странски јазик, но разликите меѓу групите се евидентни. Одговорите се пртставени во табела 40.

Табела 40. Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Работен статус | Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење? | | Вкупно |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| | да | не | |
| вработен | 29,2 (88) | 70,8(213) | 100,0 (301) |
| невработен | 37,0 (64) | 63,0 (109) | 100,0 (173) |
| друго | 40,3 (77) | 59,7(114) | 100,0 (191) |
| вкупно | 34,4 (229) | 65,6 (436) | 100,0 (665) |

$\chi^2 = 7,030$; $s.s / 2$; $p = 0,00$; $CC = 0,10$

Негативниот одговор за ова тврдење се забележува кај 70,8% од испитанците кои се вработени и 63,0% од испитанците кои се невработени и 59,7% од испитаниците чиј статус е непознат.

Проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми имаат оние чиј работен статус е непознат, невработените, како и мал дел од вработените испитаници (40,3%, 37,0% и 29,2%). Претпоставките за оваа варијабла, која го отсликува општествениот статус на испитаниците, се статистички тестирани со хи- квадрат тест, кој покажува статистичка потврда на хипотезите, но со низок степен на интензитет.

Секторот на вработување е исто така белег на испитаниците според кој се објаснуваат проблемите кои тие ги имаат при разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Табела 41. Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и проблемите во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Сектор на вработување | Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење? | | вкупно |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| | да | не | |
| државен | 25,9 (37) | 74,1 (106) | 100,0 (143) |
| приватен | 32,9 (52) | 67,1 (106) | 100,0 (158) |
| друго | 38,4 (142) | 61,6 (228) | 100,0 (370) |
| вкупно | 34,4 (231) | 65,6 (440) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 7,354; \text{ s.s} / 2; \text{ p} = 0,00; \text{ CC} = 0,10$$

Од табела 34. може да се види дека вработените испитаници во приватниот сектор имаат повеќе проблеми (32,9%) при разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми отколку испитаниците кои се вработени во државниот сектор (25,9%)

Поинаква е состојбата во однос на непостоењето проблеми при разбирањето на овие натписи и фирми меѓу испитаниците вработени во државниот сектор и оние во приватниот. Претпоставките за оваа варијабла се поставени на следниот статистички начин:

Нулта хипотеза: Секторот на вработување на испитаниците не влијае врз нивите проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Секторот на вработување на испитаниците влијае врз нивите проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

6.3 Ставот на испитаниците кон појавата на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

Ставот на испитаниците кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик го мериме како позитивен и негативен. Одговорите се претставени во табела 42.

Табела 42. Ставот на испитаниците кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик

| Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми во Вашата средина напишани на странски јазик? | % (n) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| позитивен | 45,0 (302) |
| негативен | 55,0 (369) |
| вкупно | 100,0 (671) |

Според добиените одговори, испитаниците покажуваат изедначеност во однос на ставовите: 45,0% одговориле со модалитетот „позитивен“, а 55,9% со модалитетот „негативен“.

Во продолжение е претставена анализа на податоците од аспект на пооделни белези на испитаниците.

За да ги идентификуваме демографските белези на испитаниците ги операционализиравме преку *полот* и *возраста* на испитаниците.

Возраста на испитаниците во овој случај е варијабла која што влијае на ставот на испитаниците кон појавата на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Генерално, податоците во тој поглед, покажуваат дека тој став на испитаниците, во голема мерка, зависи од нивната возраст. Од податоците прикажани во табела 43. се забележува дека позитивен став кон појавата на јавните натписи и фирми на странски јазик најмногу имаат испитаниците до 34 години (57,0%), како и оние до 24 години (55,6%). Кај другите возрасни групи се забележува дека процентот опаѓа и тој е најнизок кај испитаниците над 55 години (25,7%). Меѓутоа, испитаниците од оваа возрасна група (74,3%) изјавуваат дека имаат негативен став кон појавата на јавни натписи и фирми

напишани на странски јазик. Тие тенденции се забележуваат и кај испитаниците до 54 години (68,1%), како и кај испитаниците до 44 години (52,8%).

Табела 43. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик

| Возрасни групи | Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик ? | | вкупно |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------|
| | позитивен | негативен | |
| 15- 24 | 55,6 (115) | 44,4 (92) | 100,0 (207) |
| 25- 34 | 57,0 (65) | 43,0 (49) | 100,0 (114) |
| 35- 44 | 47,2 (58) | 52,8 (65) | 100,0 (123) |
| 45- 54 | 31,9(29) | 68,1(62) | 100,0 (91) |
| 55+ | 25,7(35) | 74,3 (101) | 100,0 (136) |
| вкупно | 45,0 (302) | 55,0 (369) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 42,934; \text{с.с.} = 4; p = 0,00; \text{СС} = 0,24$$

Очигледната статистичка поврзаност меѓу возраста на испитаниците и личниот став кон појавата на јавни натписи и фирми на напишани на странски јазик ја тестиравме со помош на хи- квадрат тест.

Појдовните хипотези ги поставивме на следниот статистички начин:

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае врз ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик.

Според резултатите од хи- квадрат тестот (теоретскиот $\chi^2 = 13,277$), се отфрла нултата хипотеза и, при тоа, статистички се потврдува дека возраста на испитаниците влијае врз ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик. Тоа укажува дека младите испитаници и повозрасните се разликуваат во ставот кон појавата на јавни натписи и фирми на странски јазик.

За ги идентификуваме, социо-културните белези на испитаниците ги операционализираваме преку *припадноста* на испитаниците *според региони*. Податоците кои ги добивме од анализата покажуваат постоење на поврзаност меѓу припадноста на испитаниците според регионите, од една страна, и појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик, од друга страна.

Припадноста кон одреден регион е објективна варијабла која, исто така, има влијание врз ставовите на испитаниците кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик. Припадноста кон одреден регион за испитаниците претставува основа за различни мислења кон овој вид на јавни натписи и фирми.

Табела 44. Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик

| Региони | Вашиот личен став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик ? | | вкупно |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| | позитивен | негативен | |
| Скопски | 42,2(103) | 57,8 (141) | 100,0 (244) |
| Пелагониски | 28,1 (16) | 71,9 (41) | 100,0 (57) |
| Вардарски | 53,3 (16) | 46,7 (14) | 100,0 (30) |
| Североисточен | 50,0 (33) | 50,0 (33) | 100,0 (66) |
| Југозападен | 36,2 (25) | 63,8 (44) | 100,0 (69) |
| Југоисточен | 47,8 (32) | 52,2 (35) | 100,0 (67) |
| Полошки | 39,7 (25) | 60,3 (38) | 100,0 (63) |
| Источен | 69,3 (52) | 30,7 (23) | 100,0 (75) |
| вкупно | 45,0 (302) | 55,0 (369) | 100,0 (671) |

$\chi^2 = 29,886$; с.с. = 7; $p = 0,00$; $CC = 0,20$
теоретски $\chi^2 = 18,475$

Како што може да се забележи од табелата, најдоминантни се испитаниците од источниот регион (69,3%), кои имаат позитивен став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик. Потоа следуваат испитаниците од вардарскиот (53,3%); североисточниот (50,0%); југоисточниот (47,8%); скопскиот (42,2%); полошкиот (39,7%) југозападниот (36,2%) и пелагонискиот регион (28,1%). Негативниот став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик е најизразен кај испитаниците од пелагонискиот регион (71,%), од југозападниот (63,8%), полошкиот (60,3%) и скопскиот регион (57,8%). Нешто помал е процентот кај испитаниците од југоисточниот (52,2%); вардарскиот (46,7%) и источниот регион (30,7%).

Статистичката поврзаност на регионот на испитаниците и личниот став кон појавата на јавни натписи се докажува, но интензитетот на поврзаноста е слаб.

6.4 Ставот на испитаниците кон појавата на јавните натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина)

Во овој дел од трудот се поместени анализите за состојбата на македонскиот јазик низ јавните натписи и фирми. Поради тоа, од испитаниците побаравме да го опишат својот став како позитивен и или негативен кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (табела 45).

Табела 45. Ставот на испитаниците кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина)

| Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | % (n) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| позитивен | 86,9(583) |
| негативен | 13,1(88) |
| вкупно | 100,0(671) |

Значителен дел од испитаниците (86,9%) одговориле дека имаат позитивен став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик. Само 13,1%, од испитаниците одговориле дека имаат негативен став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик.

Меѓутоа, податоците кои ги добивме за одделните варијабли: *полот, возраста, степенот на образование, работниот статус и секторот на вработување* испитаниците меѓу себе не се разликуваат во нивното мислење, а е, главно, позитивно кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик.

Табела 46. Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина

| Региони | Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина ? | | Вкупно |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------|
| | позитивен | негативен | |
| Скопски | 83,6 (204) | 16,4 (40) | 100,0 (244) |
| Пелагониски | 93,0 (53) | 7,0 (4) | 100,0 (57) |
| Вардарски | 100,0 (30) | 0,0 | 100,0 (30) |
| Североисточен | 95,5 (63) | 4,5 (3) | 100,0 (66) |
| Југозападен | 91,3 (63) | 8,7 (6) | 100,0 (69) |
| Југоисточен | 88,1 (59) | 11,9 (8) | 100,0 (67) |
| Полошки | 61,9 (39) | 38,1 (24) | 100,0 (63) |
| Источен | 96,0 (72) | 4,0 (3) | 100,0 (75) |
| вкупно | 86,9 (583) | 13,1(88) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 54,176; \text{s.s/ } 7; p = 0,00; \text{CC} = 0,27$$

Всушност, испитаниците според своите мислења за појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик се разликуваат само според регионот на кој му припаѓаат.

Различното место на живеење е, исто така, податок од кој може да се очекува дека испитаниците меѓу себе се разликуваат во нивните ставови кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик. Иако, во овој случај тие разлики се многу мали.

Според региони, видливо е дека и покрај одредени осцилации, испитаниците имаат позитивен став кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик. Отстапувањата во однос на позитивниот став се јавуваат кај испитанците од полошкиот регион. Оваа група на испитаници покажува најниско учество (61,9%) на позитивни одговори.

6.5 Мислењата на испитаниците за статусот на македонскиот јазик во вкупната јазична структура во Република Македонија

Од анализата за состојбата на македонскиот јазик произлезе потребата да пристапиме кон анализа на статусот (местото) на македонскиот јазик во вкупната јазична структура во нашето општество. Поради тоа, сакавме да утврдиме како испитаниците размислуваат на оваа тема. На испитаниците им понудивме да изберат меѓу „да“ и „не“ по прашањето дали македонскиот јазик се наоѓа во загрошена положба во поглед на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина). Тие податоци се прикажани во следната табела:

Табела 47. Ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми

| Дали мислите дека македонскиот јазик е во загрошена положба во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик? (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | %(n) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| да | 48,4 (325) |
| не | 51,1 (346) |
| Вкупно | 100,0 (671) |

Половината од испитаниците (51,1%) истакнуваат дека македонскиот јазик не е загрозен од странските јазици низ јавните натписи и фирми. Меѓутоа, веднаш до нив се и мислењата на испитаниците (48,1%) кои сметаат дека македонскиот јазик се наоѓа во загрошена положба во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Овие податоци јасно упатуваат на присуството на процесите на глобализацијата во македонската култура и промените кои се однесуваат, главно, на јазикот. Од една страна, тоа е зачестеното присуство на странски фирми (светски имиња на фирми) кои се пишуваат насекаде во светот на еден ист јазик, а тоа е англискиот јазик и, од друга страна, е следењето на модните трендови во оваа сфера кај нас. Тие трендови, секојдневно се практикуваат од страна на локалните фирми, кои настојуваат да се сообразуваат со современите процеси во светот. Па така, имињата на локалните јавни натписи и фирми, во најголем дел од случаите, ги пишуваат на англиски јазик и латинично писмо.

6.5.1. Анализа за ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми според социдемографските белези на испитаниците

Возраста е варијабла која остварува значително влијание врз мислењето на испитаниците дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Податоците прикажани во табела 48., ако резултат на возраста на испитаниците, резултатите од истражувањето покажуваат дека повозрасните испитаници (66,9%) сметаат дека македонскиот јазик најмногу е загрозен од странските јазици на кои се напишани јавните натписи и фирми. Потоа, следуваат испитаниците од возрасната група до 54 години (44,7%), возрасната група до 24 години (42,5%) и испитаниците од возрасната група до 34 години (36,8%). Наспроти тоа, стојат мислењата на испитаниците кои сметаат дека македонскиот јазик не е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Тоа мислење е најдоминантно кај испитаниците од возрасната група до 24 години (57,5%), веднаш потоа се испитаниците од возрасната група до 44 години (55,3%). Малку

помал е процентот кај возрасната група до 54 години (46,2%), кај возрасната група до 34 години (43,0%) и, на крај, се испитаниците од возрасната група над 55 години (33,1%).

Табела 48. Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик од странските јазици низ јавните натписи и фирми

| Возрасни групи | Дали мислите дека македонскиот јазик е загрозен во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик? (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | | Вкупно |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------|
| | да | не | |
| 15- 24 | 42,5 (88) | 57,5 (119) | 100,0 (207) |
| 25- 34 | 36,8 (42) | 43,0 (72) | 100,0 (114) |
| 35- 44 | 44,7 (55) | 55,3 (68) | 100,0 (123) |
| 45- 54 | 53,8 (49) | 46,2 (42) | 100,0 (91) |
| 55+ | 66,9 (91) | 33,1 (45) | 100,0 (136) |
| вкупно | 48,4 (325) | 51,6 (346) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 29,380; \text{ s.s/ } 4; \text{ p} = 0,00; \text{ CC} = 0,20$$

Статистичката поврзаност на поставените хипотези е:

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае врз ставот дека македонскиот јазик е во загрошена положба во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз ставот дека македонскиот јазик е во загрошена положба во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Според вредностите на хи – квадрат (теорискиот $\chi^2 = 13,277$) се отфрла нултата хипотеза. Согласно и статистички се утврдува дека возраста на испитаниците влијае врз мислењето дека македонскиот јазик е во загрошена положба од странските јазици низ јавните натписи и фирми, со 99% доверба.

Според варијаблата *регион*, испитаниците речиси идентично се определиле меѓу „да“ и „не“ на прашањето: „Дали мислите дека е загрозен македонскиот јазик во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик?“

(види табела 49).

Табела 49. Поврзаноста меѓу регионот на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Региони | Дали мислите дека македонскиот јазик е загрозен во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик? (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | | вкупно |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| | да | не | |
| Скопски | 47,1(115) | 52,9(129) | 100,0 (244) |
| Пелагониски | 43,9 (25) | 56,1(32) | 100,0 (57) |
| Вардарски | 70,0 (21) | 30,0 (9) | 100,0 (30) |
| Североисточен | 50,0 (33) | 50,0 (33) | 100,0 (66) |
| Југозападен | 39,1 (27) | 60,9 (42) | 100,0 (69) |
| Југоисточен | 71,6 (48) | 28,4 (19) | 100,0 (67) |
| Полошки | 60,3 (38) | 39,7(25) | 100,0 (63) |
| Источен | 24,0 (18) | 76,0 (57) | 100,0 (75) |
| вкупно | 48,4 (325) | 51,6 (346) | 100,0 (671) |

$$\chi^2 = 44,625; \text{с.с} = 7; \text{p} = 0,00; \text{CC} = 0,25$$

Мислењето на испитаниците дека македонскиот јазик е загрозен од овој вид натписи е посебно изразено кај оние од југоисточниот регион (71,6%), потоа следуваат вардарскиот (70,0%), полошкиот (60,3%) и североисточниот (50,0%). Нешто помал е процентот на испитаниците од скопскиот, пелагонискиот, југозападниот и источниот регион (47,1%, 43,9%, 39,1% и 24,0%).

Мислењата на испитаниците дека македонскиот јазик не е загрозен во нивната средина, во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик, се најприсутни кај испитаниците од источниот регион (76,0%), веднаш потоа се испитаниците од југозападниот (60,9%), пелагонискиот (56,1%) и скопскиот регион (52,9%). Исто така, се забележува малиот процент на испитаниците од полошкиот (39,7%), вардарскиот (30,0%) и југоисточниот регион (28,4%). Тие потатоци се прикажани во табела 42.

Статистичката поврзаност на регионот на испитаниците и ставот дека македонскиот јазик е загрозен од странските јазици низ јавните натписи и

фирми ја тестиравме со хи- квадрат тест. Појдовните хипотези ги поставивме соодветно на статистичкиот начин на тестирање на хипотезите. Тие се следниве:

Нулта хипотеза: Припадноста на испитаниците според региони не влијае врз ставот дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Припадноста на испитаниците според региони влијае врз ставот дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Според резултатите од хи- квадрат тестот $\chi^2 = 18,475$ се отфрла нултата хипотеза.

Податоците од анкетниот прашалник покажуваат дека припадноста на испитанците влијае врз ставот дека македонскиот јазик е во загрозна положба од странските јазици низ јавните натписи и фирми.

Во однос на влијанието на образованието на испитаниците за ставот дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик е посебно изразено. Податоците во врска со тоа се прикажани во следната табела:

Табела 50. Поврзаноста меѓу степенот на образованието на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик

| Степен на образование | Дали мислите дека македонскиот јазик е загрозен во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик? (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | | вкупно |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| | да | не | |
| основно образование | 67,5 (52) | 32,5 (25) | 100,0 (77) |
| средно образование | 44,1 (141) | 55,9 (179) | 100,0 (320) |
| више / високо + образование | 48,2 (132) | 51,8(142) | 100,0 (274) |
| вкупно | 48,4 (325) | 51,6 (346) | 100,0 (671) |

$\chi^2 = 13,701$; s.s/2; p= 0,00; CC= 0,14

Се забележува дека кај испитаниците кои имаат основно образование (67,5%) доминира мислењето дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Понатаму, истото мислење го делат испитаниците со универзитетско и повисоко образование (48,2%) и оние со завршено средно образование (44,1%). Исто така, се забележува дека испитаниците со средно образование (55,9%) најмногу сметаат дека македонскиот јазик не е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Тоа мислење го делат и испитаниците кои имаат универзитетско и повисоко образование (51,8%). Но, тоа мислење најмалку е присутно кај испитаниците со основно образование (32,5%). Оттука, се чини дека степенот на завршеното образование на испитаниците влијае врз нивните ставови дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Статистичката поврзаност меѓу овие две варијабли ја тестиравме преку хи-квадрат тестот.

Претпоставените хипотези ги подредивме статистички на следниот начин:

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае врз ставот дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз ставот дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик.

Хипотезата се потврдува статистички. Ваквите показатели говорат дека кај помалку образованите испитаници постои мислење дека македонскиот јазик е загрозен во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Наспроти, кај испитаниците коишто имаат повисок степен на образование и во нивните перцепции македонскиот јазик не е загрозен од овој вид натписи во јавното комуницирање.

6.6 Мислењето на испитаниците за официјалните имиња и натписи во Република Македонија

Уште еден показател за присуството на глобализацијата во македонската култура се имињата на официјалните институции, јавните објекти и улици. Токму на оваа тема ги прашавме испитаниците: на кој јазик треба да бидат напишани имињата на институциите, јавните објекти и улици? Одговорите што ги добивме се следниве:

Табела 51. Мислењето на испитаниците за имињата на институциите, јавните објекти и улици

| Дали се согласувате имињата на институциите, јавните објекти и улиците во вашата средина да бидат напишани на : | % (n) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 55,0 (369) |
| на македонски (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) и странски јазик | 44,3(297) |
| на странски јазик | ,7 (5) |
| вкупно | 100,0(671) |

Доминираат одговорите на испитаниците (55,0%) кои истакнуваат дека имињата на официјалните институции, јавни објекти и улици треба да бидат напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) чии размислувања одат во прилог на правилната примена на македонскиот јазик во практиката. Поточно, тие се согласуваат со моделот на повеќејазичноста.

Покрај тоа, 44,3% од испитаниците покажуваат одреден степен на свесност дека имињата на официјалните институции, јавни објекти и улици треба да бидат напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) и странски јазик, што е практика не само кај нас, туку и во други земји во светот. Тоа се практикува со цел да се олесни комуникацијата меѓу различни култури (упатување на странските граѓани и туристи) кои се среќаваат во нашето општество, а не како опасност за македонскиот јазик и писмо.

Табела 52: Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и мислењето за имињата на институциите, јавните објекти и улици

| Возрасн и групи | Дали се согласувате имињата на институциите, јавните објекти и улиците во нашата средина да бидат напишани на: | | | вкупно |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------|
| | на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | на македонски (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) и на странски јазик | на странски јазик | |
| 15-24 | 50,7 (105) | 47,3 (98) | 1,9 (4) | 100,0 (207) |
| 25-34 | 44,7 (51) | 55,3 (63) | 0,0 | 100,0 (114) |
| 35-44 | 54,5 (67) | 45,5 (56) | 0,0 | 100,0 (123) |
| 45-54 | 58,2 (53) | 40,7 (37) | 1,1 (1) | 100,0 (91) |
| 55+ | 68,4 (93) | 31,6 (43) | 0,0 | 100,0 (136) |
| вкупно | 55,0 (369) | 44,3 (297) | ,7 (5) | 100,0 (671) |

$\chi^2 = 23,113$; с.с = 8; $p = 0,00$; $CC = 0,18$

Од аспект на возраста се забележуваат разлики кај највозрасните испитанци. Ова категорија испитаници (55 и повеќе години) повеќе од останатите, односно 68,4% преферираат институциите, јавните објекти и улиците да бидат напишани на македонски јазик. Ваквата тенденција се објаснува со податокот дека повозрасните испитаници повеќе сè затворени во својата културна посебност и, во голема мерка, не се флексибилни, тешко ги прифаќаат промените во оваа насока, за разлика од младите (25-34 години) кои имаат поотворен однос кон процесите кои се однесуваат на интеграција на целокупното човештво.

Претпоставените хипотези ги подредивме статистички на следниот начин:

Нулта хипотеза: Возраста на испитаниците не влијае на ставот за јазикот на кој ќе се пишуваат имињата на институциите, јавните објекти и улиците.

Алтернативна хипотеза: Возраста на испитаниците влијае врз на ставот за јазикот на кој ќе се пишуваат имињата на институциите, јавните објекти и улиците. Според резултатите нултата хипотеза се отфрла.

7. ЈАЗИКОТ И ПИСМОТО НИЗ ЈАВНИТЕ НАТПИСИ И ФИРМИ: СЛУЧАЈ СО ГРАДОТ СКОПЈЕ

Во овој дел од трудот се претставани емпириските податоци добиени од квалитативната анализа. Во првиот поддел се претставени резултатите од анализа на содржина на јавните натписи и фирми според употребата на јазикот и писмото. Во вториот поддел се претставени резултатите од интервјуто со експертската јавност во Република Македонија.

7.1 Јазикот и писмото низ јавните натписи и фирми

Размислувањата на испитаниците, во однос на состојбата и положбата на македонскиот јазик и писмото, се потврда дека присуството на современите светски процеси во македонската култура доведуваат до одредени промени во нив. Тие промени, главно, се случуваат во функционирањето на стандардниот јазик и писмо во јавното комуницирање, поточно во јавните натписи и фирми.

За таа цел, пред да пристапиме кон квалитативната анализа на јазикот и писмото низ јавните натписи и фирми, во центарот на градот Скопје беше утврден бројот (654) на јавните натписи и фирми во тој дел од градот. Покрај бројот на јавните натписи и фирми, за нашата анализа беа одделно анализирани стопанските дејности, поточно, оние стопански дејности кои се застапени низ јавните натписи и фирми. Податоците од таа анализа се прикажани во табела 53.

Табела 53. Јавни натписи и фирми според стапанска дејност

| Стопански дејности | % (n) |
|------------------------------------------------|-------------------|
| 1. Маркети за храна и пијалаци | 0,7(5) |
| 2. Продавници за облека | 62,6 (410) |
| 3. Продавници за чевли | 7,6 (50) |
| 4. Продавници за техника | 5,4 (35) |
| 5. Ресторани, дискотеки и кафулиња | 13,4 (88) |
| 6. Администативни политички и културни објекти | 4,9 (32) |
| 7. Друго ⁷ | 5,4 (35) |
| Вкупно | 100,0(654) |

⁷ Под модалитетот „друго“ спаѓаат дејностите кои се занимаваат со списанија и објавување и други услужни дејности.

Во тој поглед, анализата покажа дека во централното градско подрачје, од вкупниот број јавни натписи 62,6% (410) се продавници за облека, 13,4 % (88) се угостителски објекти. Потоа следуваат дејностите за чевли 7,6 % (50), техника 5,4% (35), други услужни дејности 5,4% (35), административни, политички и културни објекти 4,9 (32). Во овој дел од градот најмалку се застапени 0,7% (5) маркетите за храна и пијалаци.

Покрај одделните стопански дејности, одделно го утврдивме и присуството на домашните и на странските фирми. Од вкупниот број јавни натписи и фирми 80,0% (523) се домашни фирми, а 20,0% (131) се странски фирми. Во значителен дел кај фирмите од домашно потекло е застапен странскиот јазик (англискиот јазик) и латиничното писмо. Овој податок упатува на заклучокот дека процесите на глобализацијата силно се навлезени во сферата на јавното комуницирање.

Табела 54. Присуство на домашни и странски фирми

| | % (n) |
|-----------------------------|--------------------|
| Присуство на домашни фирми | 80,0 (523) |
| Присуство на странски фирми | 20,0 (131) |
| вкупно | 100.0 (654) |

Бројот на јавните натписи и фирми, натписите според одделни стопански дејности и податоците за домашните и за странските фирми не се доволни за да се утврди присуството на процесите на глобализацијата во јавното комуницирање. Поради тоа, посебно беа анализирани јавните натписи и фирми според употребата на јазикот и писмото.

7.1.1. Податоци за употребата на јазикот низ јавните натписи и фирми

Од податоците добиени од анализа на содржината за употребата на јазикот низ јавните натписи и фирми се забележува тенденцијата дека се оди во чекор со развиените земји, при што, јавните натписи и фирми се обликуваат според трендовите кои се актуелни во светот. Тие трендови се забележуваат во нашиот локален контекст, поточно, преку зачестената употреба на странските

јазичи во јавното комуницирање. Во табела 55 се прикажани податоците за јавните натписи и фирми според употребата на јазикот.

Табела 55. Јавни натписи и фирми според јазикот

| | % (n) |
|----------------------------------------------------|--------------------|
| Јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик | 45,7 (299) |
| Јавни натписи и фирми напишани на странски јазик | 54,3 (355) |
| вкупно | 100,0 (654) |

Анализата покажува дека низ јавните натписи и фирми најзастапени се странските јазичи. На овие јазичи се напишани 54,3% од јавните натписи и фирми и тоа на: англиски јазик 87,6% и на италијански 9,6%. Исто така, во мал процент, низ јавните натписи и фирми го забележавме комбинираното употребување на јазикот (табела 56). Овие податоци, ја потврдуваат констатацијата дека најзастапената употреба на англискиот јазик низ јавните натписи и фирми е резултат на присуството на процесите на глобализацијата во македонската култура, поточно, присуството и влијанието на глобализацијата во јазикот. Во продолжение следуваат податоците за одделната употреба на странскиот јазик низ јавните натписи и фирми.

Табела 56. Јавни натписи и фирми според странскиот јазик

| | % (n) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Јавни натписи и фирми напишани на англиски јазик | 87,6 (311) |
| Јавни натписи и фирми напишани на италијански јазик | 9,6 (34) |
| Јавни натписи и фирми напишани истовремено на англиски јазик и друг странски јазик (италијански, француски) | 2,8 (10) |
| вкупно | 100,0 (355) |

Податоците за употребата на јазикот низ јавните натписи и фирми во градот Скопје, јасно упатуваат на заклучокот дека глобализациските процеси, поточно англо-санксонската култура, силно е навлезена во локалната култура, а преку неа во стандардниот јазик.

7.1.2. Податоци за употребата на писмото низ јавните натписи и фирми

Во однос на застапеноста на писмото низ јавните натписи и фирми во централното градско подрачје се забележува дека доминира латиничното писмо (51,2 %). Кириличното писмо (38,2%) е застапено низ јавните натписи и фирми Меѓутоа, има јавни натписи и фирми кои истовремено ги употребуваат и двете писма. Таа употреба на писмото во јавните натписи и фирми е прикажана во табела 57.

Табела 57. Јавни натписи и фирми според употребата на писмото

| | % (n) |
|---------------------------------------------------------------|-------------------|
| Јавни натписи и фирми напишани на латинично писмо | 51,2 (335) |
| Јавни натписи и фирми напишани на кирилично писмо | 38,2 (250) |
| Јавни натписи и фирми напишани на латинично и кирилично писмо | 10,6 (69) |
| вкупно | 100,0(654) |

Во овој поглед интересни, се на пример, натписите кои се напишани на кирилично писмо и, при тоа употребуваат туѓи зборови: АМИГОС, АБЕРС, ФОР ЈУ, МИСТИК, кафе ЖУРНАЛ, кафе БАРСЕЛОНА, ЕКСКЛУЗИВ, КАПИТОЛ и многу други.

Јавните натписи и фирми, напишани на латинично писмо најчесто се на јазикот од кој се преземени. Како такви ги издвојуваме следните: OTTICA ITALIANA, NEW STORY, EXCHANGE OFICE, TERRATRavel, PLAY CAFFE, FERGI, SORBINO UOMO, OFFICE SHOES, STILLES MEBEL, ACCESSOIRES, GOLDMAK, UNIQUE BEAUTY CENTER, BAGS MANIA, IL CAFFE DI ROMA и други. Најчесто овие натписи се преземени од англискиот, италијанскиот и од францускиот јазик. Забележавме и натписи и фирми каде што се јавуваат комбинации на англиски и на италијански јазик како што е PLAY caffe, потоа на француски и англиски јазик - restaurant & grill и слично.

Дел од јавните натписи и фирми кои ги забележавме беа напишани во нивната оригинална форма, бидејќи сите тие имаат странско потекло и се пишуваат насекаде во светот во оригинал: GERMANOS, CALLIOPE ITALIA,

SPRINGFIELD, HAPPENING, SWAROWSKI, REPLAY, MANGO, WOLFORD, UNITED COLORS OF BENETON, LEVIS, MCDONALD'S. Меѓутоа, имаше и странски фирми кои го прилагодиле писмото на конкретната средина каде што покрај латиничното писмо за објаснување во текстот, го користат и кириличното писмо.

Исто така, но значително помалку, низ јавните натписи и фирми беа присутни хибридниите форми во однос на писмото, па и во однос на јазикот. Како пример за тоа се натписите: ШАНТЕЛ Shoes, Моја CALZINI и слично. Меѓутоа, имаше и повторување на натписите со паралелна употреба на писмата: Beatina fashion / Беатина фешн, Garden kaffe/ Гарден кафе, ADESO TREND/ АДЕСО ТРЕНД.

Примерите кои ги посочивме, посебно за јавните натписи и фирми кои се напишани на латинично писмо и на изворниот јазик, без соодветен превод на македонски јазик, всушност, не ја исполнуваат својата основна намена да информираат за дејноста што ја извршуваат, туку се ограничуваат на оние кои го познаваат соодветниот јазик, а другите се исклучуваат.

Реалната состојба, несомнено, покажува дека процесите на глобализацијата се силно навлезени во сферата на културата и јавното комуницирање. Конкретно, зачестеното присуство на англискиот јазик и латиничното писмо низ јавните натписи и фирми се показатели за присуството на глобалното во локалното. Овие показатели, според нас, посочуваат на оние фактори кои влијаат најдиректно врз официјалниот јазик и неговото писмо. Тие влијанија не се резултат само на спонтаното навлегување на процесите на глобализацијата во нашата култура и јазик, туку, во голема мера, се резултат на свесните отстапки кои во тој поглед се прават.

Тие отстапки се однесуваат, главно на законските одредби бидејќи во Законот за употреба на македонскиот јазик, во членот 5, став 2 стои: „македонскиот јазик се употребува и во називите, рекламите и плакатите на правните лица“, како и во истиот член став, 5, „македонскиот јазик се употребува и во обележувањето на јавните места“ (Закон за употребата на македонскиот јазик, 30.01.1998 година).

Всушност, овие размислувања непосредно се поврзуваат со прашањето на јазичната политика. Јазичната политика се однесува на негување, на збогатување, афирмирање и на заштитување на стандардниот јазик во случајов

на македонскиот јазик и кириличното писмо. Така на пример, многу земји преку сопствената јазична политика превземаат мерки за да го одбранат јазикот од продорот на глобалните процеси. Во тој поглед, јазичната политика во нашето општество не е на задоволително ниво.

7.2. Процесите на глобализацијата во јазикот

Согласно со методолошкиот пристап на анализа на предметот на истражување на овој труд за особено релевантно се смета мислењето на експертите по однос на влијанието на глобализацијата во јазикот. Преку разговор со десет експерти на четири теми беа анализирани односите меѓу глобализацијата и јазикот. Четирите теми на кои разговаравме со експертите беа:

1. Влијанието на процесите на глобализацијата врз културата на Република Македонија, попрецизно, влијание врз јазикот и неговата употреба;
2. Прашањето за законската регулатива;
3. Прашањето за јазичната политика;
4. Прашањето за јазичната свест.

Во врска со првата тема експертската јавност е мошне критична. Тие критики експертите ги упатуваат генерално кон силното влијание на глобализациските процеси во јазикот. Особено, тие потенцираат дека тоа влијание е показател во јавното комуницирање. За втората тема, експертите истакнуваат дека во нашето општество постои законска регулатива за јазикот и неговата употреба. Меѓутоа, изразуваат жалење дека во пракса таа не се почитува. Во однос на третата тема, експертите, исто така, имаат критичен однос кон јазичната политика во нашето општество. Во врска со тоа, експертите изјавуваат дека таа е недоволно организирана и при, тоа, сугерираат на нејзино реорганизирање, со цел да се зачува и афирмира стандардниот јазик во сите сегменти од социјалниот живот. За последната тема, експертите сметаат дека во нашиот контекст, јазичната свест за негувањето и правилната употреба на јазикот е мошне слаба. Тие за јакнењето на јазичната свест сметаат дека значајна улога како што имаат институциите задолжени за ова прашање, така и средствата за масовно комуницирање.

Во продолжение ќе проследиме дел од разговорите со експертите.

Според првиот експерт по лингвистика, се истакнува дека процесите на глобализација не се унификација на културите и јазиците, туку, напротив, тие се процеси кои го овозможуваат заедничкото егзистирање на културите и на јазиците со целокупната своја различност. Меѓутоа, експертот истакнува дека присуството на овие процеси во нашето општество и култура, поточно во јазикот имаат силно влијание. Тоа влијание особено се забележува во однос на употребата на јазикот и писмото во јавното комуницирање. Во таа смисла, експертот истакнува дека во едно истражување на македонскиот јазик во јавната комуникација, дошле до сознанија дека е мошне голем бројот на фирми и натписи кои се напишани на англиски јазик или, пак, англискиот јазик е присутен во нив.

Тоа е состојба која е спротивна на Законот за трговски друштва. Според членот 50 од Законот за трговски друштва, стои: „фирмата на трговското друштво гласи на македонски јазик, со кирилско писмо“ (Закон за трговски друштва, 30.04.2004 година). Сепак, и покрај тоа, сведоци сме за непочитувањето на овој закон преку именување на фирмите со називи на англиски јазик односно со називи на латинично писмо.

Токму поради оваа состојба неопходно е јазикот да се заштити со помош на сериозна јазична политика која ќе се темели на превентивни, а не на репресивни мерки. Тие превентивни мерки се со цел да се утврди кој може и како може да го заштити стандардниот јазик и неговото писмо од туѓите влијанија. Како последица од оваа состојба се доведува во прашање јазичниот идентитет. Поточно, слабеа свеста и односот на говорителот кон сопствениот јазик, при што се занемарува неговата општествена улога и културна традиција и оттука, се јавува отпор кон стандардниот јазик кој полека се осиромашува и се обезличува од употребата на англиските изрази кои многу често се користат во секојдневното говорење, со истовремено слабеење на свеста за правилната употреба на стандардниот јазик. Поради тоа, потребно е јазичната политика, кај нас, да биде поорганизирана и насочена кон зачувување и афирмација на јазикот како во сопствената земја, така и надвор од неа, вели експертот.

Токму заштитата на стандардниот јазик и писмото ја истакнува и вториот експерт по лингвистика. Тој зборува, дека јазикот е основен белег на културата, но истовремено е и најсовршено средство за остварување на

доминацијата врз другите култури. Понатаму, тој истакнува дека во Република Македонија веќе нема ксенофобија од моделот на повеќејазичноста, туку, од експанзијата на англискиот јазик и постепениот „лингвоцид“ на македонскиот јазик, идентитет и култура. Во тој случај тој препорачува дека неопходно е Република Македонија, да го заштити својот јазик преку агресивна и смислена јазична политика.

Во тој поглед, петтиот експерт по лингвистика, освен за прашањето за генералната јазична политика во Република Македонија, зборува и за процесите на глобализацијата како фактор кој значително влијае во образованието. Се истакнува дека децата повеќе се заинтересирани да го изучуваат англискиот јазик, отколку македонскиот јазик, што е една поразителна состојба за нашето општество и култура. Поточно, тоа значи дека во нашето општество отсуствува јазичната свест кон стандардниот јазик. Меѓутоа, според нашето мислење, изучувањето на странските јазици, во случајов англискиот, се должи, пред сè, на интеракцијата меѓу поединците и културите поради потребата од заеднички јазик. Токму тоа е и основната причина за продирањето на глобализацијата во локалните јазици и култури, што е од голема важност за доминантната култура.

Токму за формирањето и постоењето на јазичната свест упатува и десеттиот експерт по лингвистика. Тој истакнува дека медиумите имаат клучна улога во формирањето на таа свест. Меѓутоа, вели тој, со навлегувањето на процесите на глобализацијата во медиумите, посебно во електронските, тешко може да се формира јазичната свест. Тоа е заради напливот на англискиот јазик и неговата честа употреба во сите сегменти од телевизиската програма. Тој истакнува дека е неопходно секој медиум да води грижа за јазичниот израз на програмите за да се заштитиме од овие појави, да го заштитиме стандардниот јазик и писмо. Меѓутоа, не секогаш сме во состојба тоа да го направиме, бидејќи институционално воопшто на тој план не сме подготвени.

За неподготвеноста на институциите во Република Македонија и за јазичната политика зборуваше седмиот експерт по лингвистика. Тој истакнува дека институциите коишто директно се задолжени за јазичната политика, а оттука и за културната политика кај нас, потребно е да работат врз основа на критериуми кои се во согласност со поширокиот општествен контекст. Тие нужно се поврзани со современите процеси, поради кои, институциите задолжително мора да имаат еден селективен однос, кој ќе подразбира практики

на вклучување и исклучување. Тие практики треба да ги потенцираат, пред сè, интересите на културните групи во нашето општество во јазична смисла. Тие интереси на културните групи во нашето општество, не се врзуваат само за локалниот контекст, туку и за глобалниот контекст. Токму поради тоа институциите треба да тежнеат да ги зајакнат политиките за правилна употреба на македонскиот јазик и истовремено, да се погрижат да најдат соодветни изрази кои ќе ги заменат изразите од англо-саксонската култура.

Овие расправи јасно покажуваат дека Република Македонија, има потреба да изгради превентивна и современа јазична политика која, на соодветен начин, ќе одговори како на предизвиците коишто се случуваат во нејзината внатрешност, така и на предизвиците кои се случуваат во поширокиот контекст.

8. ПРИМЕНА НА ФАКТОР АНАЛИЗАТА ВО ОТКРИВАЊЕТО НА ОДНОСОТ ГЛОБАЛНО ЛОКАЛНО ВО КУЛТУРАТА: СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Во овој дел од трудот ќе укажеме на примената на фактор анализата преку која се издиференцираат белезите кои ги одбележуваат процесите на глобализацијата во македонското општество и култура.

За таа цел, како влезни варијабли за факторската анализа беа избрани педесет и пет варијабли, добиени од анкетниот прашалник. Во моделот се внесени следниве варијабли: *возраста* на испитаниците; присуството на глобализацијата во сферите на: *економијата, финансиското работење, политиката, модата (во смисла на следење на модни трендови), облеката* (парчиња на облека од познати светски имиња), *храната и пијалаците, јазикот, техниката, музиката, уметноста, медиумите и образованието*. Покрај нив, беа вклучени и факторите кои остваруваат одредено влијание врз процесите на глобализацијата и тоа: *меѓународните институции (НАТО, ММФ, СБ, СТО), националните Влади, мултинационалните компании, САД, Европската Унија, Јапонија, Кина, Русија, Индија и Република Македонија*. Потоа, следуваа појавите кои се непосредно врзани за процесите на глобализацијата, а се однесуваат на културата. Тоа се: познавањето и користењето на англискиот јазик; неговата интернационална употреба како резултат на американската економска моќ и последиците од неговото присуство во локалните средини, масовните медиуми како средства преку кои се запознаваме со различни културни вредности и идентитети, кои заедно со странските кабловски ТВ – канали поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста, неопходното познавање и користење на интернетот денес, како и изборот на документарни емисии, филмови и серии.

Исто така, беа вклучени варијаблите кои се однесуваат на јазикот низ јавните натписи и фирми и тоа на: јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на македонскиот јазик или, пак, на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина), проблемите во однос на разбирањето на нивното значење, како и ставовите за појавата на овој вид јавни натписи и фирми.

Потоа, следуваат варијаблите кои се однесуваат на ставовите кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина), статусот на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина), како и мислењата за официјалните имиња на институциите, јавните објекти и улици во местото на живеење.

Последната група варијабли се однесуваат на социоекономските и културните промени предизвикани од процесите на глобализацијата. Тие промени се однесуваат како на посебните општества, така и на светот како целина. Како такви се издвојуваат варијаблите кои се однесуваат на зголемувањето на нееднаквостите меѓу државите, дека богатите и моќните држави ги искористуваат сиромашните и слабите држави. Понатаму, на варијаблите кои се однесуваат на грижата за животната средина, за квалитетот на јавните услуги. Следуваат, исто така, и варијаблите светската сиромаштија, слабеење на моќта на националните држави и барањето за почитување на универзалните човекови права, преку кои се истакнува влијанието на глобализацијата, воопшто. Потоа, следуваат варијаблите за социоекономските промени во Република Македонија. Тоа се варијаблите кои се однесуваат на ставовите за економскиот раст на Република Македонија и ставот дека интензивното присуство на глобализацијата во Република Македонија ќе овозможи отворање нови работни места.

Потоа, следуваат варијаблите кои се однесуваат на промените од процесите на глобализацијата во поглед на нашето општество и културата. Како такви се наведуваат: глобализацијата преставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество; глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите на различните култури; глобализацијата овозможува комбинирање и мешање на различни културни елементи во нашето општество; глобализацијата доведува до промени во културата и културните вредности во нашето општество, на тој начин глобализацијата ја заменува култура во нашето општество со глобалната култура; постоењето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање нови културни модели; културите во нашето општество имаат отпор кон глобалните култури и вредности; културите во нашето општество се борат да ги зачуваат

своите културни вредности и идентитетот. Како резултат на забрзаните процеси на глобализацијата, поединците не мора да градат идентитети кои се темелат на местото во кое живеат, туку може да изберат многу различни идентитети. Глобализацијата во нашето општество, исто така, го јакне локалниот идентитет.

Откако ги избравме влезните варијабли, пристапиме кон пресметување и испитување на корелациската матрица меѓу нив. Преставувањето на корелациската матрица е со цел да се воочи видот и силината на поврзаноста на сите варијабли кои, во нашиот пристап на истражувањето се претставени како варијабли преку кои се анализира односот на глобалното и локалното. За таа цел се интерпретираат вредностите на коефициентите на корелација (r). *Фактор анализа* издвои 17 фактори кои имаат еигенвредност (eigenvalues) над 1,00 (табела 58) и, при тоа, објаснуваат вкупно 61,273 проценти од целокупната варијанса на скоровите на скалите од прашалникот за односот на глобалното и локалното во Република Македонија.

Табела 58. Главните факторите според критериумот за (eigen) вредноста

| Фактори | Eigenvalues |
|---------|-------------|
| 1 | 6,678 |
| 2 | 3,789 |
| 3 | 2,510 |
| 4 | 2,386 |
| 5 | 1,975 |
| 6 | 1,839 |
| 7 | 1,731 |
| 8 | 1,635 |
| 9 | 1,605 |
| 10 | 1,454 |
| 11 | 1,312 |
| 12 | 1,279 |
| 13 | 1,231 |
| 14 | 1,162 |
| 15 | 1,089 |
| 16 | 1,026 |
| 17 | 1,000 |

Очигледно е дека седумнаесетте фактори не само што го исполнуваат критериумот за својствената вредност, туку го исполнуваат и критериумот за

процентот на варијансата. Подолу, во табела 59 прикажани се конечните резултати од фактор анализата на 55-те варијабли кои ја отсликуваат социјалната позадина на испитаниците кон процесите на глобализацијата. Во табелата се прикажани податоците на факторските заситувања добиени преку varimax-ротирање.

Табела 59. Матрица на факторски заситувања по variаx -ротирање

| Влезни варијабли | ФАКТОРИ | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на музиката | <u>0,746</u> | 8,097 E-02 | -1,124 E-02 | 7,134 E-02 | 0,160 | 0,123 | -1,1697 | 1,229 E-02 | 8,369 E-02 | 0,152 | 0,115 | 0,132 | 1,416 E-02 | -6,091 E-02 | -2,762 E-02 | -9,704 E-02 | 0,116 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на техниката | <u>0,664</u> | 9,702 E-02 | -9,044 E-02 | 0,149 | 4,431 E-02 | 0,253 | 5,266 E-02 | -2,743 E-02 | 5,215 E-02 | 6,963 E-02 | 4,862 E-02 | -8,858 E-02 | -5,300 E-02 | 0,114 | -5,316 E-02 | 3,339 E-02 | -4,985 E-02 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на медиумите | <u>0,647</u> | 7,490 E-02 | 2,741 E-02 | 0,297 | 0,106 | 0,167 | 2,055 E-02 | 2,033 E-02 | -7,618 E-02 | -5,624 E-02 | 0,156 | -7,163 E-02 | -0,139 | 1,517 E-02 | -6,527 E-02 | 0,120 | 5,899 E-02 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на уметноста | <u>0,647</u> | -6,457 E-02 | 0,113 | 0,118 | 0,182 | -4,499 E-02 | 0,169 | 2,468 E-02 | 8,489 E-02 | -8,491 E-02 | 7,767 E-02 | 9,237 E-02 | 0,156 | 3,597 E-02 | -4,121 E-02 | 0,122 | -0,167 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на јазикот | <u>0,627</u> | -0,176 | 0,173 | 7,744 E-02 | 6,912 E-02 | -0,193 | 3,782 E-02 | 1,708 E-02 | 9,247 E-02 | -4,631 E-02 | 2,368 E-02 | 0,221 | 0,190 | 0,144 | 0,145 | -0,133 | -9,934 E-02 |
| Глобализацијата им овозможува на богатите и моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави | -8,324 E-02 | <u>0,761</u> | -2,582 E-02 | -2,538 E-02 | 9,466 E-02 | 9,886 E-02 | -6,553 E-02 | -1,431 | 3,014 E-02 | 8,729 E-02 | 6,248 E-02 | 8,833 E-02 | -3,728 E-02 | 3,545 E-02 | -1,806 | -3,025 E-02 | -9,885 E-02 |
| Глобализацијата влијае врз зголемување на нееднаквостите помеѓу државите | -9,559 E-02 | <u>0,712</u> | -1,628 E-02 | 1,111 E-02 | 1,968 E-02 | 4,158 E-02 | 6,993 E-02 | 5,261 E-02 | 5,644 E-02 | -0,114 | 8,295 E-02 | 2,444 E-02 | 0,103 | 6,533 E-02 | 0,164 | -7,178 E-02 | -6,736 E-02 |
| Глобализацијата ја уништува животната средина | 0,232 | <u>0,659</u> | 9,670 E-02 | 0,101 | -0,124 | -9,106 E-02 | 2,309 E-02 | 0,125 | 0,152 | 8,622 E-02 | -6,359 | -0,109 | 5,205 E-02 | -7,151 | -2,666 E-02 | 0,142 | 6,673 E-02 |
| Глобализацијата претставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество | 0,114 | <u>0,597</u> | -4,592 E-02 | 0,123 | -7,909 E-02 | 1,248 E-02 | 3,488 E-02 | -1,115 E-02 | -4,507 E-02 | 7,280 E-02 | 6,055 E-02 | 0,355 | -3,003 E-02 | -0,104 | -0,103 | -4,257 E-02 | 5,043 E-02 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Глобализацијата ја поттикнува светската сиромаштија | 5,526 E-02 | <u>0,539</u> | 9,804 E-02 | 7,461 E-02 | 0,123 | -0,120 | -1,479 E-02 | 0,174 | 3,893 E-02 | 0,157 | -9,332 E-02 | 0,129 | -1,856 E-02 | 6,386 E-02 | 0,109 | 0,276 | -0,217 |
| Јапонија е фактор кој влијае врз процесите на глобализацијата | 9,241 E-02 | -1,555 E-02 | <u>0,777</u> | 5,657 E-02 | -2,515 E-02 | 1,749E-02 | 9,380 E-02 | -4,477 E-02 | 1,855 E-02 | -6,703 E-02 | 4,465 E-02 | 6,092 E-02 | 0,107 | -5,183 E-02 | 4,556 E-02 | -4,289 E-02 | -0,141 |
| Кина е фактор кој влијае врз процесите на глобализацијата | -7,459E-02 | -3,749 E-02 | <u>0,726</u> | 7,483 E-02 | 0,123 | 1,84 E-02 | 8,357 E-02 | -3,566 E-02 | 8,805 E-02 | -0,105 | 5,283 E-02 | 3,395 E-02 | 4,910 E-02 | 4,588 E-02 | 0,146 | -0,175 | 0,126 |
| Индија е фактор кој влијае врз процесите на глобализацијата | 2,644 E-02 | 1,866 E-02 | <u>0,683</u> | 4,693 E-02 | 3,964 E-02 | -2,169E-02 | 5,669 E-02 | -3,420 E-02 | -0,103 | 1,439 E-02 | -3,127 E-02 | -5,110 E-02 | 4,910 E-02 | 4,588 E-02 | 0,146 | -0,175 | 0,126 |
| Русија е фактор кој влијае врз процесите на глобализацијата | 0,108 | 7,495 E-02 | <u>0,640</u> | 3,579 E-02 | -7,426 E-02 | 0,162 | 0,106 | 9,477 E-02 | 2,559 E-02 | 0,150 | 0,106 | -4,568 E-02 | -4,880 E-02 | 9,939 E-02 | -0,272 | 6,615 E-02 | 1,201 E-02 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на економијата | 0,159 | 5,708 E-02 | 9,977 | <u>0,757</u> | 0,181 | 3,910E-02 | 5,468 E-02 | -2,181 E-02 | 9,927 E-02 | -5,900 E-02 | 5,160 E-02 | 2,589 E-02 | 4,643 E-02 | 8,708 E-02 | 3,614 E-02 | -2,562 E-02 | -6,332 E-02 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на финансиско работење | 0,231 | 9,241 E-02 | 9,305 | <u>0,756</u> | 0,129 | 6,207E-02 | 0,113 | -8,385 E-02 | -1,813 E-02 | -7,654 E-02 | -2,996 E-02 | 3,707 E-02 | 6,772 E-02 | 3,232 E-02 | 1,944 E-02 | 1,059 E-02 | -8,021 E-02 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на политика | 0,310 | 6,327 E-02 | 3,395 E-02 | <u>0,556</u> | 7,293 E-02 | 0,246 | -6,425 E-02 | 0,101 | -8,098 E-02 | 9,972 E-02 | 1,241 E-02 | 0,114 | 0,284 | -8,706 E-02 | -5,590 E-02 | 7,195 E-02 | 0,132 |
| Глобализацијата е присутна во сферата на облеката (парчиња на облека од познати светски имиња) | 0,219 | -2,464 E-02 | 4,529 E-02 | 0,135 | <u>0,776</u> | 0,125 | 2,826 E-02 | -7,848 E-02 | 0,156 | 9,430 E-02 | 3,159 E-02 | -4,616 E-02 | 9,633 E-02 | -6,148 E-02 | 3,110 E-02 | 0,195 | 1,618 E-02 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Глобализацијата е присутна во сферата на модата (следење на модните трендови) | 0,239 | 6,051 E-02 | -2,260 E-02 | 0,185 | <u>0,763</u> | 4,747 E-02 | 0,101 | -4,461 E-02 | 5,867 E-02 | -3,334 E-02 | 2,087 E-02 | 6,124 E-02 | 4,233 E-02 | 0,111 | -4,596 E-02 | -9,575 E-02 | 5,743 E-02 |
| Меѓународните институции (НАТО, ММФ, СБ, САД) | 5,280E-02 | -2,352 E-02 | 1,450 E-02 | 0,244 | 6,081 E-02 | <u>0,677</u> | 6,404 E-02 | 7,091 E-02 | 0,135 | 6,429 E-02 | 8,790 E-02 | 1,587 E-02 | -1,777 E-02 | -3,767 E-02 | 8,517 E-02 | 0,121 | -7,390 E-02 |
| Европската Унија е фактор кој влијае врз процесите на глобализацијата | 0,178 | -5,226 E-02 | 0,209 | -0,183 | 0,183 | <u>0,536</u> | -4,027 E-02 | -2,886 E-02 | 4,215 E-02 | 0,130 | 9,137 E-02 | -3,851 E-02 | -1,777 E-02 | -3,767 E-02 | 8,517 E-02 | -0,121 | -7,390 E-02 |
| Глобализацијата е барање за почитување на универзалните човекови права | -6,274 E-02 | -6,027 E-02 | 0,100 | -1,160 E-02 | 7,403 E-02 | 8,664 E-02 | <u>0,744</u> | 2,797 E-02 | 6,302 E-02 | 5,583 E-02 | 6,698 E-02 | 2,665 E-02 | -2,656 E-02 | -6,871 E-02 | 6,861 E-02 | -0,208 | 5,798 E-02 |
| Постоенето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање на нови културни модели | 2,303 E-02 | 4,786 E-02 | 0,168 | 0,171 | -7,336 E-02 | -0,105 | <u>0,556</u> | -4,873 E-02 | 0,118 | 0,112 | 6,330 E-02 | 2,474 E-02 | -6,279 E-02 | 9,854 E-02 | 0,288 | -5,807 E-02 | 0,168 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|----------------|
| Постоењето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање нови културни модели | 2,303 E-02 | 4,786 E-02 | 0,168 | 0,171 | -7,336 E-02 | -0,105 | <u>0,556</u> | -4,873 E-02 | 0,118 | 0,112 | 6,330 E-02 | 2,474 E-02 | -6,279 E-02 | 9,854 E-02 | 0,288 | -5,807 E-02 | 0,168 |
| Глобализацијата овозможува комбинирање и мешање на различни културни елементи во нашето општество | 0,647 | -8,707 E-02 | -3,554 E-02 | 0,259 | 0,146 | 8,399 E-02 | <u>0,477</u> | -9,493 E-02 | -9,256 E-02 | -0,105 | 0,455 | 0,179 | -0,258 | 9,119 E-02 | -1,347 E-02 | -2,106 E-02 | -3,463 E-02 |
| Глобализацијата овозможува квалитет на јавните услуги | 0,273 | -0,128 | 0,174 | 3,454 E-02 | 2,709 E-02 | 0,276 | 0,431 | -2,349 E-02 | 8,515 E-02 | -0,206 | -2,579 E-02 | 0,128 | 0,278 | -2,053 E-02 | - 2,6,52 E-02 | 6,257 E-02 | -0,208 |
| Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми во Вашата средина напишани на странски јазик (не се однесува на македонскиот јазик или, пак, на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) | 1,634 E-02 | -0,190 | 0,160 | 2,042 E-02 | 8,372 E-02 | -4,765 E-02 | -9,277 E-02 | <u>-0,703</u> | -8,817 E-02 | 5,044 E-02 | 0,202 | -7,314 E-02 | 3,740 E-02 | 1,414 E-02 | -3,852 E-02 | 0,108 | 0,117 |
| Дали мислите дека македонскиот јазик е во загромена положба во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик? (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина). | 6,742 E-02 | 8,297 E-02 | 9,814 E-02 | 2,581 E-02 | -7,336 E-02 | -0,101 | -0,143 | <u>0,684</u> | -3,154 E-02 | 6,532 E-02 | 7,412 E-02 | 0,124 | -3,413 E-02 | 4,622 E-02 | -0,123 | 8,945 E-02 | 0,190 |
| Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик, Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење? | 1,114 E-02 | -1,901 E-02 | -1,452 E-02 | -3,906 E-02 | 7,090 E-02 | -4,918 E-02 | 2,983 E-02 | <u>0,620</u> | -0,343 | 1,294 E-02 | -4,898 E-02 | -8,393 E-02 | - 8,8,79 E-02 | -2,971 E-02 | -2,373 E-02 | 0,176 | 3,810 E-02 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|------------|--------------|
| Денес познавањето и користењето на интернетот е неопходно | 4,165 E-02 | 7,942E-02 | 6,364 E-02 | - 4,428 E-02 | 0,111 | 9,172E-02 | 6,830 E-02 | - 9,091 E-02 | 0,793 | 2,677 E-02 | 6,251 E-02 | E-02 | 9,267 E-02 | - 3,586 E-02 | 3,303 E-02 | 8,580 E-02 | 7,864 E-02 |
| Познавањето и користењето на англискиот јазик е неопходно | 7,688 E-02 | 4,229E-02 | - 5,126 E-02 | 7,187 E-02 | 6,612E-02 | 0,120 | 4,728 E-02 | -0,128 | 0,762 | 7,378 E-02 | 3,416 E-02 | 2,400 E-02 | -3,637 E-02 | - 2,804 E-02 | 7,081 E-02 | 2,465 E-02 | - 8,090 E-02 |
| Културите во нашето општество имаат отпор кон глобалните култури и вредности | 7,154 E-02 | 9,679E-02 | 7,955 E-02 | - 1,273 E-02 | 2,802E-02 | - 6,494E-02 | -1,129 E-02 | 4,726 E-02 | 1,769 E-02 | 0,798 | -7,331 E-02 | 0,197 | 6,586 | 3,768 | 3,643 | 1,333 | -8,499 |
| Културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитетети | 7,099 E-02 | 1,717E-02 | - 5,559 E-02 | -6,599 E-02 | 4,236E-02 | 0,140 | 7,864 E-02 | -3,291 E-02 | 8,492 E-02 | 0,753 | 0,124 | -3,948 E-02 | -3,818 E-02 | -4,987 E-02 | -9,788 E-02 | 0,134 | -6,738 E-02 |
| Присуството на странските кабловски ТВ- канали во секојдневното живеење поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста. | 0,101 | 0,143 | 5,755 E-02 | 9,879 E-02 | 2,989E-02 | 7,873E-02 | 8,149 E-02 | 1,013 E-02 | 0,174 | 0,148 | 0,729 | -5,211 E-02 | 8,638 E-02 | 9,503 E-02 | -3,686 E-02 | -0,115 | -3,855 E-02 |
| Масовните медиуми ни овозможуваат да се запознаеме со различни културни вредности и идентитети | 0,193 | -6,304 E-02 | 3,985 E-02 | - 1,193 E-02 | - 1,283E-02 | 7,697E-02 | -1,585 E-02 | -9,103 E-02 | - 2,660E-02 | -5,358 E-02 | 0,728 | 4,139 E-02 | 8,780 E-02 | -7,088 E-02 | 5,379 E-02 | 0,107 | -9,825 E-02 |
| Глобализацијата ја заменува култура во нашето општество со глобалната култура | 0,141 | 0,216 | 0,101 | 0,229 | -0,147 | 3,155E-02 | -2,075 E-02 | 6,503 E-02 | 4,528 E-02 | 9,953 E-02 | -7,462 E-02 | 0,667 | -3,840 E-02 | -1,132 E-02 | -4,054 | 0,174 | 2,734 E-02 |
| Глобализацијата доведува до промени во културата и културните вредности во нашето општество | - 2,804 E-02 | 0,245 | -7,373 E-02 | -0,107 | 0,151 | 5,484E-02 | 4,534 E-02 | 0,110 | -2,925 E-02 | 0,106 | 0,109 | 0,579 | -4,453 E-02 | 0,158 | 8,718 E-02 | 9,611 E-02 | 0,106 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата | 0,113 | 0,232 | -9,219 E-02 | 0,264 | -3,915 E-02 | -5,521 E-02 | -4,124 E-02 | -3,825 E-02 | -9,672 E-02 | 7,975 E-02 | 0,163 | -1,391 E-02 | <u>0,657</u> | 2,623 E-02 | -8,188 E-02 | -3,235 E-02 | -6,561 E-02 |
| Присуството на англискиот јазик во вашата средина не го загрозува вашиот идентитет | -8,573 E-02 | -1,350 E-02 | 0,174 | -7,244 E-02 | 0,107 | 0,171 | 8,089 E-02 | -0,216 | 0,181 | -7,081 E-02 | 4,309 E-02 | 1,898 E-02 | <u>0,524</u> | 0,151 | 4,551 E-02 | 7,893 E-02 | 5,277 E-02 |
| Република Македонија | 0,119 E-02 | 5,070 E-02 | -1,713 E-02 | 0,123 | 0,113 | 4,111 E-02 | -2,360 E-02 | -2,620 E-02 | -0,180 | 3,534 E-02 | -1,527 E-02 | 4,578 E-02 | 6,803 E-02 | <u>0,686</u> | -7,256 E-02 | 0,107 | 8,968 E-02 |
| Англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската економска моќ | 0,121 | 3,365 E-02 | 5,846 E-02 | -0,108 | 0,178 | 0,109 | -3,252 E-02 | -1,151 E-02 | 0,309 | -6,029 E-02 | 9,041 E-02 | 0,290 | 2,238 E-02 | <u>0,562</u> | -0,110 | 7,949 E-03 | -0,137 |
| Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми во Вашата средина напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат) | 1,337 E-02 | 2,133 E-02 | -3,934 E-02 | -5,240 E-02 | 1,408 E-02 | -6,768 E-02 | 0,174 | -0,190 | -2,276 E-02 | 2,837 E-02 | -2,226 E-02 | 1,251 E-02 | 7,871 E-02 | -0,138 | <u>0,722</u> | -1,943 E-02 | 7,508 E-02 |
| Дали се согласувате имињата на институциите, јавните објекти и улиците во вашата средина да бидат напишани | -7,713 E-02 | 0,148 | 4,400 E-02 | 0,112 | -2,310 E-02 | 6,343 E-02 | -0,172 | 0,269 | -7,997 E-02 | -0,116 | 8,163 E-02 | -2,525 E-02 | -0,246 | 0,114 | <u>0,524</u> | 4,694 E-02 | -8,850 E-02 |
| Глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите меѓу различни култури | -2,773 E-02 | 0,103 | -3,787 E-02 | -4,256 E-02 | 9,398 E-02 | -7,303 E-02 | -7,604 E-02 | 2,602 E-02 | 2,483 E-02 | 0,131 | 1,155 E-02 | 0,207 | 5,317 E-02 | 0,113 | 8,379 E-02 | <u>0,728</u> | 1,397 E-02 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|--------|--------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| Какви документарни емисии, филмови и серии сакате да гледате на телевизија, DVD, интернет и слично? | -4,699 E-02 | -0,121 | -2,270 E-02 | -7,041 E-02 | 6,750 E-02 | -8,187 E-02 | 6,816 E-02 | -1,697 E-02 | -9,357 E-02 | -0,146 | -0,139 | 8,257 E-02 | -2,748 E-02 | 2,023 E-02 | -2,489 E-02 | 2,094 E-02 | 0,681 |
| Објаснувачка моќ на вкупната варијанса | 6,282 | 5,498 | 4,546 | 4,128 | 3,891 | 3,884 | 3,706 | 3,678 | 3,566 | 3,058 | 3,052 | 3,010 | 2,996 | 2,632 | 2,602 | 2,496 | 2,249 |
| Вкупно (%) | 61.273 | | | | | | | | | | | | | | | | |

Варијаблите кои покажуваат највисока статистичка корелација со првиот фактор се: музика (0,746), техника (0,664), медиуми (0,647), уметност (0,647) и јазик (0,627). Со овој фактор се објаснува 6,3 % од вкупната варијанса. Сите компоненти покажуваат позитивна поврзаност со првиот фактор, поточно тие имаат високо факторско заситување со позитивен предзнак. Со тоа овој фактор се нарекува **„Комуникациски и дигитални технологии, кои што ги поттикнуваат интеракциите меѓу глобалното и локалното во културата во Република Македонија“**.

Вториот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: глобализација им овозможува на богатите и моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави (0,761); глобализацијата влијае на зголемување на нееднаквостите меѓу државите (0,712); глобализацијата ја уништува животната средина (0,659); глобализацијата претставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество (0,597) и глобализацијата ја поттикнува светската сиромаштија (0,539). Со овој фактор се објаснува 5,5 % од вкупната варијанса.

Факторот се означува како **„Поларизација и стратификација на богати и сиромашни земји на економски, политички и културен план“**.

На третиот фактор имаат високи заситувања со позитивен предзнак показателите: Јапонија влијае врз процесите на глобализацијата (0,777); Кина влијае врз процесите на глобализацијата (0,726); Индија влијае врз процесите на глобализацијата (0,683) и Русија влијае врз процесите на глобализацијата (0,640). Со овој фактор се објаснува 4,5 % од вкупната варијанса.

Факторот се означува како **„Големи распространети светски индустриски пазари кои влијаат на локалните култури, идентитетите и животните стилови“**.

Четвртиот фактор има високи заситувања со позитивен предзнак за процентуалното присуство на глобализацијата во економијата (0,757); во сферата на финансиското работење (0,756) и во политиката (0,556). Со овој фактор се објаснува 4,1% од вкупната варијанса.

Факторот се означува како **„Релативно високо присуство на глобализацијата во економијата, финансиското работење и политиката во Република Македонија“**.

Петтиот фактор има високи заситувања со позитивен предзнак на варијаблите: облека (0,776) и мода (0,763) и нешто пониско заситување кај варијаблата образование (0,440). Со овој фактор се објаснува 3,9% од варијансата. Факторот се означува како *„Релативно високо присуство на глобализацијата во модните трендови во облеката, а нешто пониско во сферата на образованието“*.

Шестиот фактор има високи заситувања со позитивен предзнак на варијаблите: меѓународни институции (НАТО, ММФ, СБ, СТО) (0,677), САД (0,599) и Европската Унија (0,536). Со овој фактор се објаснува 3,8% од вкупната варијанса. Факторот се означува како *„Земји лидери на економски, политички и финансиски план во светот, коишто се наметнуваат како фактори за решавање на внатрешните проблемите во локалните социокултурни контексти“*.

Седмиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: глобализацијата е барање за почитување на универзалните човекови права (0,744); поединците не мораат да градат идентитети кои се темелат на местото во кое живеат, туку може да изберат мноштво на различни идентитети (0,597) и постоењето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање нови културни модели (0,556). Со овој фактор се објаснува 3,7 % од вкупната варијанса. Факторот се означува како *„Процесите на глобализацијата овозможуваат плурални идентитети, кои ќе овозможат интегрирање на глобалните и локалните елементи на културата во единствен културен модел во Република Македонија“*.

Осмиот фактор има високо факторско заситување со негативен предзнак кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик (-0,703), а со позитивен предзнак на варијаблите: загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (0,684) и јавните натписи и фирми напишани на странски јазик создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење (0,620). Со овој фактор се објаснува 3,6% од вкупната варијанса. Факторот се означува како *„Состојбата и статусот на македонскиот јазик во услови на глобализација“*.

Деветтиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак кон познавањето и користењето на интернетот (0,793) и познавањето и користењето на англискиот јазик (0,762). Со овој фактор се објаснува 3,6 % од вкупната варијанса. Факторот се означува како **„Интернетот и англискиот јазик во македонската култура како белези на глобализацијата во неа“**.

Десеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: културите имаат отпор кон глобалните културни вредности (0,798) и културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитет (0,753). Со овој фактор се објаснува 3,0% од вкупната варијанса. Факторот се означува како **„Културите во Република Македонија настојуваат да ја зачуваат својата дистинктивност“**.

Единаесеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: присуството на странски кабловски ТВ – канали во секојдневното живеење поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста (0,729), а и масовните медиуми овозможуваат запознавање со различни културни вредности и идентитети (0,728). Со овој фактор се објаснува 3,0% од вкупната варијанса. Факторот се нарекува како: **„Медиумите како фактор на глобализациските процеси во културата во Република Македонија“**.

Дванаесеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: глобализацијата ги заменува културите во нашето општество со глобалната култура (0,667) и глобализацијата доведува до промени во културата и културните вредности во нашето општество (0,579). Со овој фактор се објаснува 3,0% од вкупната варијанса. Факторот се означува како: **„Глобализирање на културата во Република Македонија“**.

Тринаесеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата (0,657) и присуството на англискиот јазик не го загрозува идентитетот (0,524). Со овој фактор се објаснува 2,9% од вкупната варијанса. Факторот се означува како **„Економскиот напредок на Република Македонија зависи од нејзината отвореност кон светските современи процеси, кои главно не претставуваат закана за идентитетот“**.

Четиринаесеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите: Република Македонија како фактор кој остварува влијание врз глобализацијата (0,686) и англискиот јазик како интернационален јазик кој е резултат на американската моќ (0,562). Со овој фактор се објаснува 2,6% од вкупната варијанса. Факторот се означува како ***„Република Македонија земја со релативно слабо влијание врз глобализацијата. Процесите на глобализацијата, својата моќ ја манифестираат преку англискиот јазик кој во светот се наметна поради неговата функционалност“***.

Петнаесеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак на варијаблите ставот кон појавата на јавни натписи и фирми на македонски јазик (0,722) и имињата на институциите, јавните објекти и улици во локалната средина (0,524). Со овој фактор се објаснува 2,6% од вкупната варијанса. Факторот се означува како ***„Македонскиот јазик како културен идентификатор на културата и идентитетот во Република Македонија“***.

Шеснаесеттиот фактор има високо факторско заситување со позитивен предзнак кон варијаблата глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите меѓу различни култури (0,728). Со овој фактор се објаснува 2,5% од вкупната варијанса. Факторот се означува како ***„Глобализацијата во македонската култура води кон уривање на границите и поделбите меѓу различните култури и поттикнува на нивна заемна интеракција“***.

Седумнаесеттиот фактор им високо заситување со позитивен предзнак за изборот на документарни емисии, филмови и серии во зависност од производството (0,681). Со овој фактор се објаснува 2,2% од вкупната варијанса. Факторот се означува како ***„Изборот на документарни емисии, филмови и серии во македонската култура го најавуваат присуството на процесите на глобализацијата од кои што непосредно се развиваат процесите на глокализација“***.

Врз основа на податоците од анкетното истражување, свеста за присуството на глобализацијата во Република Македонија, поточно во културата, е во основа силно истакната кај испитаниците како еден вид отпор кон глобалните културни вредности. Останатите фактори се комбинации со кои

може да се идентификуваат процесите на глобализацијата, односно да бидат елементи според кои овие процеси ќе се препознаваат и во иднина.

Актуелната ситуација на македонското општество преставува обид за модернизација и за оформување на цивилното општество, но, фактички, традиционалното општество и култура се посилни. Силината на традицијата е особено голема во таканаречените традиционални општества чијшто основен белег е бавниот ритам на промените и релативната општествена изолираност (Младеновски, 2005:160). Тоа се објаснува со „непостоењето“ на критички социјални актери, кои ќе го понесат товарот на промените во структурата на општеството и во вредносните системи. Во тој поглед, Македонија неопходно е да се подготви и да се вклучи во процесите кои ја одбележуваат сегашноста.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА: РЕФЛЕКСИИ ЗА ОДНОСОТ НА ГЛОБАЛНОТО И ЛОКАЛНОТО ВО КУЛТУРАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Во овој дел од трудот, ќе се осврнеме на теориското и емпириското искуство за односот на глобалното и локалното во културата во Република Македонија и да одговориме на прашањата кои ги поставивме на почетокот на нашата анализа.

1. Во современото општество, глобализацијата се јавува како феномен на интеграција на целокупното општествено живеење, во насока на обликување и трансформирање на секојдневниот животот на современиот човек. Таа, истовремено, ја презема улогата на носител на општествените промени, промовирајќи ги своите широки можности за надминување на географската омеѓеност меѓу општествата, државите и културите. Како таква, глобализација има значајна улога за вклучување на општествата, групите и поединците со своите посебни белези во едно светско општество.

Токму поради тоа глобализацијата, на теориско рамниште, ја објаснивме како процес, но и како проект, кој во својата структура има мноштво процеси кои се меѓусебно поврзани, но и меѓузависни.

2. Во поглед на теориското артикулирање на односот глобално – локално, глобализацијата се јавува како предводничка на новите интеракции на глобално и локално рамниште. Поточно, односот на глобалното и локалното е резултат од процесите на глобализацијата. Тој е реален однос кој упатува на истражување на глобалното во одделните општествени контексти.

Во таа смисла, присуството на глобалните процеси во локалното доведуваат до општествени промени во локалното социокултурното милје. Тие, главно, се резултат од дејствувањето на глобалните економски и политички процеси на светско рамниште, кои, понатаму, на еден забрзан начин стануваат дел од локалните контексти. Таквите тенденции кон локалното, се препознаваат преку моделите на глобалната локализација и локалната глобализација.

Во овие модели, посебно во првиот модел доминантни се промените во економијата, државното уредување, формите на капиталот, државата, културата, идентитетот, јазикот и медиумите.

Конкретно, за односот на глобалното и локалното во културата, современите процеси имаат тенденција кон глобализирање на локалните култури и вредности. Глобализацијата на културите во локалниот контекст е под директно влијание на интернационалната бизнис-култура, англискиот јазик, масовната култура, глобална потрошувачка култура, глобалната музика, компјутеризацијата, дигитализацијата, како и разновидните медиумски култури. Во таа смисла, процесите на глобализацијата преку своите глобални знаци и пораки, од една страна, доведуваат од збогатување на локалните култури, а од друга страна, кај локалните култури расте стравот и отпорот кон овие процеси.

Тој страв, главно, се должи на мислењето дека локалните култури, поточно, нивниот поглед на светот, вредностите, идентитетот и јазикот се жртви на интензивните процеси на глобализацијата. Покрај тоа, значително се зголемува комуникација меѓу културите со посредство на медиумите, но преку мешањето на различните култури и нивните елементи, локалните култури се наоѓаат во една конфузна состојба. Поради тоа, кај локалните култури, постои истовремено прифаќање како на влијанијата кои нив ги збогатуваат, така и на влијанијата кои преставуваат потенцијална опасност за нив. Затоа, локалните култури градат одбранбени механизми преку кои се обидуваат да ги заштитат сопствените автентични вредности. Тие механизми за заштита на културите се дел од активностите на културната политика. Културната политика, според Глен Џордан и Крис Ведон, е заинтересирана за прашањата: Која култура да биде официјална, а која потчинета? Која историја треба да се запомни, а која да се заборава?, Кои слики на општествениот живот да се проектираат, а кои да се маргинализираат? (Џордан, Ведон 2000:12). Културната политика, условува различен однос кон културите и нивните елементи. Тој однос, често е содржан во перспективите за културата кои се однесуваат на истакнувањето на разликите меѓу културите, нивната конвергенција, хибридизација, глокализација и глобализација.

Република Македонија е земја која се соочува со слични состојби во однос на културата и културните вредности. Од една страна, таа се бори за интегрирање на култури и културни вредности кои егзистираат во нејзините рамки, а, од друга страна, настојува да ги усогласи своите културни вредности во склад со светските вредносни системи.

3. При социолошката анализа на односот на глобалното и локалното во културата, особено внимаваме на македонскиот контекст, кој има исклучително богат материјал за едно вакво социолошко истражување. Република Македонија е земја - пример за етничка и културна разновидност. Поради тоа, таа е земја во која што се мешаат елементите на традиционалното и модерното, на универзалното и партикуларното, на глобалното и локалното.

Податоците кои ги добивме од нашето истражување јасно покажуваат дека културата во Македонија е под силно влијание од процесите на глобализацијата, посебно на тоа влијание се изложени културните идентификатори како што се погледот на светот, вредностите, јазикот и идентитетот. Таа состојба е резултат на неподготвеноста на Македонија, пред сè, институционално да одговори на предизвиците од овие процеси. За таа цел, потребно е соодветните институции да се прилагодат кон овие процеси и понатаму, да развиваат соодветни стратегии за селекција на знаците од глобализацијата и заштита на спецификите на нашиот социо-културен контекст. Како потврда за овие наши размислувања се и сознанијата кои ги добивме од нашето истражување.

Во перцепциите на испитаниците на Република Македонија, глобализацијата е поим за кој тие се информирани, поточно 64,2% одговориле дека се „многу информирани“ за глобализацијата, а, 17,3% „се информирани“ за глобализацијата. Анализата за степенот на информираноста на испитаниците покажа дека возраста има изразено влијание врз степенот на информираност на испитаниците за глобализацијата. Податоците покажаа дека испитаниците колку повеќе се помлади, толку повеќе се информирани за глобализацијата, за разлика од повозрасните испитаници кои изразуваат низок степен на информираност кон овие процеси. Покрај возраста на испитаниците, податоците покажуваат дека образованието, исто така, има важна улога во одредувањето на степенот на информираноста за глобализацијата. Испитаниците кои имаат универзитетско образование и оние со средно образование сметаат дека се информирани за глобализацијата, наспроти испитаниците со основно образование. Во однос на работниот статус, испитаниците кои се вработени сметаат дека се информирани, за разлика од испитаниците кои што се невработени. Во однос на секторот на вработување испитаниците вработени и во државниот и во приватниот сектор идентично одговориле дека се информирани за глобализацијата. Интересно е да

се забележи дека ваков афирмативен однос кај испитаниците постои кога станува збор за личниот став кон глобализацијата. На ова прашање овеќето од испитаниците сметаат дека имаат позитивен однос кон глобализацијата. Во врска со тоа, интересни се податоците кои се однесуваат на возраста на испитаниците. Имено, речиси кај сите возрасни групи доминира позитивниот став за глобализацијата, но тој е најизразен кај испитаниците од возрасните групи до 24 години и до 34 години. За разлика од нив, повозрасните испитаници, покрај тоа што имаат позитивен став кон глобализацијата, покажуваат зголемен негативен личен став кон глобализацијата. Според степенот на образование позитивните оценки за глобализацијата с најизразени кај испитаниците со универзитетско и повисоко образование и испитаниците со средно образование. Испитаниците со основно образование не се наклонети кон ниту еден од ставовите.

Испитаниците глобализацијата најмногу ја идентификуваат како „процес наметнат од страна на моќните земји“. Потоа, веднаш, како „процес на создавање на светско општество“, како „реален процес“ и како „процес на ширење на моќта на мултинационалните компании“. Наспроти нив, за помалку важни ги сметаат концепциите за глобализацијата како „процес на слабеење на националната држава“, „поделба на светското население на глобално богати и локално сиромашни“, „зголемување на зависноста помеѓу државите“, „интеграција на пазарот“, „пренесување на моќта на националните влади на глобалните институции“, „процес насочуван од развојот на комуникациските технологии“, „американизација/ вестернизација“, „интеграција на националните држави“, „ширење на либералниот капитализам“. Концепциите за глобализацијата како „културен империјализам“ и „колонизација“, испитаниците не ги перцепираат како такви.

Прашањата што се однесуваат на присуството на глобализацијата во одделни сегменти од македонското општество, како што се семејството, местото на живеење и во други сфери, открија дека тоа е големо и дека е интензивно нејзиното влијание. Многу е важно да се истакне дека поголемиот број од испитаниците кои имаат универзитетско и повисоко образование, го воочуваат ова присуство. Интересно е да се спомене дека вакви претстави кај испитаниците доминираат во однос на релативно високото присуство на глобализацијата во нивното семејство, како и во нивното место на живеење.

Меѓутоа, поради дескриптивниот карактер на истражувањето и структурата на прашалникот, не е можно прецизно да се утврдат промените кои, испитаниците, ги чувствуваат од глобализацијата како во нивното семејство, така и во местото кадешто живеат.

Во тој контекст, од исклучително значење се оценките на испитаниците за присуството на глобализацијата во одделни сфери во нашето општество. Значителен дел од испитаниците оценуваат дека глобализацијата високо е присутна во сферата на медиумите. Тоа значи дека медиумите се сфера во која што најмногу се забележуваат процесите на глобализацијата, бидејќи се перципираат како канали преку кои директно се пренесуваат различните културни вредности кои секојдневно поттикнуваат кон нови животни избори, коишто понатаму го обликуваат и идентитетот на поединците. При тоа, значајни се податоците за преференциите на испитаниците во однос на изборот на документарни емисии, филмови и серии коишто се и од странско и од домашно производство. Податоците покажуваат дека испитаниците од возрасната група од 15-24 години одговориле дека се заинтересирани кон содржините кои се од странско производство. Испитаниците со основно образование (28,6%) истакнале дека преферираат да гледат документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство. Податоците во однос на работниот статус на испитаниците покажуваат дека оние кои се невработени (23,7%) изјавиле дека се заинтересирани за документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство. Кон овие податоци се надоврзуваат и податоците на испитаниците во однос на тврдењето „познавањето и користењето на интернетот денес е неопходно“. За ова твдење (77,2%) од испитаниците одговориле дека „сосема се согласуваат“ и (14,2%) „делумно се согласуваат“.

При анализирањето на мислењата за регулирањето и контролата на глобализацијата, важно е да се истакне дека тие, во голема мера, се поврзуваат со одговорите на испитаниците кои сметаат дека глобализацијата е процес наметнат од моќните земји. Токму поради тоа, резултатите покажуваат дека значителен дел од испитаниците сметаат дека САД е земја (фактор) којашто најмногу влијае и ги контролира процесите на глобализацијата. Покрај овој фактор, испитаниците изјавиле дека меѓународните институции (НАТО, ММФ, Светска банка, Светска трговска организација), Европската Унија и мултинационалните компании се, исто така, влијателни фактори врз процесите

на глобализацијата. Во рамките на регулирањето и контролата на глобализацијата ги приклучивме прашањата кои се врзани за таа контрола преку англискиот јазик. Во таа смисла, испитаниците (78,7%) сосема се согласуваат со тврдењето „познавањето и користењето на англискиот јазик денес е неопходно“. Исто така, испитаниците (60,7%) сосема се согласуваат со тврдењето „англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската моќ“. Во однос на тврдењето „присуството на англискиот јазик не го загрозува нивниот идентитет“ испитаниците (54,2%) одговориле дека сосема се согласуваат со него. Тоа значи дека испитаниците создаваат слика за постоењето на англискиот јазик како јазик којшто е неопходен во современите општества поради неговата комуникациска функција.

Во однос на ставовите за позитивното влијание на глобализацијата врз одредени феномени, институции и земји, испитаниците различно се согласуваат. Во врска со тоа, испитаниците (61,0%) сосема се согласуваат дека глобализацијата позитивно влијае САД. Тоа влијание испитаниците го оценуваат и врз развиените земји (57,2%) и врз Европската Унија (53,7%). Ова мислење кореспондира со мислењето дека САД е фактор којшто најмногу влијае врз глобализацијата. Меѓутоа, значителен дел од испитаниците, „воопшто не се согласуваат“ дека глобализацијата позитивно влијае врз компаниите во нашето општество и воопшто врз Република Македонија.

При испитувањето на мислењето на испитаниците за социо- економските промени од процесите на глобализацијата, 56,9% од испитаниците сосема се согласуваат со тврдењата: „глобализацијата им овозможува на богатите и моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави“ и дека „глобализацијата влијае врз зголемување на нееднаквостите меѓу државите“ (48,3%). Испитаниците се согласуваат дека „економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата“ и веруваат дека „интензивното присуство на глобализацијата во Република Македонија ќе овозможи отворање нови работни места“. Овие резултати покажуваат дека, и покрај нерамномерното влијание на процесите на глобализацијата, за испитаниците од исклучителна важност е економското интегрирање на Република Македонија.

Анализата на ставовите на испитаниците за промените во културата во Република Македонија, покажа дека испитаниците се свесни за нив. Конкретно, испитаниците оценуваат (57,2%) дека „културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитет“. Во врска со ова значителен дел од испитаниците (49%) се согласуваат со ставот дека „глобализацијата преставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество“. Ваквото мислење на испитаниците, може да се објасни со присуството на ксенофобија или во смислата на Рицер „глобалофобија“ кај испитаниците кон странските земји и институции, кои што директно се врзуваат за процесите на глобализацијата. Испитаниците нив ги перципираат како центри на моќ, кои што ја искористуваат својата позиција и се наметнуваат во нашиот контекст како медијатори за решавање на прашањата како на глобално, така и на локално рамниште. Во тој контекст, одговорите на нашите испитаници може да се објаснат и со „културната траума“ (Младеновски, 2005: 202). Таа траума се јавува како последица од етничкиот конфликт во 2001 година, кој, најповеќе ја трауматизираше нашата култура (Ibidem, 202). Ова размислување е конзистентно со бројни истражувања кај нас, кои се однесуваат на последиците од транзицијата во Република Македонија.

Покрај тоа, важно е да се истакне, дека испитаниците (48,9%) сосема се согласуваат дека глобализацијата овозможува „комбинирање и мешање на различни културни елементи во нашето општество“. Тоа јасно упатува дека испитаниците, и покрај умерената отвореност кон универзалните вредности, покажуваат подготвеност за интегрирање на глобалните и локалните елементи во нивната култура. Тие тенденции кон интегрирање го потврдуваат заемното испреплетено делување на глобалното и локалното во културата на Република Македонија.

Истражувањето, ја потврди претпоставката дека учесниците во анкетното истражување, сметаат дека присуството на процесите на глобализацијата во Република Македонија, во голема мерка, влијае врз македонската култура, јазикот и писмото во јавните натписи и фирми и врз перцепциите на локалното население.

Присуството на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик (84,5%) од испитаниците го забележале, а пак, (12,2%) не го забележале тоа

присуство. Исто така, најголем дел од испитаниците за себе изјавуваат дека немаат проблеми во однос на разбирањето на значењето на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Меѓутоа, анализата, покажа дека сепак дел од испитаниците имаат проблеми кои се врзани за јавните натписи и фирми напишани на странски јазик. Овие проблеми ги имаат испитаниците (59,6%) од возрасната група над 55 години, потоа испитаниците со основно образование невработените и вработените во приватниот сектор (32,9%).

Податоците за ставовите на испитаниците за појавата на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик, покажуваат дека испитаниците 55,5% имаат негативен став кон нив, а 45,% од нив имаат позитивен став кон овој вид на натписи. Негативното мислење доминира кај испитаниците од возрасната група над 55 години (74,3%), а позитивното мислење доминира кај испитаниците од возрасните групи до 34 години (57,0%) и до 24 години (55,6%).

Податоците од анкетното истражување, за ставовите на испитаниците во врска со појавата на јавните натписи и фирми напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина), покажуваат дека испитаниците (86,9%) имаат позитивен став кон нив. Општо земено, нема некои големи разлики во мислењето на испитаниците според нивните социо-демографски белези, според социокултурниот контекст како и според нивниот социјален статус.

Мислењата на испитаниците, за статусот на македонскиот јазик во вкупната јазична структура во Република Македонија, се поделени. Испитаниците (51,1%) оцениле дека македонскиот јазик не е доведен во опасност во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина). Тоа мислење го делат испитаниците од возрасната група до 24 години, потоа испитаниците кои припаѓаат на источниот регион и испитаниците со средно образование. Меѓутоа, не се за занемарување и податоците кои што го говорат спротивното. Конкретно, испитаниците кои сметаат дека македонскиот јазик е во опасност се оние од возрасната група над 55 години, испитаниците од југоисточниот регион и испитаниците со основно образование.

Истакнувањето на значењето на македонскиот јазик е присутно и во одговорите на испитаниците во однос на имињата на институциите, јавните објекти и улиците во Република Македонија. Половината од испитаниците

оценуваат дека тие треба да бидат напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина). Тоа мислење е најизразено кај испитаниците од возрастната група над 55 години. Испитаниците од возрастната група од 25-34 години изјавуваат дека имињата на институциите, јавните објекти и улиците потребно е да бидат напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) и на странски јазик.

Меѓутоа, состојбата во која што се наоѓа македонскиот јазик, а преку него и македонската култура во јавното комуницирање е многу посложена. За таа состојба, говорат податоците кои ги добивме од анализата на јавните натписи и фирми во центарот на градот Скопје. Градот Скопје во нашето истражување го зедовме како парадигма, за целокупната состојба во која се наоѓаат македонскиот јазик и култура во Република Македонија. Во тој контекст, важно е да се истакне дека се потврдија нашите поединечни претпоставки дека низ јавните натписи и фирми се повеќе е застапен странскиот јазик отколку мајчиниот јазик и низ јавните натписи и фирми е почесто застапено латиничното писмо отколку кириличното писмо. Тоа го потврдија податоците кои упатуваа на зачестената употреба на англискиот јазик и латиничното писмо низ јавните натписи и фирми. Во тој контекст, интересно е да ги споменеме и тенденциите кон глокализација. Тие тенденции кон глокализација се забележуваат како во употребата на јазикот, така и во употребата на писмото. Низ јавните натписи и фирми, тие се забележуваат преку истовремената употреба како на македонскиот јазик и кириличното писмо, така и на англискиот јазик и латиничното писмо.

Блиски се и сознанијата кои ги добивме од разговорите со експертите за состојбата на македонскиот јазик и култура. Тие, мошне критички се спротивставуваат кон процесите на глобализацијата и нивното влијание врз македонскиот јазик и писмо. Општо земено, според нив процесите на глобализацијата, главно преку наметнувањето и доминацијата на англискиот јазик и латиничното писмо го доведуваат во опасност нашиот стандарден јазик и писмо. Тие глобални тенденции во нашиот јазик и писмо, се видливи преку честата употреба на англиските изрази во јавното комуницирање како и директно заменување на зборови од македонскиот јазик со зборови од англискиот јазик. Поради тоа, тие истакнуваат дека е неопходно современата

јазична политика во нашето општество да се иновира, за да може да одговори на предизвиците од процесите на глобализацијата.

Резултатите од фактор анализата ги потврдуваат овие наши согледувања. Таа ги покажа факторите, поточно димензиите на глобалното и локалното во културата во Република Македонија. За целите на оваа анализа се изделија седумнаесет фактори кои најманифестно го димензионираат тој однос. Првиот фактор се однесува на *комуникациски и дигитални технологии, кои што ги поттикнуваат интеракциите меѓу глобалното и локалното во културата во Република Македонија*; вториот фактор се однесува на *поларизација и стратификација на богати и сиромашни земји на економски, политички и културен план*; третиот фактор се однесува на *големи распространети светски индустриски пазари кои влијаат на локалните култури, идентитетите и животните стилови*; четвртиот фактор се однесува на *релативно високо присуство на глобализацијата во економијата, финансиското работење и политиката во Република Македонија*; петиот фактор се однесува на *релативно високо присуство на глобализацијата во модните трендови во облеката, а нешто пониско во сферата на образованието*; шестиот фактор се однесува на *земји лидери на економски, политички и финансиски план во светот, кои што се наметнуваат како фактори за решавање на внатрешните проблемите во локалните социокултурни контексти*; седмиот фактор се однесува на *процесите на глобализацијата овозможуваат плурални идентитети, кои ќе овозможат интегрирање на глобалните и локалните елементи на културата во единствен културен модел во Република Македонија*; осмиот фактор се однесува на *состојбата и статусот на македонскиот јазик во услови на глобализација*; деветтиот фактор се однесува на *интернетот и англискиот јазик во македонската култура како белези на глобализацијата во неа*; десеттиот фактор се однесува на *културите во Република Македонија настојуваат да ја зачуваат својата дистинктивност*; единаесеттиот фактор се однесува на *медиумите како фактор на глобализациските процеси во културата во Република Македонија*; дванаесеттиот фактор се однесува на *глобализирање на културата во Република Македонија*; тринаесеттиот фактор се однесува на *економскиот напредок на Република Македонија зависи од нејзината отвореност кон светските современи процеси, кои главно не преставуваат закана за*

идентитет; четринаесеттиот фактор се однесува на Република Македонија земја со релативно слабо влијание врз глобализацијата, која што, својата моќ ја манифестира преку англискиот јазик кој во светот се наметна поради неговата функционалност; петнаесеттиот фактор се однесува на македонскиот јазик како културен идентификатор на културата и идентитетот во Република Македонија; шеснаесеттиот фактор се однесува на глобализацијата во македонската култура води кон уривање на границите и поделбите меѓу различните култури и поттикнува на нивна заемна интеракција и седумнаесеттиот фактор се однесува на изборот на документарни емисии, филмови и серији во македонската култура го најавуваат присуството на процесите на глобализацијата од кои што непосредно се развиваат процесите на глокализација.

Општо земено, податоците кои ги добивме од нашето истражување, упатуваат на заклучокот дека испитаниците ги препознаваат процесите на глобализацијата во нашата култура, иако со одредена доза на резервираност и отпор кон нив. Генерално, од нивните одговори се потврди и нашата општа претпоставка којашто ја поставивме во нашиов труд, но, со забелешка дека социо демографските фактори немаат подеднакво влијание врз перцепциите и промените во мислењето на локалното население за присуството на глобализацијата во македонската култура и воопшто за глобализацијата во поширок контекст. Сепак, испитаниците покажуваат свест за глобализацијата како неизбежен процес кој што го поврзува светот во една целина, во која што се izdelуваат односите меѓу глобалното и локалното како на економски, политички и културен план. На културен план тој однос е изграден врз основа на совладувањето на верските и расните предрасуди, како и на етничките нетрпеливости, кои што се длабоко присутни во поголем дел од светот.

Затоа, адаптацијата на локалните општества и култури кон новото време станува неминовност. Светот се повеќе се интегрира како еден „мозаик“ кој се состои од различни социокултурни реалности, вклучувајќи ја и Република Македонија.

4. Од добиените резултати, можеме да заклучиме дека и покрај тоа што тие ја поддржуваат тестираната хипотеза, тие се ограничени на одредена популација. Поради тие недостатоци, наодите од истражувањето, исклучиво се однесуваат само на примерокот на кој се изведени заклучоците.

Овој проблем заслужува и понатаму да се анализира и да се истражува и, при тоа, да се земаат предвид сите ограничувања коишто произлегоа од ова истражување. Идните истражувања, во овој контекст, треба се движат во насока на развивање и иновирање на теориски и методолошки пристапи, преку кои понатаму ќе се анализира ова комплексно и широко истражувачко прашање.

БИБЛИОГРАФИЈА

- Adorno, Theodor. 2001. *The Culture Industry*. London: Routledge.
- Albrow, Martin, King, Elizabeth eds., 1990. *Globalization, Knowledge and Society*. London: SAGE Publications Ltd.
- Albrow, Martin. 1996. *Global Age State and Society Beyond Modernity*. Oxford: Polity Press.
- Archer, Kevin, Bosman, Martin, Amen, M.Mark, Schmidt, Ella eds., 2008. *Cultures Of Globalization: Coherence, Hybridity, Contestation (rethinking globalization)*. London: Routledge.
- Arendt, Hannah.1993. *Between Past and Future*. New York: PENGUIN BOOKS.
- Arts, Lee, Kamalipour.R. Hahya eds., 2003. *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. New York: State University of New York Press.
- Appadurai, Arjun.1990. "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy". Vo M. Featherstone, ed., *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: SAGE Publications, 295 – 311.
- Appadurai, Arjun ed.2001.*Globalization*. Duke University Press.
- Apaduraj, Ardžun. 2008. *Strah od malih brojeva*. Beograd: Biblioteka XX vek
- Bal, Francis.1999. *Moć medija*. Beograd: Clio.
- Bauman, Zygmunt.1998. *Globalization. The Human Consequences*. New York: Columbia University Press.
- Bek, Ulrich. 2000. "The Cosmopolitan Perspective. On the Sociology of the Second Age of Modernity". *British Journal of Sociology* 51: 79- 105.
- Bek, Ulrich, Sznajder, Natan, Winter, Rainer eds., 2003. *Global Amerika? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press.
- Бек,Урлих. 2003а. *Што е глобализација?*. Скопје:Тера Магика.
- Benjamin R, Barber. 1996. *Jihad vs.McWorld*. New York: Ballantine Books.
- Berger, Piter, 1997. "Four Faces of Global Culture". *Nacional internet* 49: 23-29.
- Berger, Peter, and Huntington, Samuel.eds., 2002. *Many Globalizations: Cultural Diversity in tne Contemporary World*. New York: Oxford University Press.
- Berger, Peter, 2002. "The Cultural Dynamics of Globalization". Vo: Peter Berger and Samuel Huntington. Eds., *Many Globalizations: Cultural Diversity in tne Contemporary World*. New York: Oxford University Press: 1-16.
- Бешка, Петровска, Виолета. *Анкетирање*. Скопје: Филозофски факултет.

- Бодријар, Жан. 2001. *Симулакруми и симулација*. Скопје: МАГОР
- Bourdieu, Pierre. 1998. “Le Mythe de la „Mondialisation” et l’ Etat Social Européen”. Paris. Contre-Feux, 34-50.
- Bryman, Alan. 2008. *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Бугарски, Ранко. 2001. *Јазуци*. Скопје: Еин- Соф.
- Bugariski, Ranko. 2005. *Jezik i kultura*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy*. New York: Oxford University Press.
- Castells, Manuel. 2002. *Моќ идентитета*. Zagreb: Golden marketing.
- Кастелс, Мануел. 2005. *Подомот на мрежното општество*. Скопје: АЛЕФ.
- Cirn, Mihael. 2003. *Upravljanje sa one strane nacionalne države*. Beograd: Filip Višnjić.
- Cvetkovich, Ann, Kellner, Douglas eds., 1997. *Articulating the Global and the Local*. Colorado: Westview Press.
- Dunn –Chase, Christopher. 2002. “Globalization: A World –Systems Perspective Reflecting on Some Non- Rhetorical Questions“. Vo Gerhald Preyer, Mathias Bos eds., *Borderlines in a Globalized World*. Bordrecht. Klumer Academic Publishers, 13-34.
- Durham, Meenakshi, Kellner, Douglas eds., 2006. *Media and Cultural Studies: keywords*. Oxford: Blackwell.
- Featherstone, Mike ed., 1990. *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: SAGE Publications.
- Fishman, Joshua. 2006. *Do Not Leave Your Language Alone: The Hidden Status Agendas within Corpus Planning in Language Policy*. New Jerse: Lawrence Erlbaum Associates.
- Flew, Terry. 2007. *Understanding Global Media*. Hempshire: PALGRAVE MACMILLAN.
- Fukujama, Frensis. 1997. *Sudar kultura*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Friedman, Jonathan. 1994. *Cultural Identity and Global Process*. London: SAGE Publications.
- Фридман, Томас. 2003. *Лексусот и маслиновото дрво*. Скопје: Тера Магика.
- Gidens, Entoni. 1998. *Posledice modernosti*. Beograd: Filip Višnjić.

- Giddens, Anthony. 2000. "The Globalizing of Modernity". Vo David Held, Anthony McGrew, eds., *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity Press, 92-108.
- Giddens, Anthony. 2001. *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Гиденс, Ентони. 2003. *Забеган свет*. Скопје: Филозофски факултет.
- Gilpin, Robert, 2001. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. New Jersey: Princeton University Press.
- Hall, Stuart, Held, David. Thompson, Kenneth. Eds., 2004. *Modernity: An Introduction to Modern Societies*. Blackwell Publishing Ltd.
- Hannerz, Ulf. 1992. *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*. New York: Columbia University Press.
- Hannerz, Ulf. 1996. *Transnational Connections: Culture, People, Places*. London: Routledge.
- Harinson, Lorens, Hantington, Samjuel eds., 2004. *Kultura je važna*. Београд: ПЛІАТО.
- Hassan, Robert ed., 2004. *Media, Politics and the Network Society*. Berkshire: Open University Press.
- Held, Dejvid. 1997. *Demokratija i globalni poredak, od nacionalne drzave ka kosmopolitske vladavine*. Beograd: Filip Visnić.
- Held, David., McGrew, Anthony., Golgblatt, David., and Perraton, Jonathan. 1999. *Global Transformations: Politics, Economic and Culture*. Stanford: Stanford University Press.
- Held, David., McGrew, Anthony eds., 2000. *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity Press.
- Held, David., McGrew. 2000. "The Great Globalization Debate: An introduction". Vo David Held, Anthony McGrew, eds., *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity Press, 1- 48.
- Held, David, McGrew eds., 2007. *Globalization Theory: Approaches and Controversies*. Cambridge: Polity.
- Herman, S. Edvard, Mancesni, V. Robert. 2004. *Globalni mediji*. Beograd: Clio.
- Hirst, Paul., Grahame, Thompson. 1999. *Globalization in Question*. Cambridge: Polity Press.

- Hirst, Paul.,Grahame, Thompson. 2000. "Globalization- A Necessary Myth?". Vo David Held, Anthony McGrew, eds., *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity Press, 68- 75.
- Huntington, Samuel.1996. *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: Simon & Schuster.
- Ilić, Miloš.1974. *Sociologija kulture i umetnosti*. Beograd: Naučna Knjiga.
- Jacoby, Russell, 2002. *Kraj utopije: politika i kultura u doba apatije*. Beograd: Beogradski krug.
- Jenkins, Richard.1996. *Social Identity*. New York: Routledge.
- Jenks, Chris. 1993. *Culture*. New York: Routledge.
- Jespersen, Otto.1970.*Čovječanstvo, narod i pojedinac sa lingvističkog stanovišta*. Sarajevo: Zavod za izdavanje udžbenika.
- Џордан, Глен и Ведон, Крис.2000. *Културна политика*. Скопје: ТЕМПЛУМ.
- Kale, Eduard.1977.*Uvod u znanosti o kulturi*. Zagreb: Školska knjiga.
- Kelner, Daglas. 2004. *Medijska kultura*. Beograd: Clio.
- Khondker, Haque, Habibul. 2004. „Glocalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept”. *Bangladesh e-Jurnal of Sociology* 1(2): 12-20.
- Klein, Naomi. 2001. *No Logo*. London: Flamingo.
- Коковић, Драган. 1997. *Пукотине културе*. Прометеј: Нови Сад.
- Корубин, Јован. 2005. *Социолошки теми за јазикот*. Скопје: Филозофски факултет.
- Lechner, Frank, Boli John, eds., 2004. *The Globalization Reader*. Blakwell Publishing.
- Lechner, Frank. 2009. *Globalization: The Making of World Society*. West Sussex.WILEY- BLACKWELL.
- Lewis. M, Paul, ed., 2009. *Ethnologue: Languages of the World*, Sixteen edition. Dallas: SIL International.
- Ljosa, Vargas, Mario.2003. "Kultura slobode". Vo Olja Nušić, Dušan Veličković, eds., *Glokalni svet*. Beograd: Alexandria Press, 99-111.
- Lorimer, Rolend.1990. *Masovne komunikacije*. Beograd: Clio.
- Малиновски, Бронислав.1971. *Магија, наука, религија*. Београд: Просвета.
- Малуф. Амин. 2001. *Погубни идентитети*. Скопје: Матица Македонска.
- Martell, Luke. 2010. *Sociology of Globalization*. Cambridge: Polity Press.
- Mazlish, Bruce. 2005. "The Global and the Local". *Current Sociology* 53(1): 93-113.

- McLuhan, Marshall. 2006. "The Medium is the Message". Vo Meenakshi Durham, Douglas Kellner, eds., *Media and Cultural Studies: Keywords*. Oxford: Blackwell, 107-117.
- McPhail, L.Thomas. 2006.*Global Communication*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- McPhail, L.Thomas. 2010.*Global Communication*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- McQuail, Denis.2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
- Младеновски, Ѓорѓе. 1998. „Културниот фактор и општествената трансформација: нови теоретски перспективи“. *Годишен зборник* 25(51): 243-251.
- Младеновски, Ѓорѓе.2005. *Антрополошки огледи*. Скопје: АЗ- БУКИ.
- Mlinar, Zdravko. 1997. *Globalization as a Research Agenda*. Colchester: University of Essex.
- Morin, Edgar.1983. *Kako izaći iz XX stoleća*. Zagreb: Globus.
- Nachmais, Frankford.Chava and Nachmais, David.1996. *Research Methods in the Social Science*. New York: St.Martin's Press.
- Nash, Kate. 2000. *Contemporary Political Sociology: Globalization, Politics and Power*. Oxford: Blackwell.
- Nušiĉ, Olja i Velickovic, Dusan eds., 2003. *Glocalni svet*. Beograd: Alexandria Press srpska politicka misao.
- Ohmae, Kenichi. 1995. *The End of the Nation State*. New York: Free Press.
- Петковска, Антоанела.2009. *Есеи од социологијата на културата*. Скопје: АЗ-БУКИ.
- Pieterse Nedeerven, Jan. 2009. *Globalization and Culture: Global Mélage*. Lanhan: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
- Rantanen, Terhi.2005. *The Media and Globalization*. London: SAGE Publications.
- Rheingold, Howard.1993. *The Virtual Community Homesteading on the Electronic Frontier*. ADDISON- WESLEY.
- Ritzer, George, Smart, Barry, eds., 2001. *Handbook of Social Theory*. London: SAGE Publications.
- Ritzer, George. 2003. *The Globalization of Nothing*. London: SAGE Publications.
- Ritzer, George. 2007. *The Globalization of Nothing 2*. London: SAGE Publications.
- Ritzer, George. 2009. *Globalization: A Basic Text*. WILEY- BLACKWELL.

- Ritzer, George ed., 2010. *McDonaldization: The Reader*. London: SAGE Publications.
- Ritzer, George. 2011. *Globalization: The Essentials*. WILEY- BLACKWELL.
- Robertson, Ronald. 1990. „Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept”. Vo Featherstone, Mike ed., *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: SAGE Publications, 15-31.
- Robertson, Ronald. 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: SAGE Publications.
- Robertson, Ronald. 1995. „Glocalization: Time- Space and Homogeneity-Heterogeneity”. Vo Mike, Featherstone, Skot, Lash, and Ronald Robertson eds., *Global Modernities*. London: SAGE Publications.
- Robertson, Ronald. 2001. “Globalization Theory 2000+: Major Problematics”. Vo George Ritzer, Barry Smart eds., *Handbook of Social Theory*. London: SAGE Publications.
- Robins, Kevin. 1996. *Into the Image: Culture and Politics in the Field of Vision*. London: ROUTLEDGE.
- Robins, Kevin, Webster, Frank. 1999. *Times of the Technoculture*. London: ROUTLEDGE.
- Roger, Arnold. 2008. *Macroeconomics*. Mason: South- Western Cengage learning.
- Roudometof, Victor. 2005. “Transnationalism, Cosmopolitanism and Glocalization”. *Current Sociology* 53(1): 113-141.
- Сантос, Боавентура де Соза. 2003. „Процесите на глобализацијата”. *Маргина за интеграции и различности* 60: 15-86.
- Sapir, Edvard. 1992. *Jezik*. Novi Sad. Matica Srpska.
- Sapir, Edvard. 1993. *Ogledi iz kulturne antropologije*. Novi Sad. Matica Srpska.
- Sassen, Saskia. 2001. *The Global City: New York, London, Tokyo*. New Jersey: Princeton University Press.
- Sassen, Saskia. 2007. *A Sociology of Globalization*. New York: W.W. Norton & Company.
- Schuerkens, Ulrike. 2003. “The Sociological and Anthropological Study of Globalization and Localization”. *Current Sociology* 51(3/4): 209-220.
- Sklair, Leslie, 1999. “Competing Conceptions of Globalization”. *Journal of world-system research* 2: 143- 163.

- Smith, D. Anthony. 1998. *Nationalism and Modernism: A Critical Survey of Recent Theories of Nations and Nationalism*. London: ROUTLEDGE.
- Soros, Džordž. 2001. *O globalizaciji*. Beograd: SAMIZDAT.
- Steger, B. Manfred. 2009. *Globalization*. New York: Sterling Publishing.
- Stiglic, Džozef. 2004. *Protivrečnosti globalizacije*. Beograd: SBM-x.
- Stiglitz, Joseph. 2005. "The Overselling of Globalization". Vo Mishael M. Weinstein, ed., *Globalization- What's New?*. New York: Columbia University Press, 228-262.
- Thompson, John. 2000. "The Globalization of Communication". Vo David Held, Anthony McGrew, eds., *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity Press, 202- 215.
- Томас, Фридман. 2003. *Лексусот и маслиновото дрво*. Скопје: Матица Македонска.
- Tomlinson, John. 1999. *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Tomlinson, John. 2001. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London: Continuum.
- Tomlinson, John. 2007. „Globalization and Cultural Analysis“. Vo David Held, Anthony McGrew, eds., *Globalization Theory: Approaches and Controversies*. Cambridge: Polity.
- Вилијамс, Рејмонд. 1996. *Културата*. Скопје: Култура.
- Virilio, Paul. 2000. *The Information Bomb*. London: Verso.
- Вотерс, Малком. 2003. *Глобализација*. Скопје: Институт за демократија, солидарност и цивилно општество.
- Wallerstein, Immanuel. 1986. *Suvremeni svjetski sistem*. Zagreb: Cekade.
- Woolger, Steve ed., 2002. *Virtual Society?: Tehnology, Cuberbole, reality*. New York: Oxford University Press.
- Woolger, Steve, 2002. "Five Rules of Virtuality". Vo: Steve Woolger, ed., *Virtual Society?: Tehnology, Cuberbole, Reality*. New York: Oxford University Press, 1-22.
- Шолте, Арт Јан. 2008. *Глобализација*. Скопје: Академски печат.

Посебни извори:

- Закон за употреба на македонскиот јазик (Службен весник на РМ бр.5/98 од 30.01.1998 година).
- Закон за трговски друштва, (Службен весник на РМ бр.28/ 04 од 30.04.2004 година).

ПРИЛОЗИ

ПРИЛОГ 1: Структура на анкетниот прашалник

АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК

Односот на глобалното и локалното во културата: случајот на Република Македонија

Почитувани,

Основната цел на ова истражување е да го истражи односот на глобалното и локалното, да ги идентификува знаците преку кои глобалното е присутно во локалното, како и ставовите на македонските граѓани во врска со овие процеси. Ќе испитаме околу 670 граѓани во неколку градови во Република Македонија. За таа цел, би сакале да Ви поставиме прашања во врска со глобализацијата и Вашето мислење за неа. За секое прашање има понудени одговори. Ваша задача е внимателно да го прочитате секое прашање и неговите можни одговори и да го заокружите бројот или броевите пред оној одговор со кој најмногу се согласувате или најдобро го претставува Вашето мислење.

Сите информации ќе се третираат целосно анонимно и ќе бидат искористени во научни цели. Ви благодариме

Дел А: Општи карактеристики на испитаникот/ците

1. Место на живеење

1. град (впиши кој) 2. село (впиши кое)

2. Пол: 1. машки 2. женски

3. Возраст (впиши години)

4. Степен на образование

1. основно
2. средно
3. вишо
4. високо
5. магистратура и докторат

5. Работен статус

1. вработен/а
2. невработен/а
3. домаќинка
4. пензионер/пензионерка
5. студент

6. Сектор на вработување

1. државен
2. приватен
3. вработен/а во меѓународни компании
4. вработен/а во меѓународни организации

5. друго _____

- (на ова прашање одговараат само оние испитаници кои на претходното прашање одговориле со модалитетот 1)

7. Етничка припадност

1. македонска
2. албанска
3. турска
4. ромска
5. српска
6. бошњачка
7. друго _____

8. Вероисповед

1. христијанска -праславна
2. христијанска- католичка
3. христијански други
4. исламска
5. атеист
6. друга _____

Дел Б: Вашиот однос кон глобализацијата

9. Во колкав степен сметате дека сте информирани за глобализацијата?

1. многу сум информиран/а
2. сум информиран/а
3. не сум информиран/а
4. воопшто не сум информиран/а

10. Како би го опишале Вашиот личен став кон глобализацијата:

1. позитивен
2. негативен

11. Што според Вас, претставува глобализацијата? (запишете 4 избори)

1. процес наметнат од моќните земји (проект)
2. реален процес (ненаметнат, историски)
3. процес на слабеење на националната држава
4. интеграција на националните држави
5. процес на создавање на светско општество
6. зголемување на меѓузависноста меѓу државите
7. процес на ширење на моќта на мултинационалните компании
8. ширење на либералниот капитализам
9. пренесување на моќта на националните влади на глобалните институции
10. интеграција на пазарот
11. колонизација
12. американизација / вестернизација/ мекдоналдизација
13. културен империјализам
14. поделба на светското население на глобално богати и локално сиромашни
15. процес насочуван од развојот на комуникациските технологии
16. друго _____ (не читај)

Дел В: Влијанието на глобализацијата врз Вас и вашата средина на живеење

12. Дали сметате дека глобализацијата има влијание врз Вашето семејство?

1. има
2. нема
3. не знам – (не читај)

13. Што мислите, колку се забележува глобализацијата во Вашето место на живеење, поточно во Вашиот град? (1 избор)

1. многу се забележува
2. се забележува
3. немам мислење
4. не се забележува
5. воопшто не се забележува

14. Глобализацијата е присутна во бројни сфери во Република Македонија. Ве молиме, за наведените сфери да го заокружите соодветниот број од 1 до 5 според присуството на глобализацијата во нив.

| Сфери | 1. Многу големо присуство | 2. Големо присуство | 3. Умерено присуство | 4. Мало присуство | 5. Нема присуство |
|--------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------|----------------------|-------------------|-------------------|
| 1. Економија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Финансиско работење | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Политика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Мода (следење на модни трендови) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Облека (парчиња на облека од познати светски имиња) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Храна и пијалаци | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Јазик | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Техника | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Музика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Уметност | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Медиуми | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Образование | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

15. Постојат многу фактори кои влијаат врз процесите на глобализацијата. Ве молиме за секој од наведените фактори да го заокружите соодветниот број од 1 до 5 според влијанието што го имаат врз глобализацијата.

| Фактори | 1. Многу големо влијание | 2. Големо влијание | 3. Умерено влијание | 4. Мало влијание | 5. Воопшто нема влијание |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| 1. Меѓународните институции (НАТО, ММФ, Светска банка, Светска трговска организација) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| 2. Националните влади | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|
| 3. Мултинационалните компании | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|
| 4. САД | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|---|
| 5. Европската Унија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| 6. Јапонија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------|---|---|---|---|---|
| 7. Кина | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|
| 8. Русија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|
| 9. Индија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| 10. Република Македонија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|---|---|---|---|---|

Пред Вас, се наоѓаат тврдења во врска со глобализацијата и нејзиното присуство во секојдневното живеење. Во зависност од тоа колку секое од тврдењата се однесува на Вас, заокружете го соодветниот број од 1 до 5.

| | 1. Сосема се согласувам | 2. Делумно се согласувам | 3. Не можам да се определам | 4. Делумно не се согласувам | 5. Воопшто не се согласувам |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 16. Познавањето и користењето на англискиот јазик денес е неопходно | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 17. Англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската економска моќ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 18. Присуството на англискиот јазик во вашата средина не го загрозува вашиот идентитет | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 19. Масовните медиуми ни овозможуваат да се запознаеме со различни културни вредности и идентитети | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 20. Присуството на странските кабловски ТВ-каналы во секојдневното живеење поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 21. Денес познавањето и користењето на интернетот е неопходно | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

22. Какви документарни емисии, филмови и серии сакате да гледате на телевизија, DVD, интернет и слично?

1. документарни емисии, филмови и серии кои се од странско производство
2. документарни емисии, филмови и серии кои се од домашно производство
3. документарни емисии, филмови и серии кои се и од странско и од домашно производство

23. Дали сте согледале дека во вашето местото на живеење има јавни натписи и фирми кои се испишани на странски јазик? (да не е македонски јазик или, пак, еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина).

1. има
2. нема
3. не можам да оценам

24. Дали јавните натписи и фирми напишани на странски јазик, Ви создаваат проблеми во однос на разбирањето на нивното значење?

1. да
2. не

25. Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми во Вашата средина напишани на странски јазик е:

(не се однесува на македонскиот јазик или, пак, на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина)

1. позитивен
2. негативен

26. Вашиот став кон појавата на јавни натписи и фирми во Вашата средина напишани на македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат) е :

1. позитивен
2. негативен

27. Дали мислите дека македонскиот јазик е загрозен во вашата средина во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик? (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина).

1. да
2. не

28. Дали се согласувате имињата на институциите, јавните објекти и улиците во вашата средина да бидат напишани на:

1. македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина)
2. македонски јазик (или на еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина) и на странски јазик
3. странски јазик

Дел Г: Последици од глобализацијата

Во продолжение ќе следуваат тврдења за глобализацијата и нејзиното позитивно влијание врз наведените феномени и институции? За таа цел, Ве молиме да го заокружите соодветниот број од 1 до 5.

Ве молиме да одговорите на сите прашања.

| | 1. Сосема се согласувам | 2. Делумно се согласувам | 3. Не можам да се определам | 4. Делумно не се согласувам | 5. Воопшто не се согласувам |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 29. Глобализацијата има позитивно влијание врз меѓународната трговија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. Глобализацијата има позитивно влијание врз меѓународните институции (НАТО, ММФ, Светска банка, Светска трговска организација) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31. Глобализацијата има позитивно влијание врз финансиските моќници | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. Глобализацијата има позитивно влијание врз компаниите на локално ниво | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. Глобализацијата има позитивно влијание врз мултинационалните компании | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 34. Глобализацијата има позитивно влијание врз земјите во развој | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 35. Глобализацијата има позитивно влијание врз развиените земји | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|----------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 36. Глобализацијата има позитивно влијание врз САД | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 37. Глобализацијата има позитивно влијание врз Европска Унија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 38. Глобализацијата има позитивно влијание врз Јапонија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 39. Глобализацијата има позитивно влијание врз Република Македонија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

Во колкав степен се согласувате дека наведените форми на организација со своите активности ќе придонесат да имаат позитивно влијание врз глобализацијата? Ве молиме да го изберете соодветниот број од 1 до 5.

Ве молиме да одговорите на сите прашања.

| Форми на организација | 1. Сосема се согласувам | 2. Делумно се согласувам | 3. Не можам да се определам | 4. Делумно не се согласувам | 5. Воопшто не се согласувам |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 40. Анти- глобалистичките движења имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 41. Меѓународните институции (НАТО, ММФ, Светска банка, Светска трговска организација) имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 42. Финансиски моќници имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 43. Националните влади имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 44. Мултинационалните компании имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 45. Синдикатите имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46. Политичките партии имаат позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47. САД има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 48. Европска Унија има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 49. Јапонија има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50. Кина има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 51. Русија има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 52. Индија има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 53. Република Македонија има позитивно влијание врз глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Во продолжение следуваат тврдења за промените и состојбите воопшто во светот, а посебно во културата и културните вредности во нашето општество кои се јавуваат како последица од процесите на глобализацијата. Во зависност од тоа колку секое од тврдењата се однесува на Вас, заокружете го соодветниот број од 1 до 5.

Ве молиме да одговорите на сите прашања.

| | 1. Сосема се согласувам | 2. Делумно се согласувам | 3. Не можам да се определам | 4. Делумно не се согласувам | 5. Воопшто не се согласувам |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 54. Глобализацијата влијае врз зголемување на нееднаквостите меѓу државите | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 55. Глобализацијата им овозможува на богатите и моќните држави да ги искористуваат сиромашните и слабите држави | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 56. Глобализацијата ја уништува животната средина | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 57. Глобализацијата овозможува квалитет на јавните услуги | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 58. Глобализацијата преставува закана за традиционалните културни вредности во нашето општество | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 59. Глобализацијата е насочена кон зголемување на границите и поделбите меѓу различни култури | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 60. Глобализацијата овозможува комбинирање и мешање на различни културни елементи во нашето општество | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 61. Глобализацијата доведува до промени во културата и културните вредности во нашето општество | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 62. Глобализацијата ја заменува култура во нашето општество со глобалната култура | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 63. Постоенето на глобалната и локалната култура во нашето општество е значајно за создавање нови културни модели | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 64. Културите во нашето општество имаат отпор кон глобалните култури и вредности | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 65. Културите во нашето општество се борат да ги зачуваат своите културни вредности и идентитети | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 66. Глобализацијата ја поттикнува светската сиромаштија | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 67. Глобализацијата ја слабеа моќта на националните држави | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 68. Глобализацијата е барање за почитување на универзалните човекови права | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 69. Поединците не мораат да градат идентитети кои се темелат на местото во кое живеат, туку може да изберат мноштво различни идентитети | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 70. Глобализацијата во нашето општество ја зајакнува културата и локалниот идентитет | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 71. Економскиот раст на Република Македонија е условен од глобализацијата | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 72. Интензивното присуство на глобализацијата во Република Македонија ќе овозможи отворање на нови работни места | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Забелешки

ПРИЛОГ 2: Пример за една картичка

Број на фиша: 55

Име на натпис: ГАРДЕН КАФЕ -GARDEN KAFE

Стопанска дејност: угостителство

Јазик: македонски и англиски

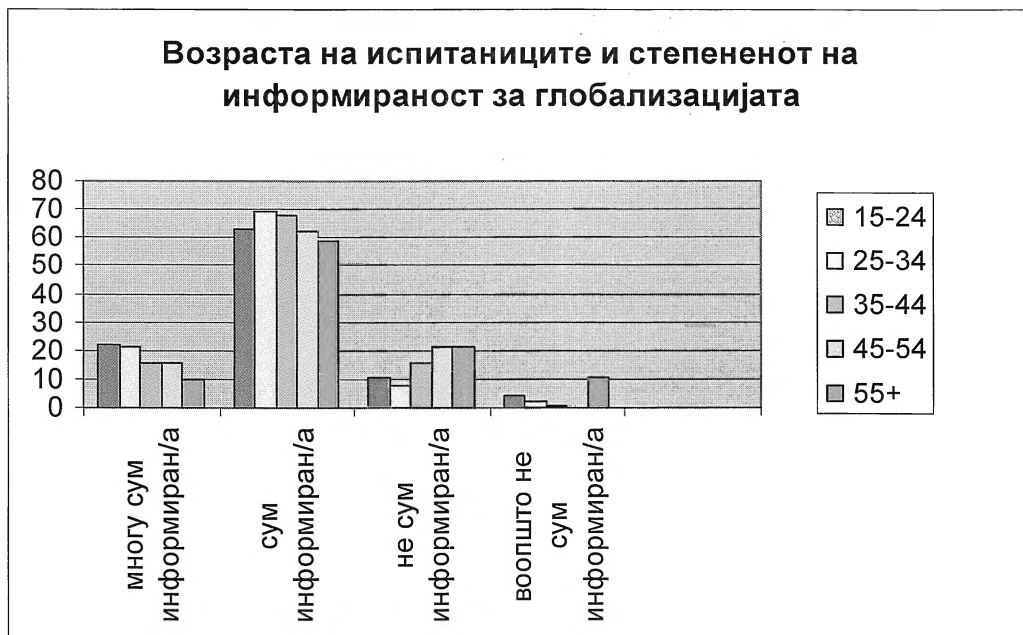
Писмо: кирилица и латиница

СЛИКИ

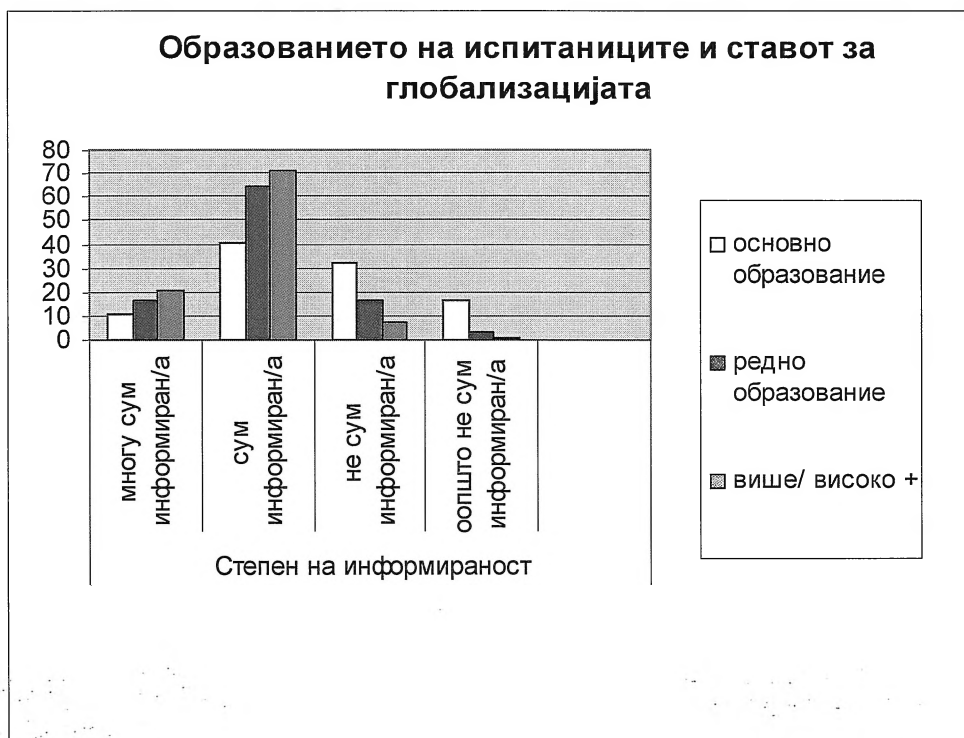
Слика 1: Степен на информираност на испитаниците за глобализацијата



Слика 2: Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и степенот на информираност



Слика 3: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и степенот на информираност за глобализацијата



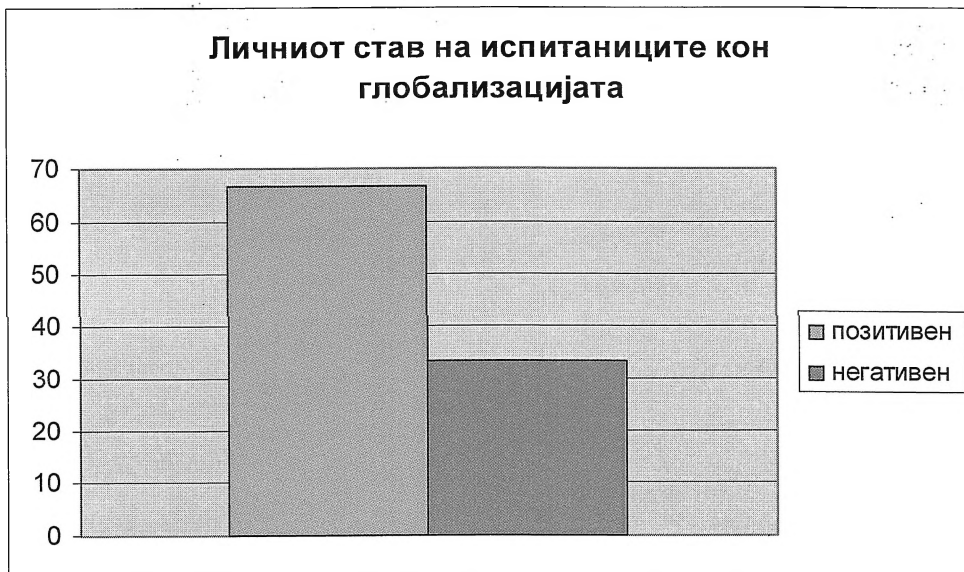
Слика 4: Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и степенот на информирање за глобализацијата



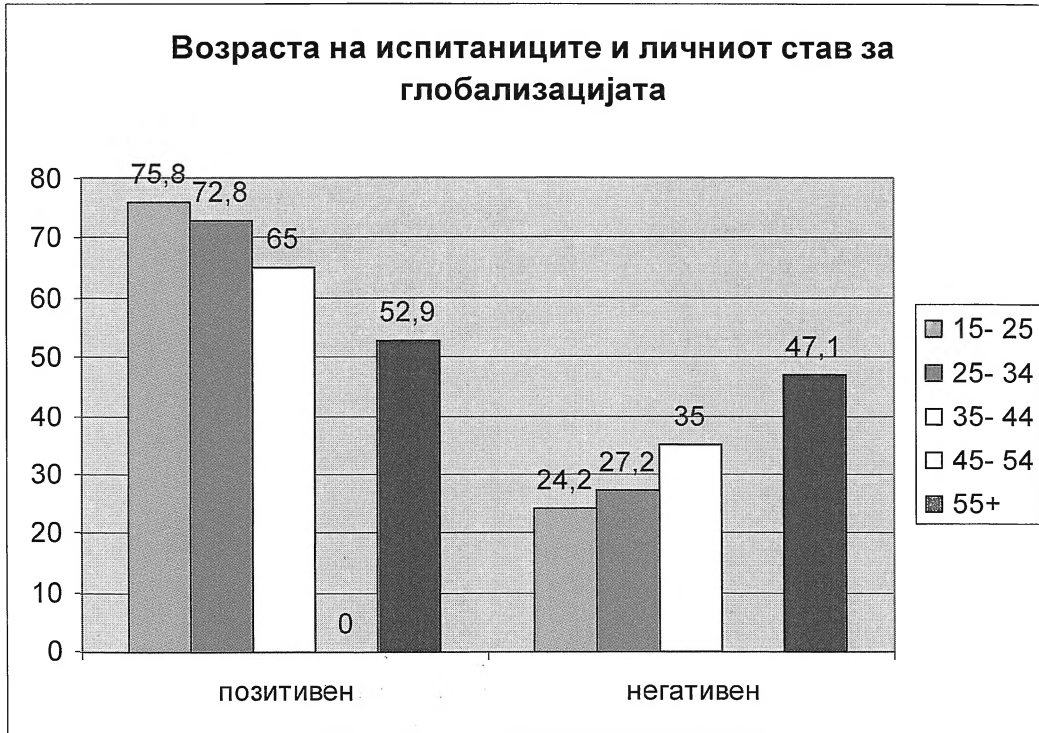
Слика 5: Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и степенот на информираност за глобализацијата



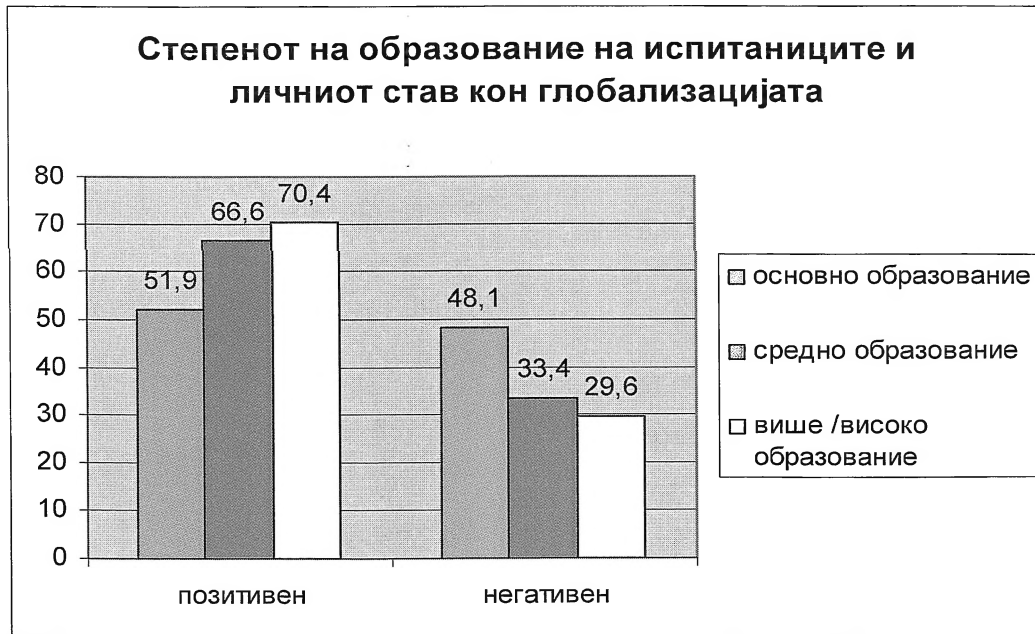
Слика 6: Личниот став на испитаниците кон глобализацијата



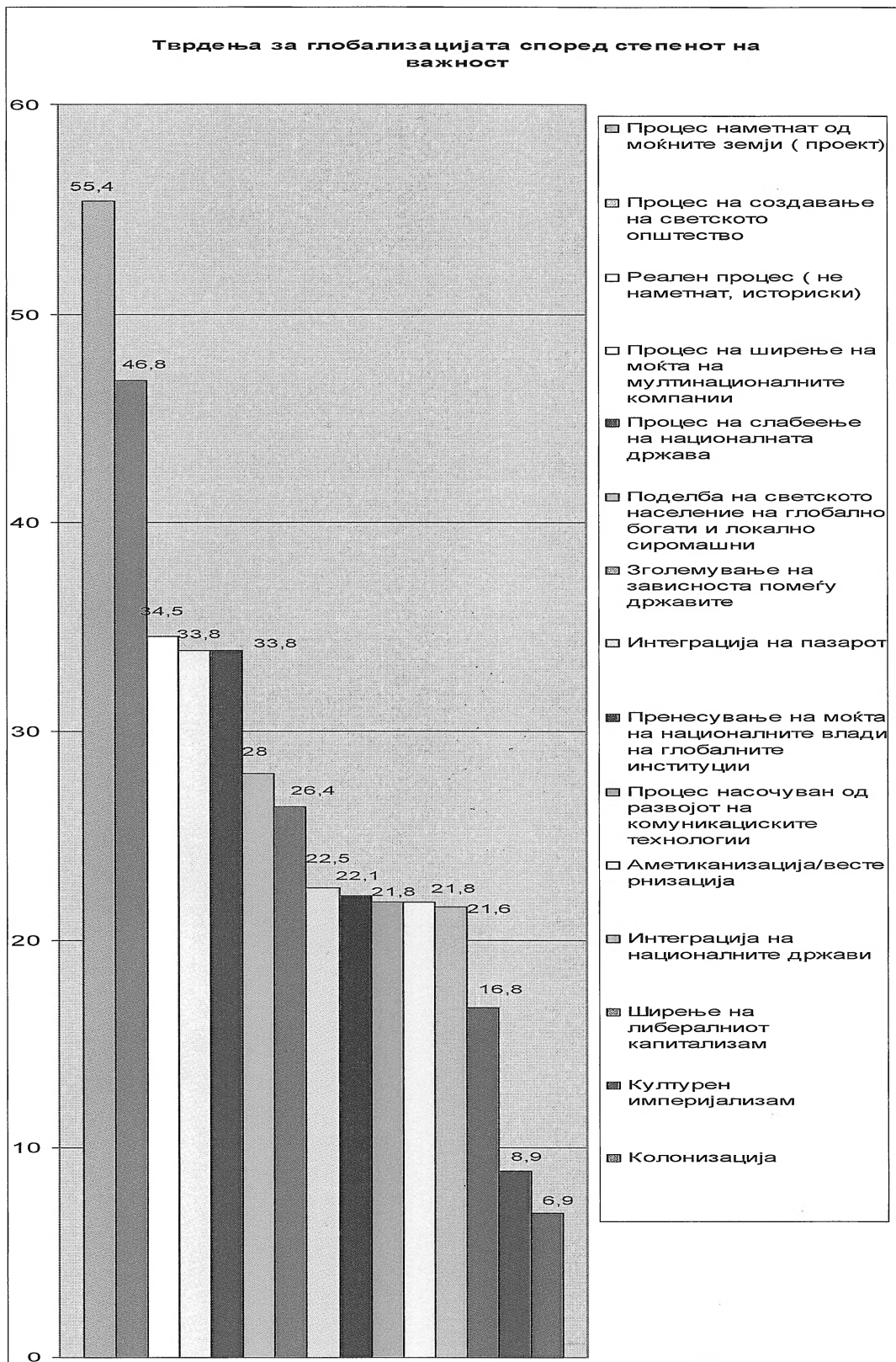
Слика 7: Поврзаност меѓу возраста на испитаниците и личниот став кон глобализацијата



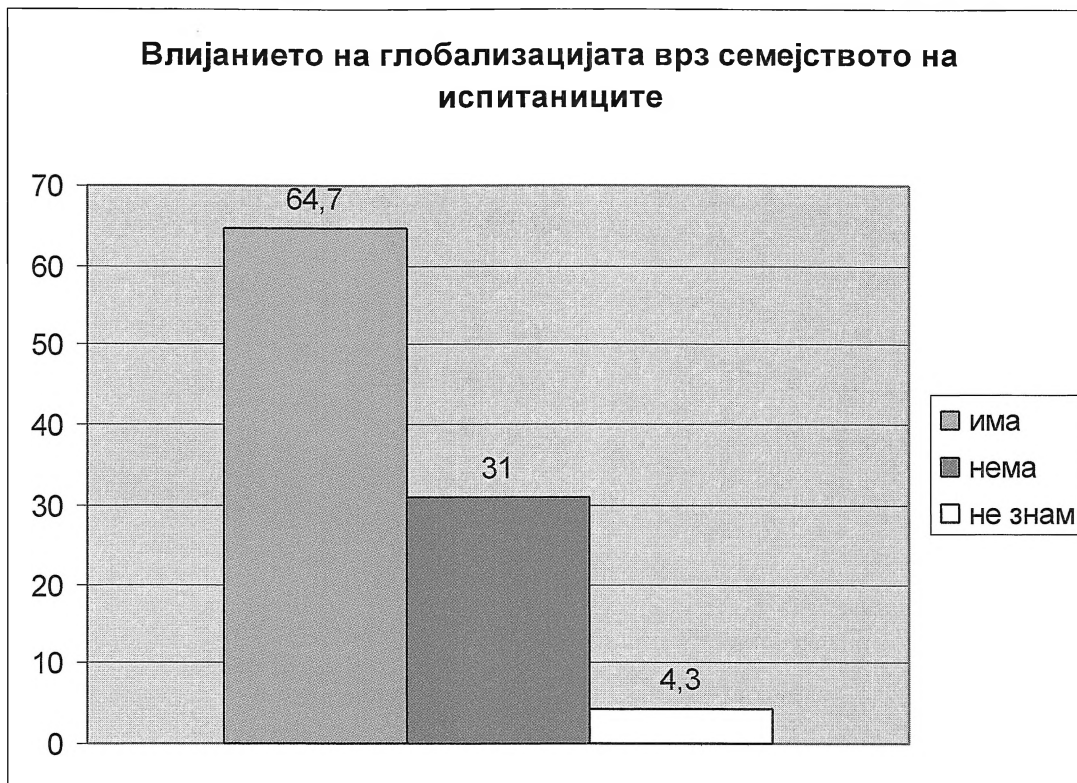
Слика 8: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и личниот став кон глобализацијата



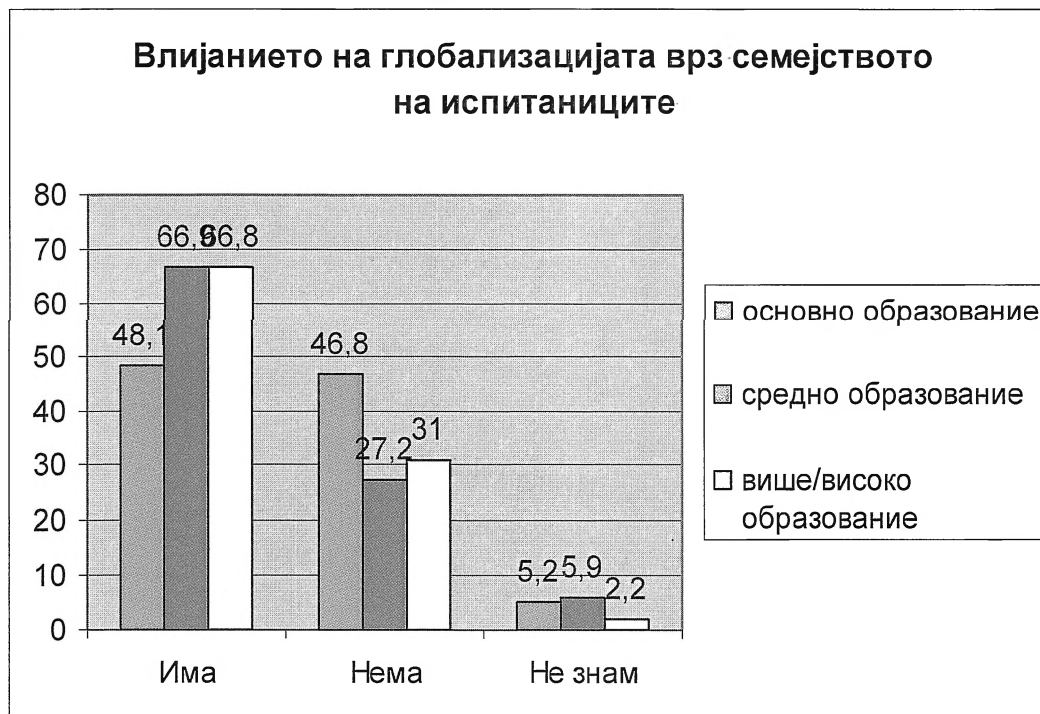
Слика 9 : Тврдења за глобализацијата според степенот на важност за глобализацијата



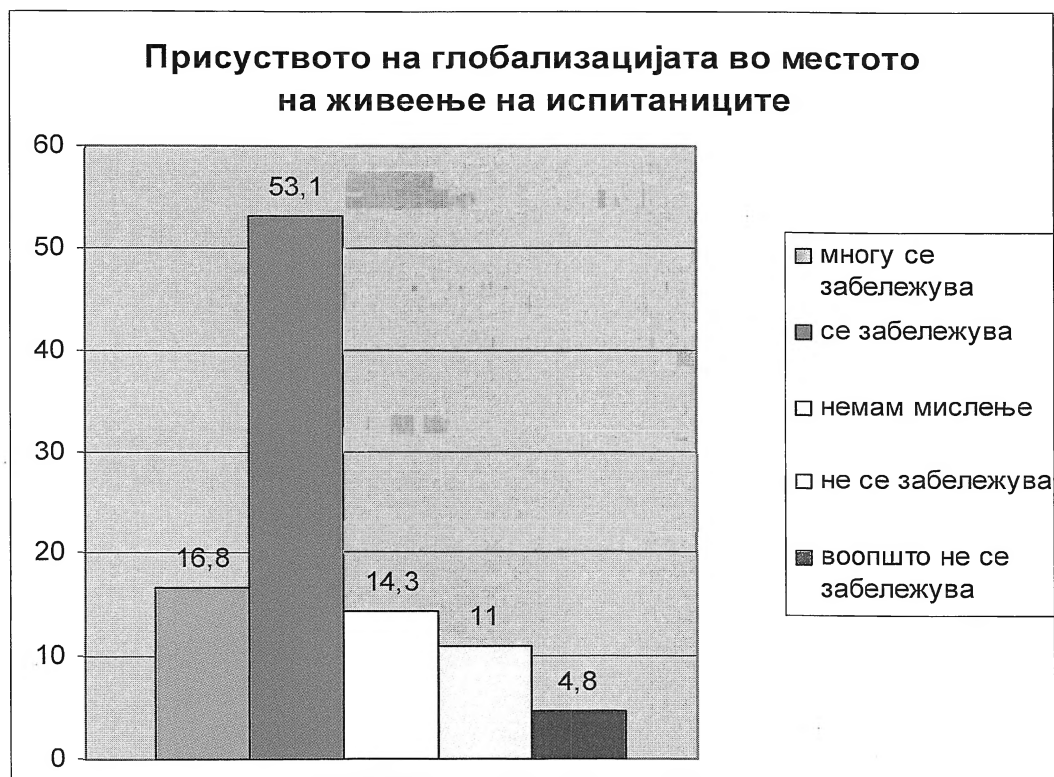
Слика 10: Влијанието на глобализацијата врз семејството на испитаниците



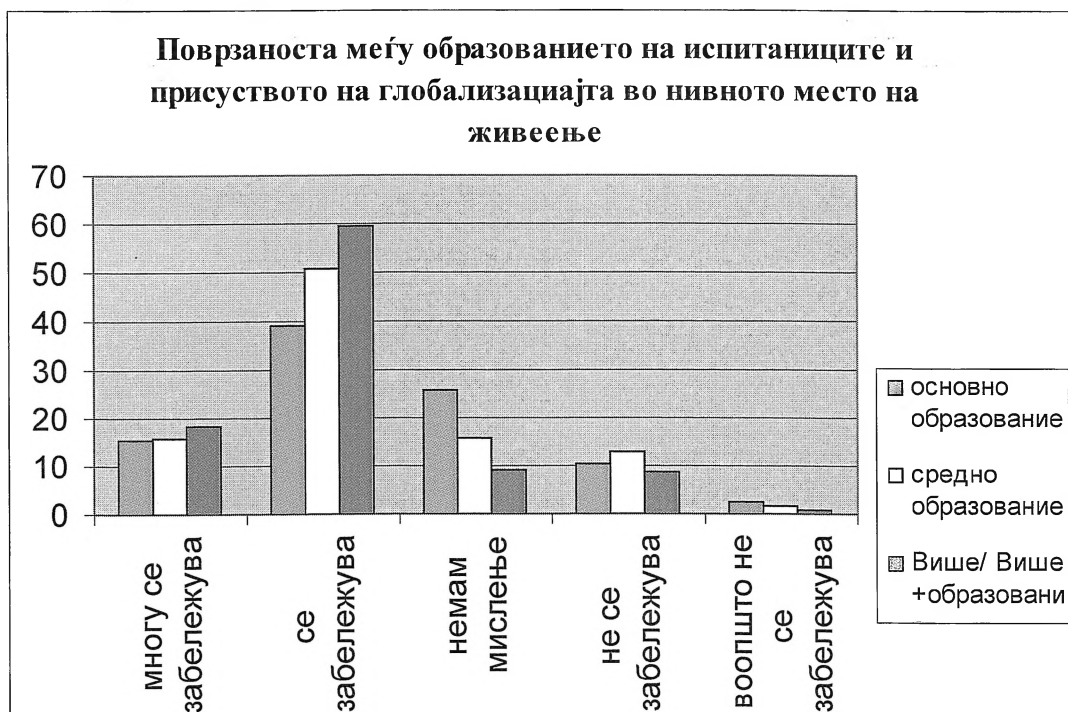
Слика 11: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците и влијанието на глобализацијата врз нивното семејството



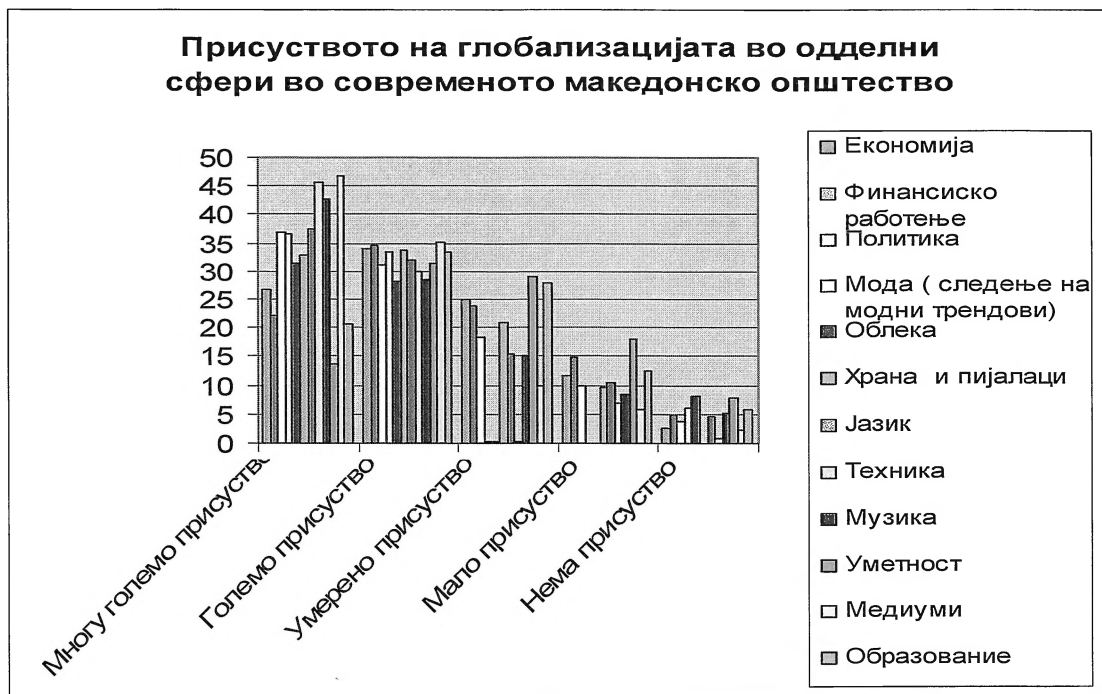
Слика12: Присуството на глобализацијата според местото на живеење



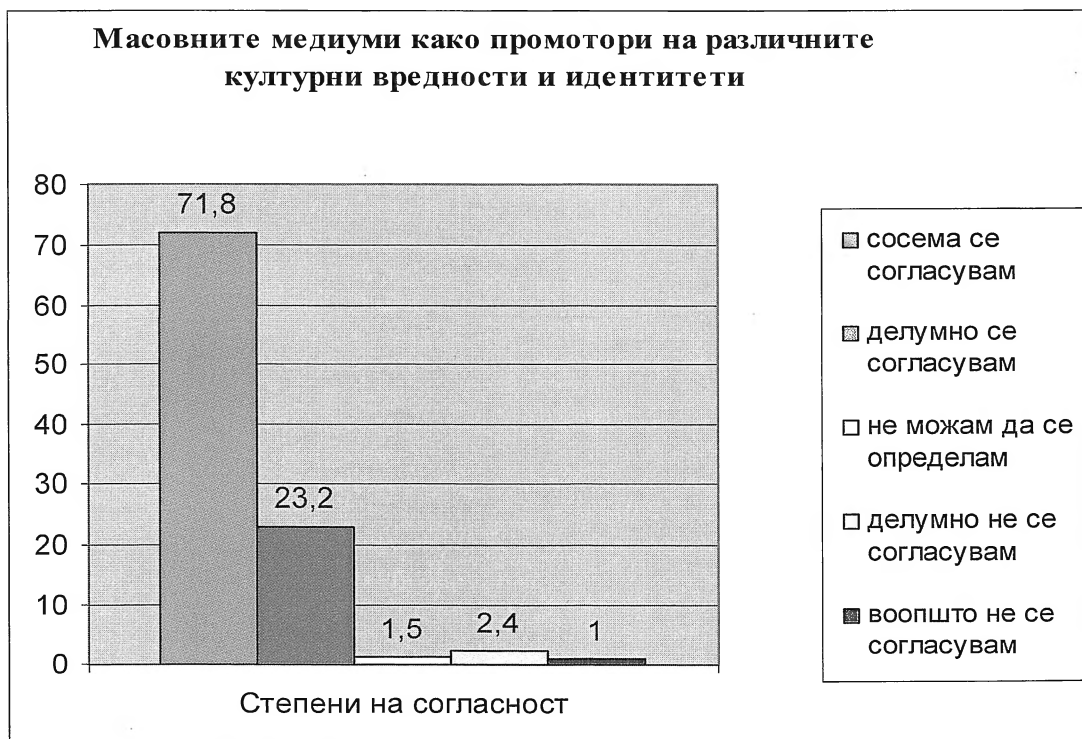
Слика 13: Образованието на испитаниците и присуството на глобализацијата во местото на живеење



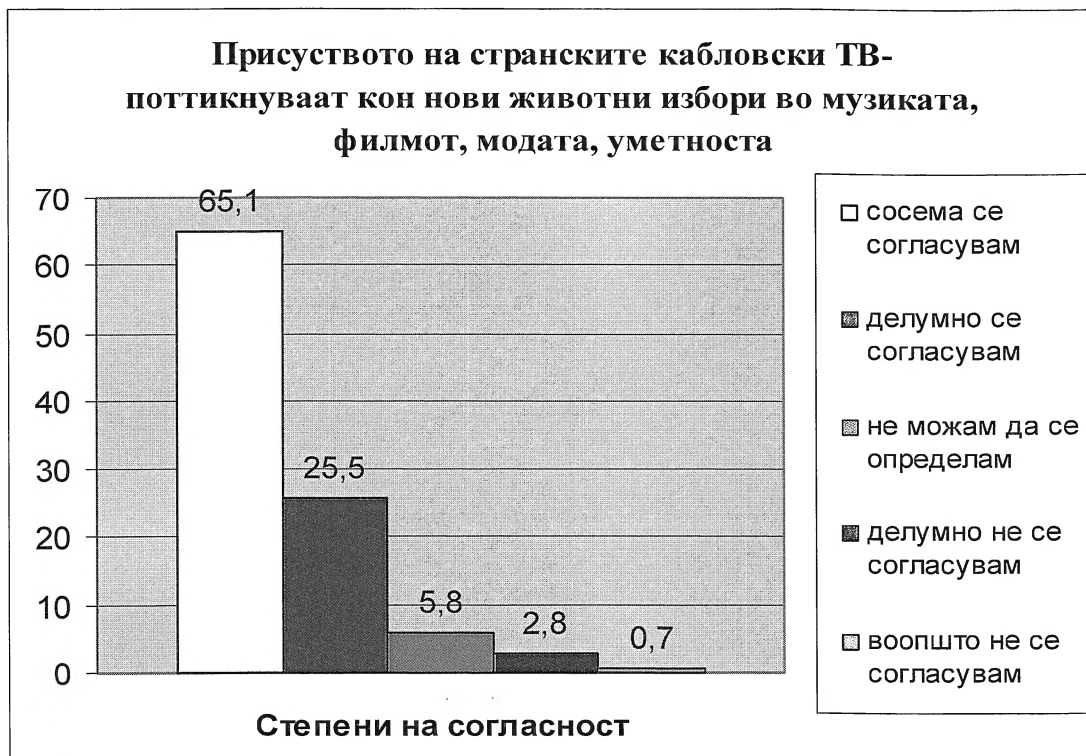
Слика 14: Присуство на глобализацијата во одделни сфери во современото македонско општество



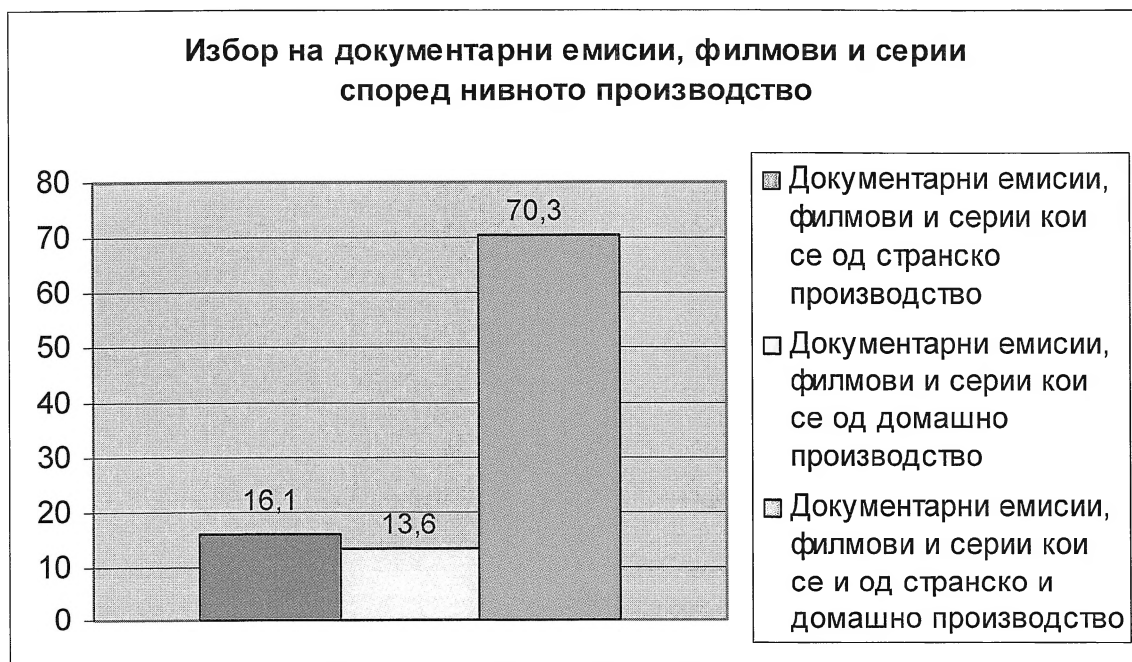
Слика 15: Масовните медиуми како промотори на различните културни вредности и идентитети



Слика16: Присуството на странските кабловски ТВ- поттикнуваат кон нови животни избори во музиката, филмот, модата, уметноста



Слика17: Избор на документарни емисии, филмови и серии според нивното производство



Слика18: Возраста на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии



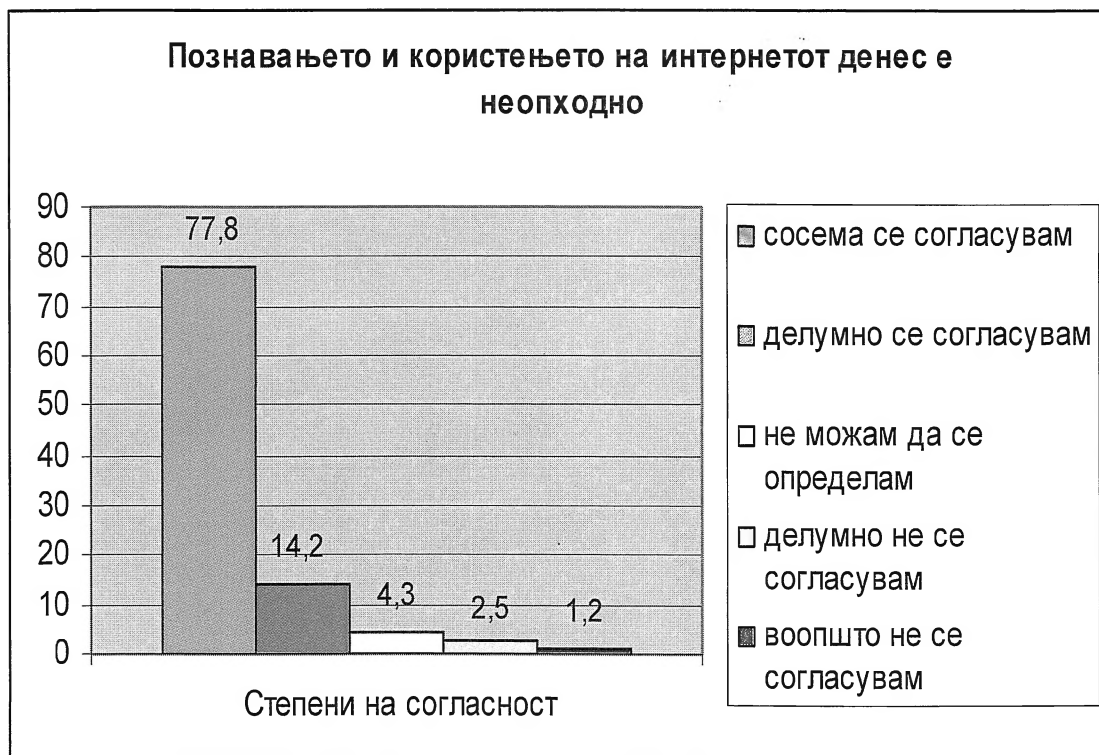
Слика 19: Образованието на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии



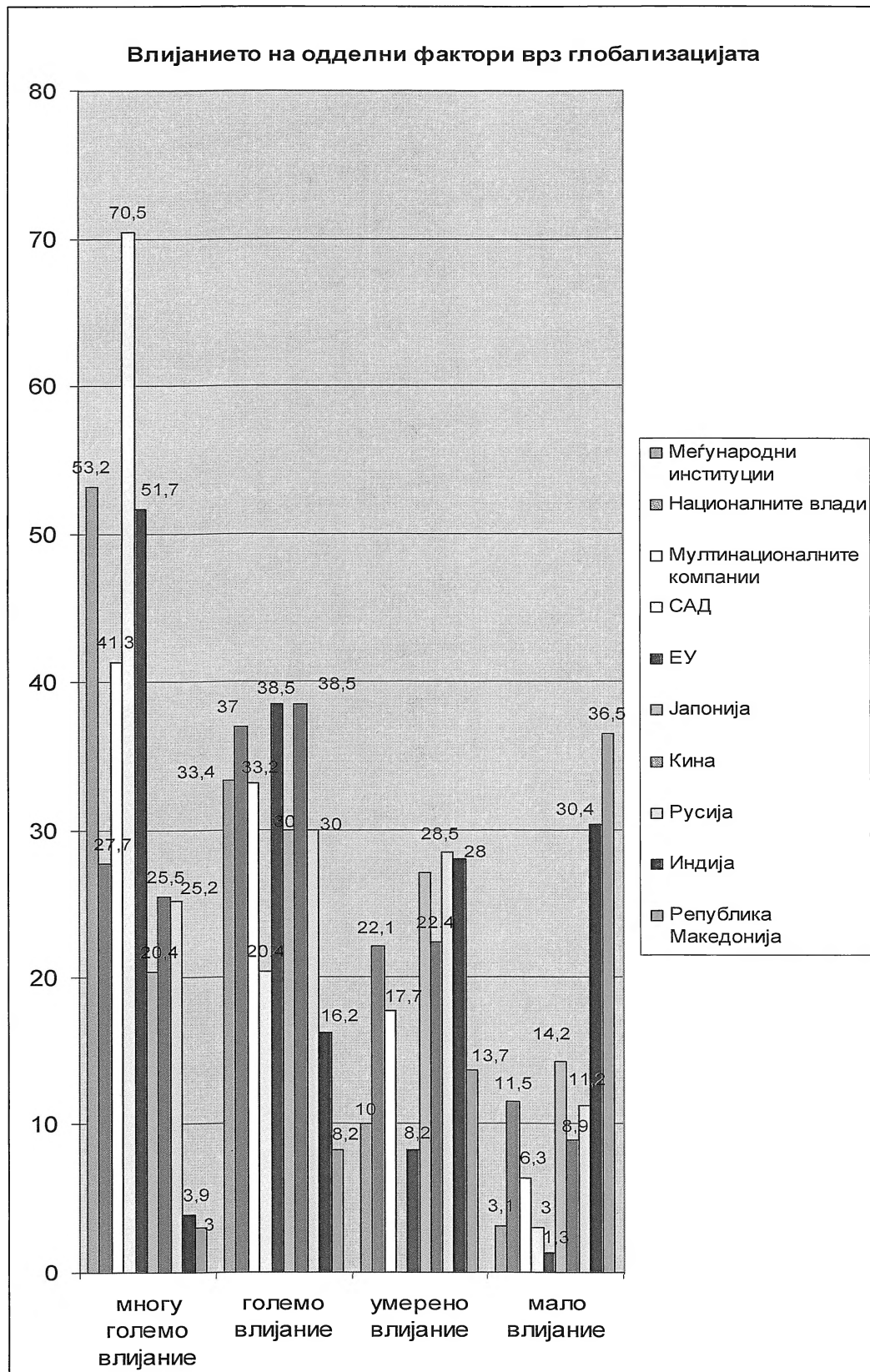
Слика 20: Работниот статус на испитаниците и изборот на документарни емисии, филмови и серии



Слика 21: Познавањето и користењето на интернетот денес е неопходно



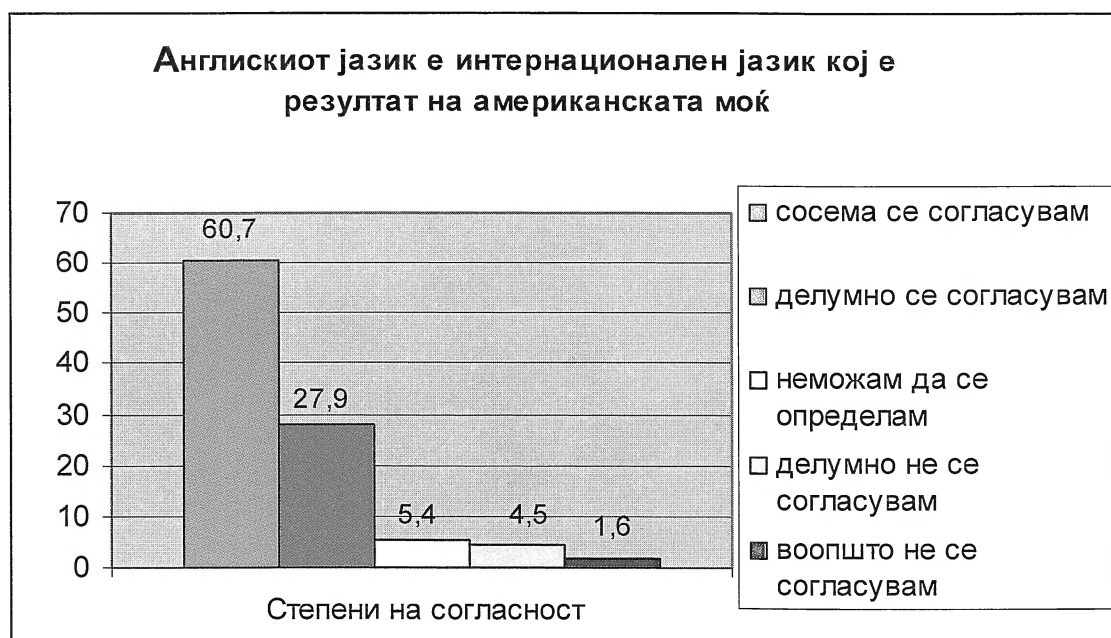
Слика 22: Влијанието на одделни фактори врз глобализацијата



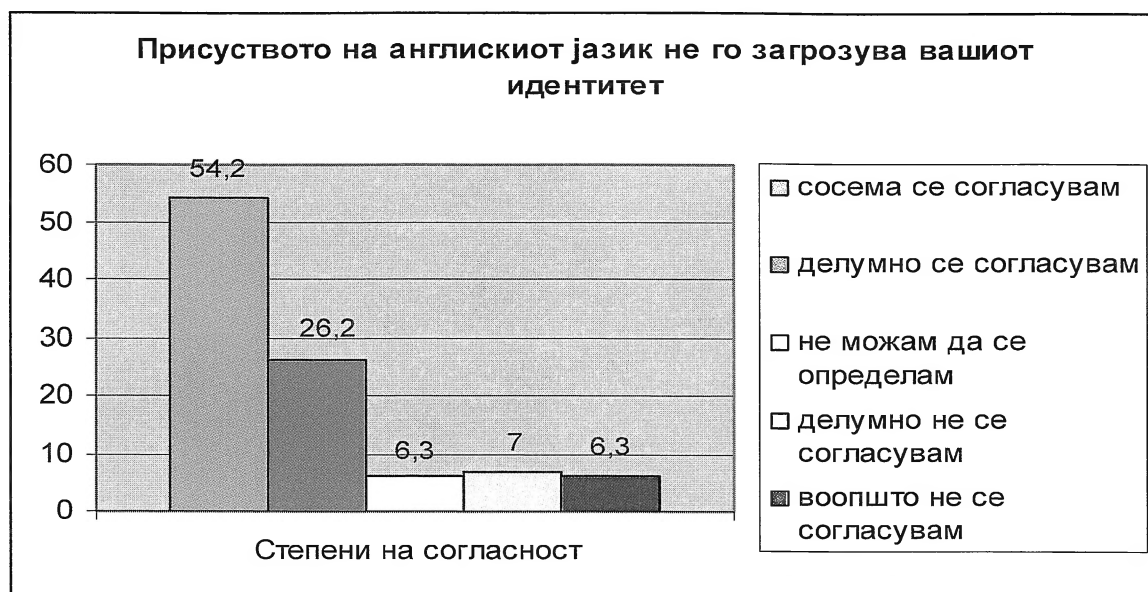
Слика 23: Познавањето и користењето на англискиот јазик денес е неопходно



Слика 24: Англискиот јазик е интернационален јазик кој е резултат на американската моќ



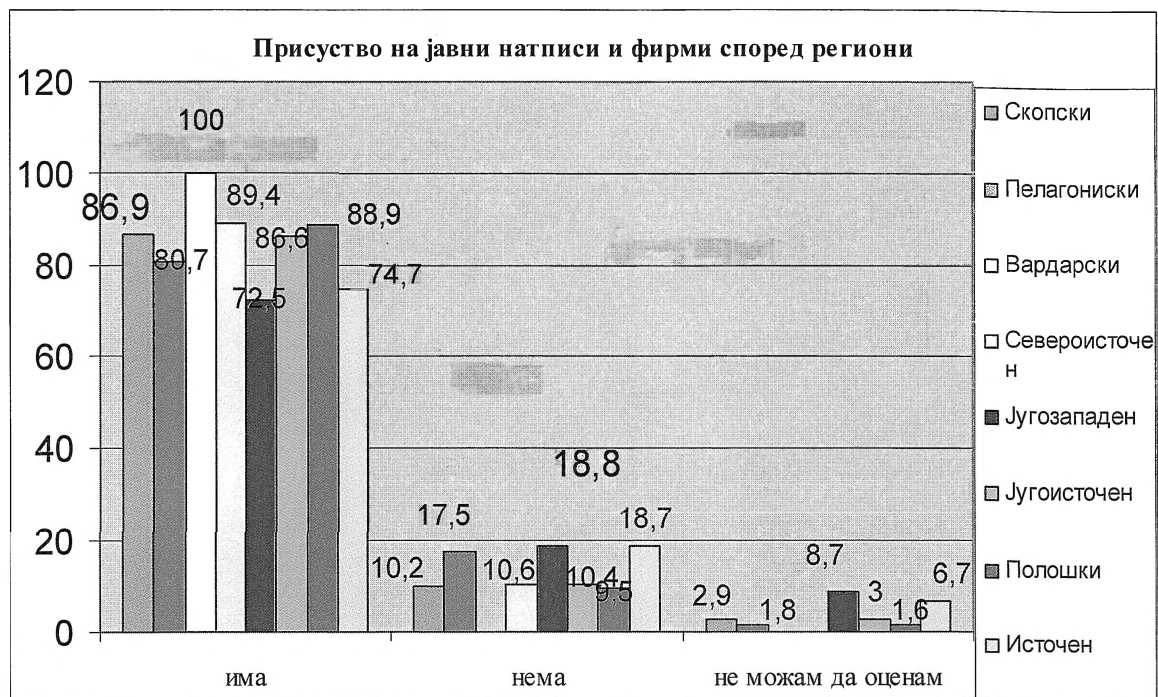
Слика 25: Присуството на англискиот јазик не го загрозува вашиот идентитет



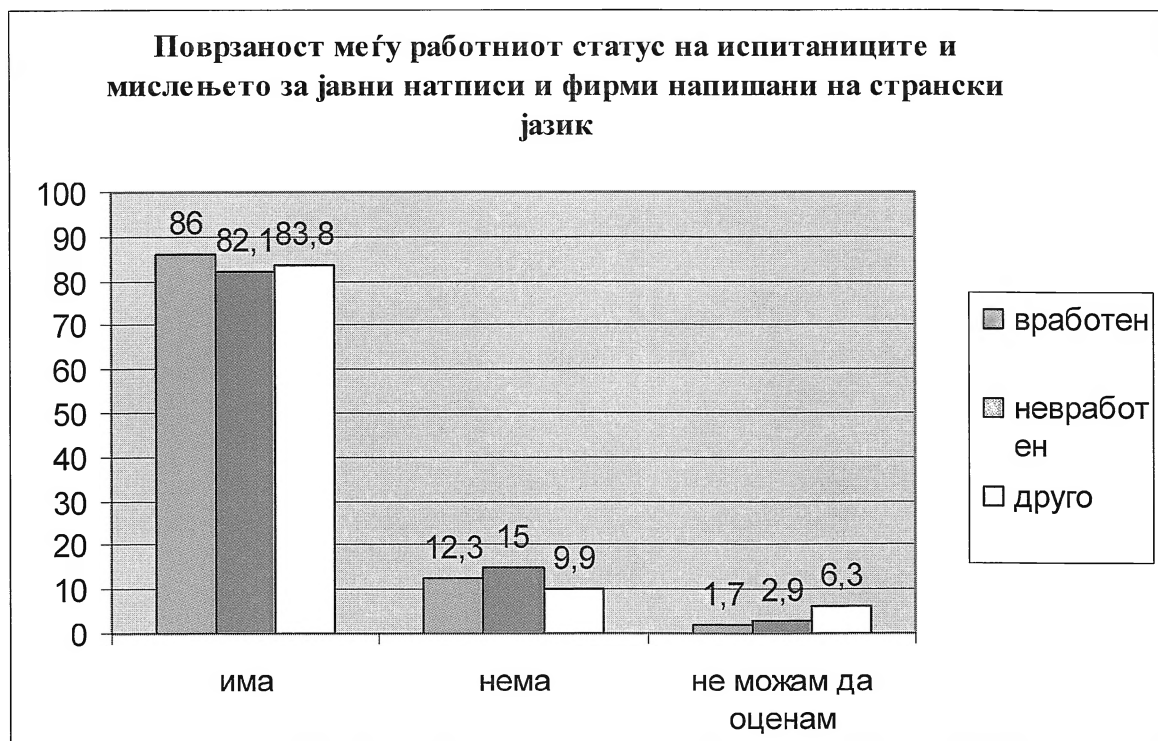
Слика 26: Присуството на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик



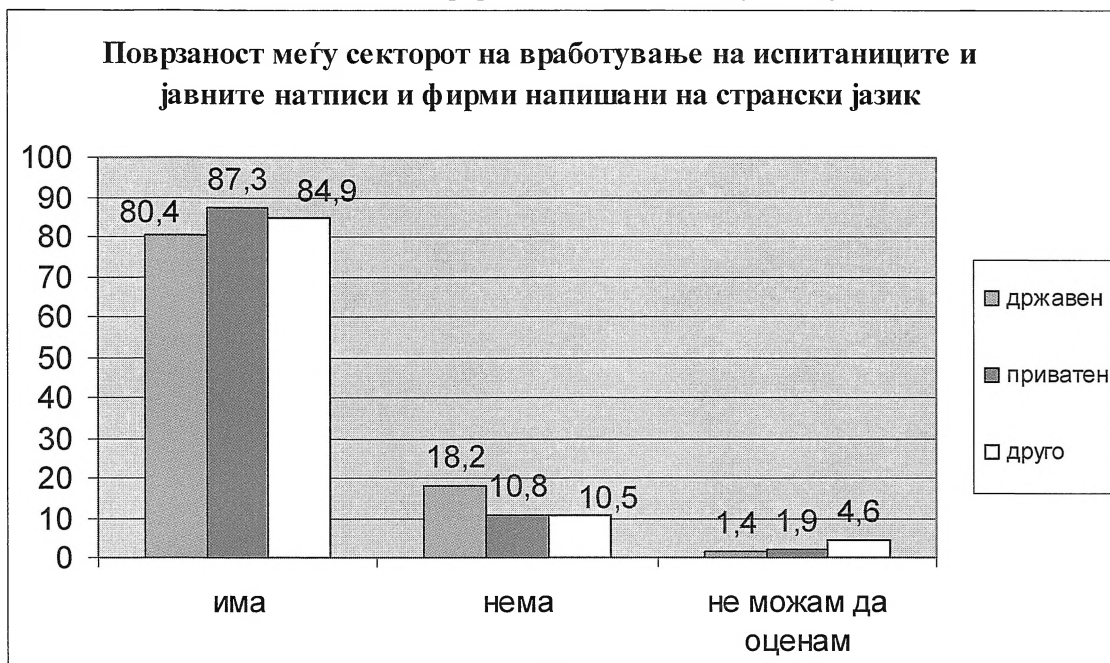
Слика 27: Присуството на јавни натписи и фирми испишани на странски јазик



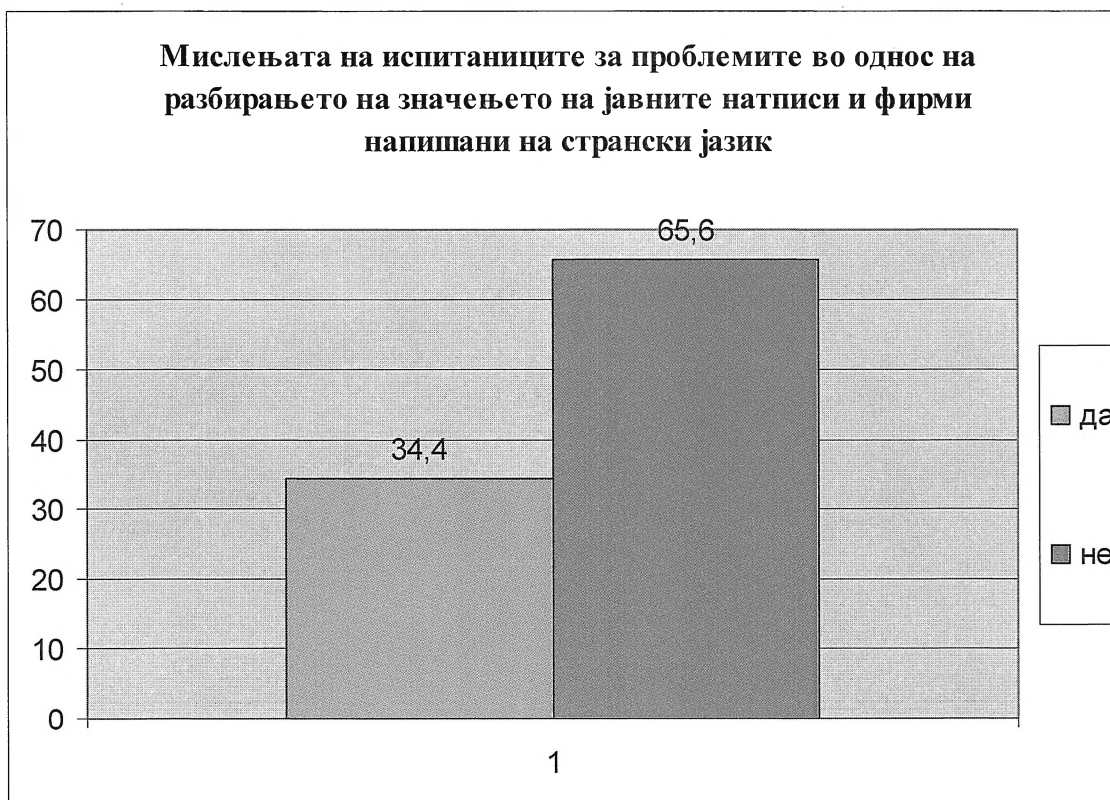
Слика 28: Поврзаност меѓу работниот статус на испитаниците и мислењето за јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



Слика 29: Поврзаност меѓу секторот на вработување на испитаниците и на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



Слика 30: Мислењата на испитаниците за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



Слика 31: Мислењата на испитаниците за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



Слика 32: Поврзаност меѓу припадноста на испитаниците според региони за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



Слика 33: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците според региони за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



Слика 34: Поврзаност меѓу образованието на испитаниците според региони за проблемите во однос на значењето на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



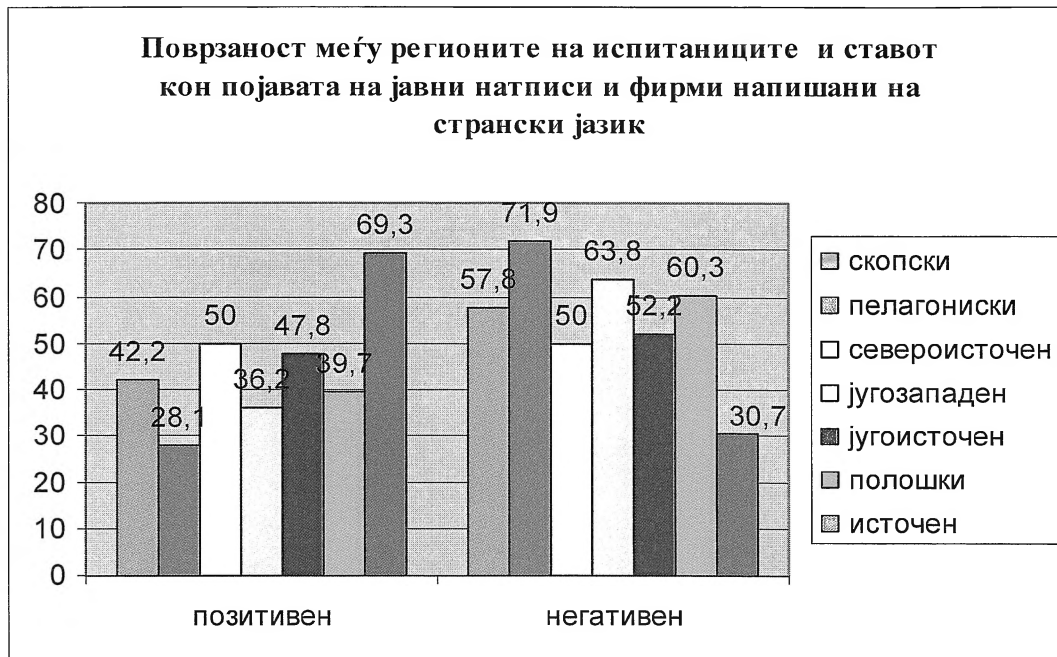
Слика 35: Ставот на испитаниците кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



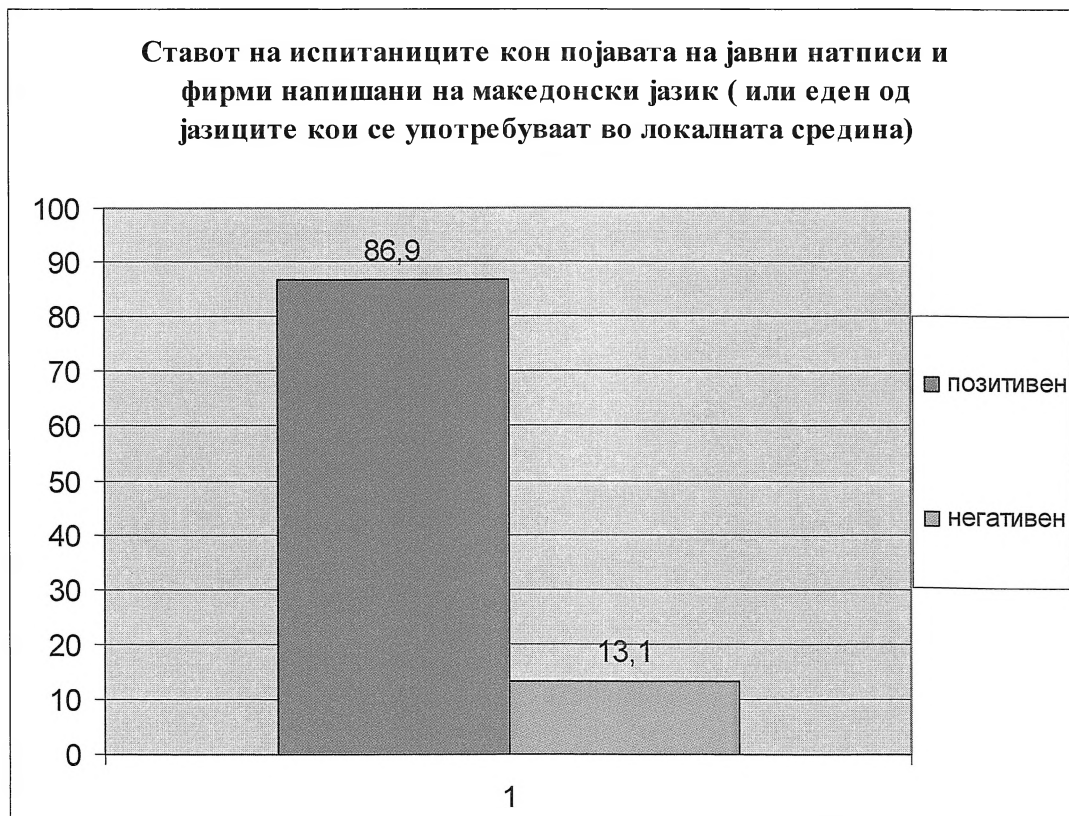
Слика 36: Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



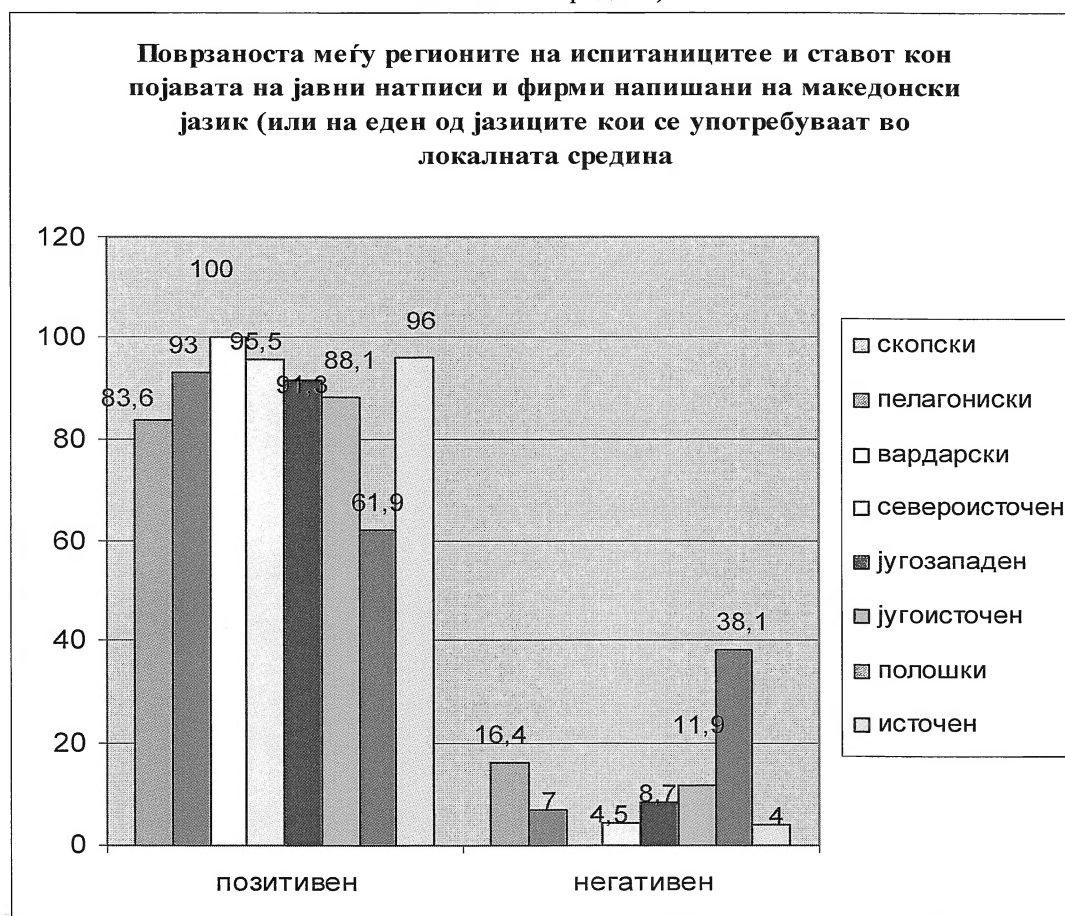
Слика 37: Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на странски јазик



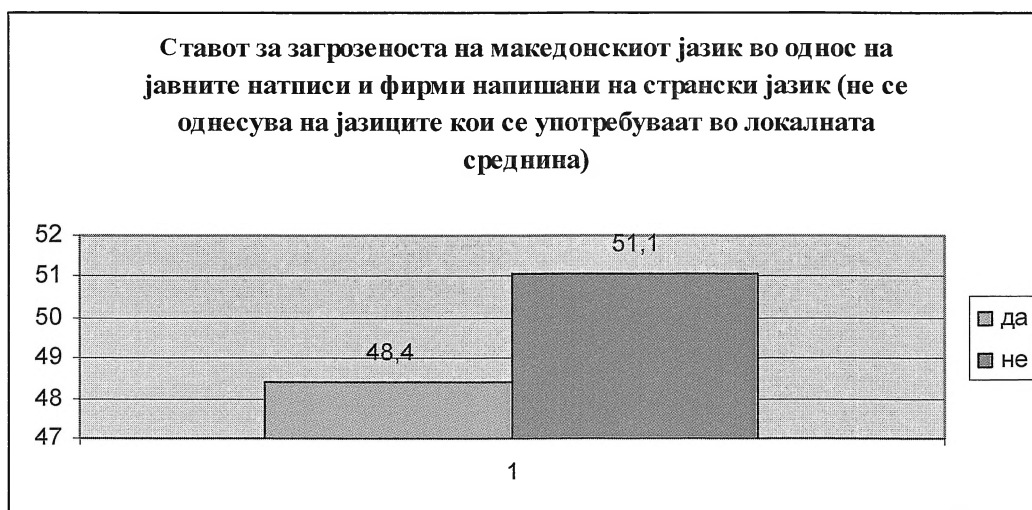
Слика 38: Ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина)



Слика 39: Поврзаноста меѓу регионите на испитаниците и ставот кон појавата на јавни натписи и фирми напишани на македонски јазик (или еден од јазиците кои се употребуваат во локалната средина)



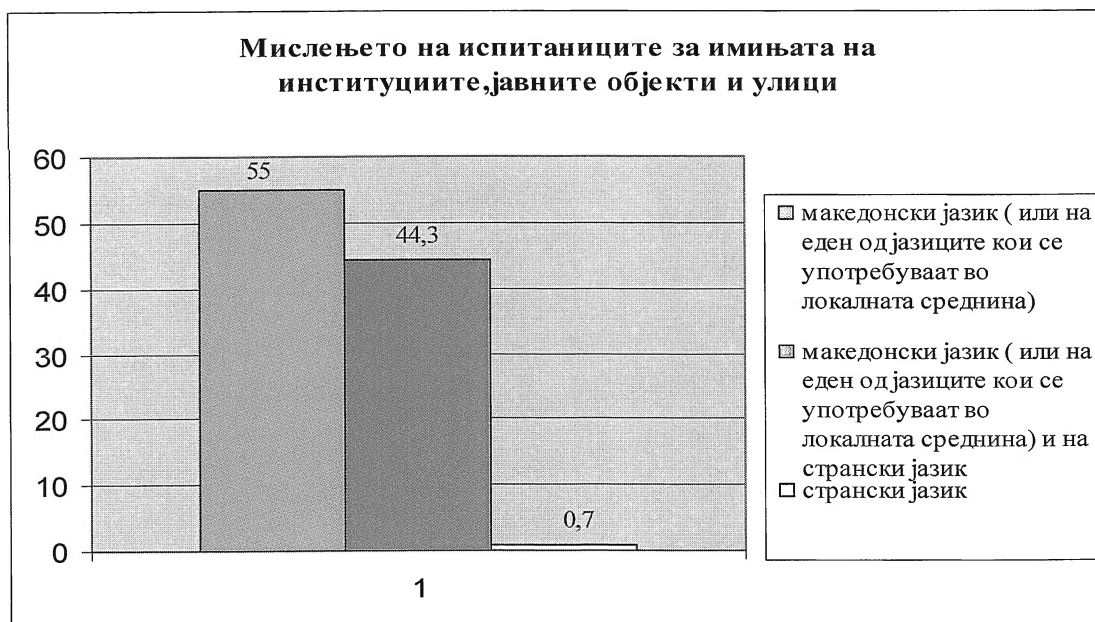
Слика 40: Ставот за загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина)



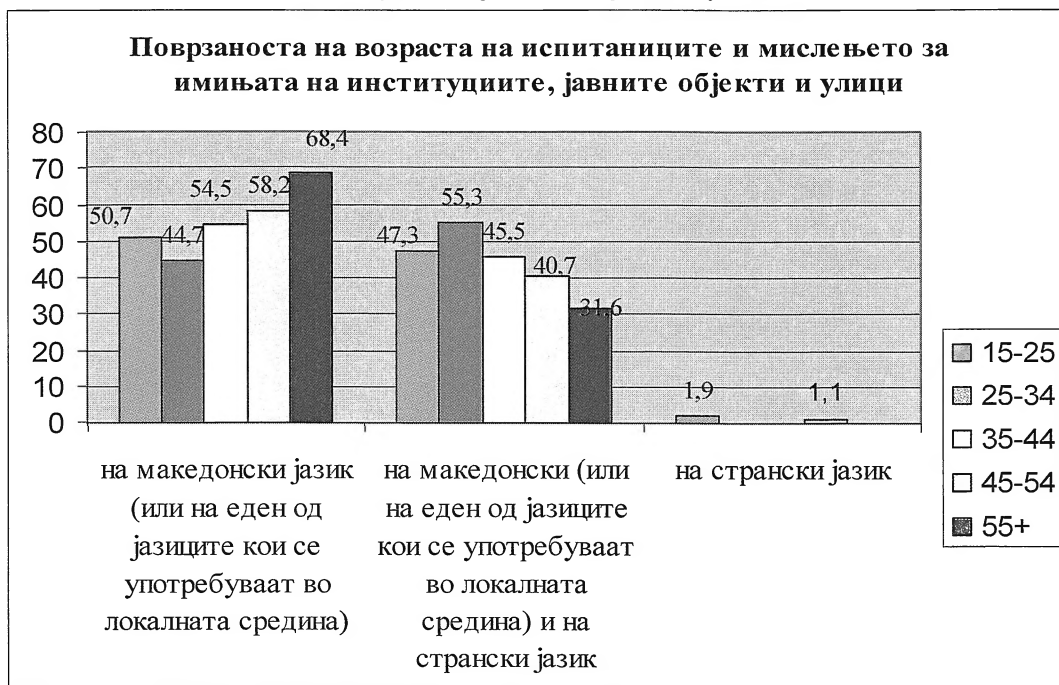
Слика 41: Поврзаноста меѓу возраста на испитаниците и ставот за загрозената положба на македонскиот јазик во однос на јавните натписи и фирми напишани на странски јазик (не се однесува на јазиците кои се употребуваат во локалната средина)



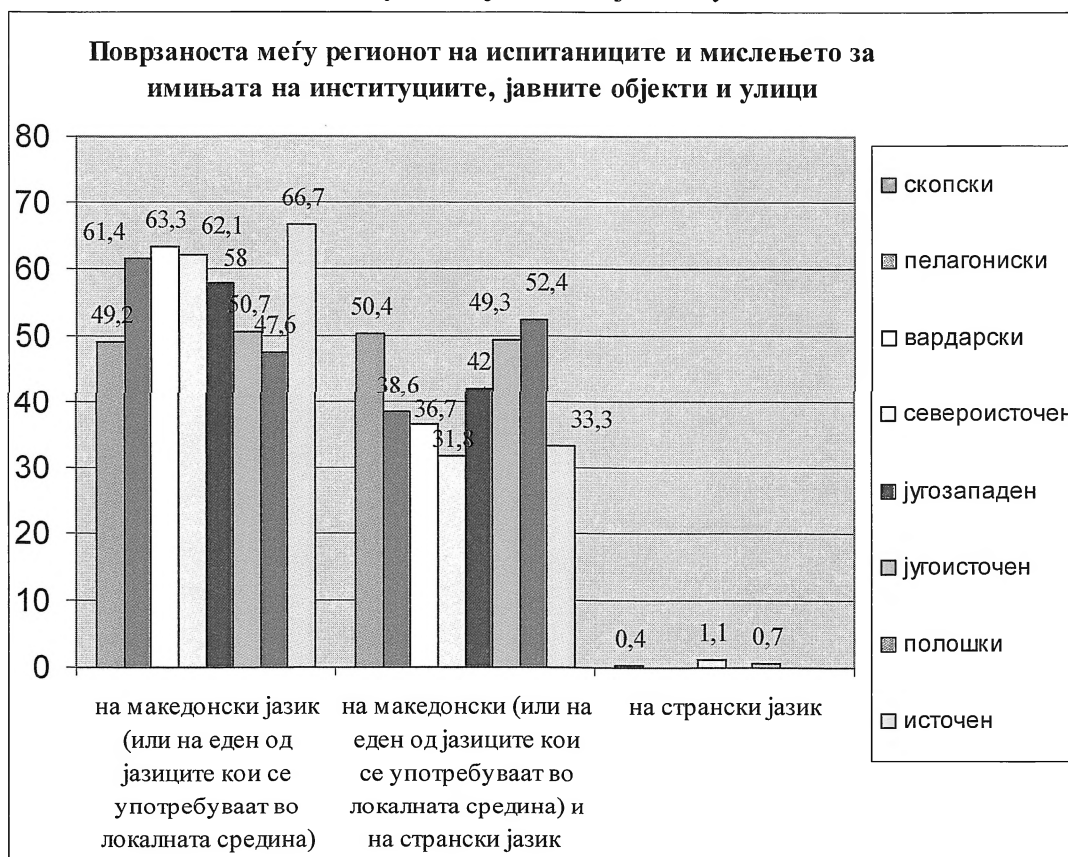
Слика 42: Мислењето на испитаниците за имињата на институциите, јавните објекти и улици



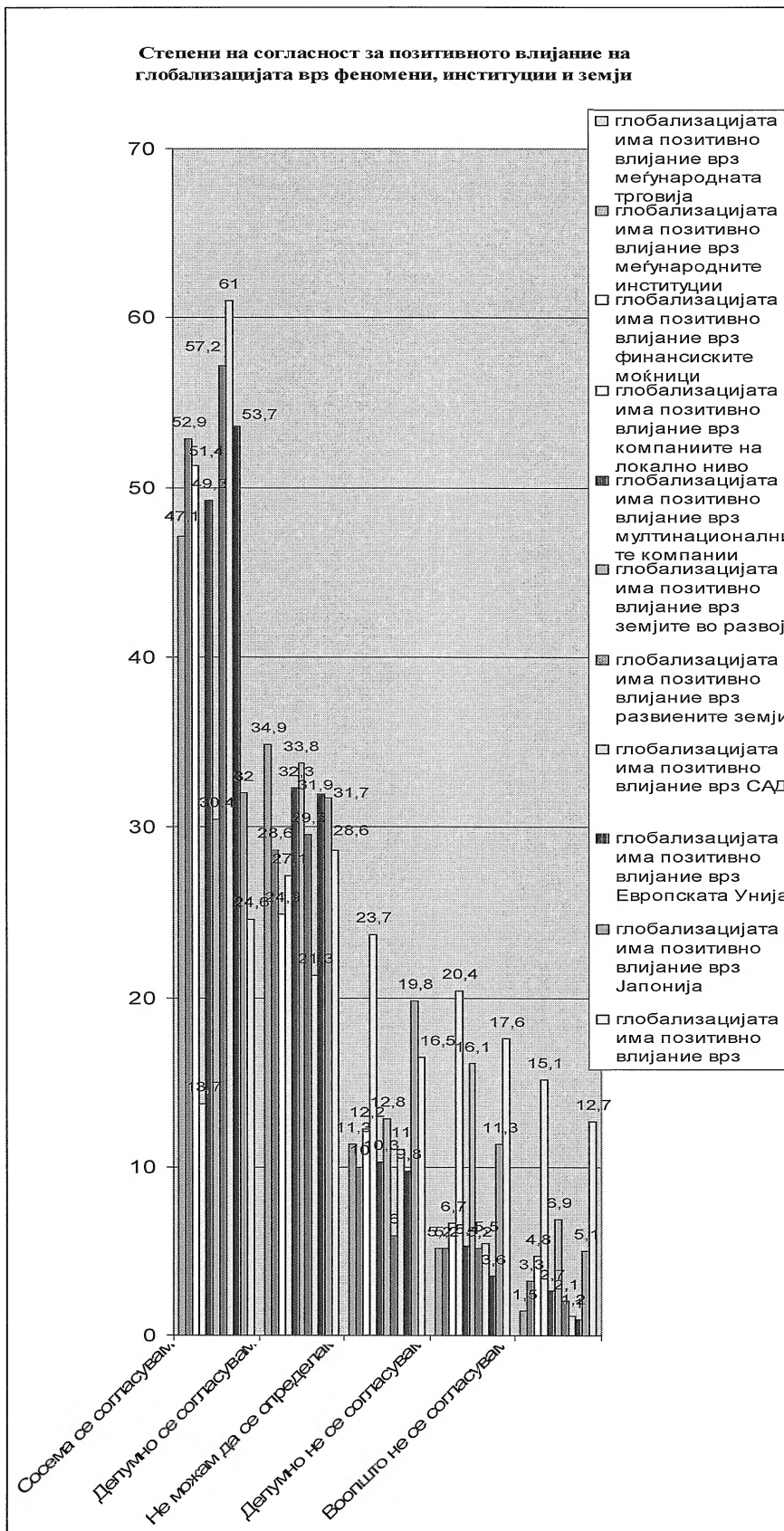
Слика 43: Поврзаноста на возраста на испитаниците и мислењето за имињата на институциите, јавните објекти и улици



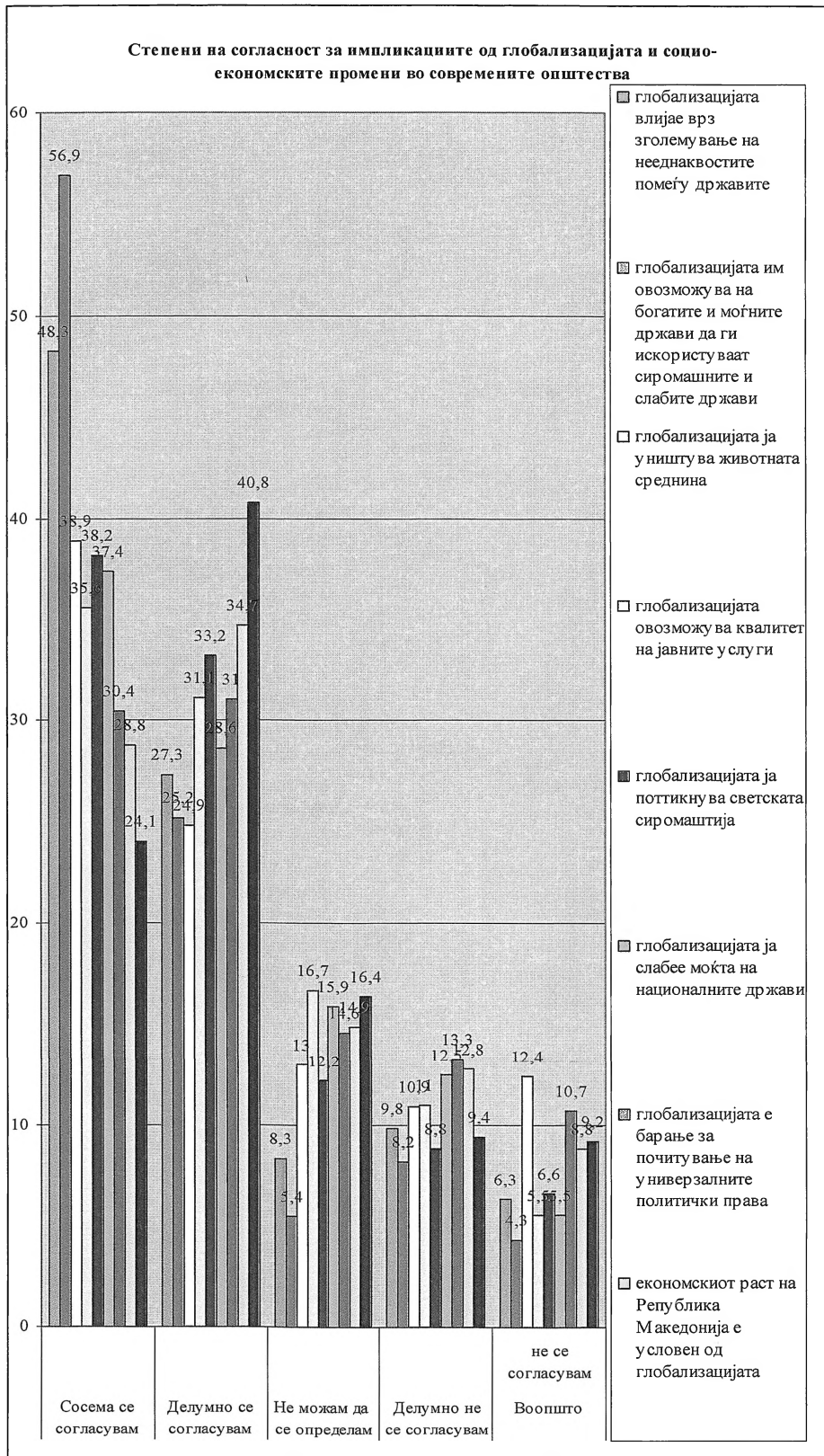
Слика 44: Поврзаноста на регионот на испитаниците и мислењето за имињата на институциите, јавните објекти и улици



Слика 45: Степени на согласност за позитивното влијание на глобализацијата



Слика 46: Степени на согласност за импликациите од глобализацијата и социо-економските промени во современите општества



Слика 47. Степени на согласност на испитаниците за промените и состојбите во културата и културните вредности во современото македонско општество

