

УДК 316.32

## **СПЕЦИФИКА ПАТРИОТИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ**

**Наливайченко И.В.**

*ГОУ ВПО «Российский государственный социальный университет», Таганрог, e-mail: nalivai4enko@yandex.ru*

**Проведен анализ специфики патриотизма в условиях глобализации культуры. Обосновано, что патриотизм как ценностное отношение субъекта к родине, приобретает в условиях глобализации культуры новое звучание, становясь средством противостояния вестернизации и космополитизации как способов управления идентификациями. Патриотизм в условиях глобализации не только формируется естественным образом, но и активно конструируется путем позиционирования родины как бренда, создания позитивного образа ее будущего, мифологизации и героизации тех событий истории и современности, которые символизируют единство нации.**

Ключевые слова: патриотизм, родина, глобализация, космополитизм, вестернизация

## **SPECIFICITY OF PATRIOTISM IN THE CONDITIONS OF CULTURE GLOBALIZATION**

**Nalivaichenko I.V.**

*The Russian State Social University, Branch of the University in the city of Taganrog, Taganrog, Russia, e-mail: nalivai4enko@yandex.ru*

**The analysis of specificity of patriotism in the conditions of culture globalization is carried out. It is proved that patriotism as the valuable relation of the subject to the native land, gets new sounding in the conditions of culture globalization, becoming means of opposition of a westernization and cosmopoliticization as ways of management identifications. Patriotism in the conditions of globalization is formed not only naturally, but also actively designed by native land positioning as brand, creation of a positive image of its future, the mythologization and the heroismization of those events of history and the present which symbolize unity of the nation.**

Keywords: patriotism, native land, globalization, cosmopolitism, westernization

Актуальность философского исследования патриотизма в начале XXI века обусловлена неоднозначностью процессов культурной глобализации, трансформирующей представления о национальной идентичности и патриотизме как ее ценностном основании. В условиях глобализации наблюдаются разнонаправленные процессы – от распространения убеждений в необходимости замены патриотизма как отжившей и устаревшей ценности

космополитизмом, до абсолютизации патриотизма и его отождествления с ксенофобией, национальной нетерпимостью, ненавистью ко всему иностранному. Эти сложные и неоднозначные процессы требуют своего осмысления философами.

Необходимость взвешенного философского анализа патриотизма в условиях глобализации обусловлена также размытостью и нечеткостью самого термина, с одной стороны, вошедшего в активное словоупотребление и интуитивно понятного каждому, с другой стороны, чрезмерно идеологизированного и политизированного, используемого как лозунг разнонаправленными политическими силами. Многоплановость трактовок понятия «патриотизм», подмена его близкими по смыслу терминами свидетельствуют о том, что процесс концептуализации данной категории не завершен. Только уйдя от политизации, от эмоционального восприятия патриотизма, можно выяснить сущность понятия и определить специфику патриотизма в условиях глобализации культуры.

Исследование специфики патриотизма в условиях глобализации культуры проводилось на основе аксиологического подхода, позволившего рассмотреть патриотизм в качестве ценностного отношения субъекта (прежде всего отдельного человека) к родине; конструктивистского подхода, позволившего проанализировать патриотизм не только как естественно формирующееся чувство привязанности к «малой» родине, но и как результат социального конструирования, целенаправленной деятельности по его формированию, возможности которого значительно возрастают в условиях глобализации. Конструктивистский подход к патриотизму способствовал выявлению тех механизмов, с помощью которых в современных условиях формируется образ родины как объект патриотизма и происходят процессы идентификации человека с нацией как социокультурной общностью, базирующиеся на патриотизме.

В ходе исследования было установлено, что, хотя в повседневной практике под патриотизмом обычно понимают любовь к родине, научное

определение патриотизма через понятие «любовь» малоперспективно, поскольку это понятие крайне многозначно, что приводит к противоречивым трактовкам патриотизма. Патриотизм предлагается рассматривать как ценностное отношение субъекта (прежде всего отдельного человека) к родине, характеризующееся привязанностью к месту рождения и (или) проживания, причастностью к определенным культурным ценностям, которые воспринимаются как «свои», осознанием ответственности за сегодняшнее и будущее состояние родины. Патриотизм является ценностным основанием национальной идентичности как самоидентичности нации, обладающей определенным культурным и политическим багажом, и проявляется в деятельности во благо родины, основанной на осознании национальных интересов.

Основными уровнями патриотизма являются чувственный, включающий широкий спектр эмоций по отношению к родине, и рациональный – убежденность и осознание значимости родины в жизни отдельного человека. Чувственный уровень всегда первичен, отношение человека к родине всегда носит эмоциональный характер, именно на эмоции опираются родители и воспитатели, формируя патриотизм у ребенка, и политтехнологи, занимающиеся конструированием патриотизма. На рациональном уровне важным условием формирования патриотизма является осознание национальных интересов и соотнесение личных интересов с интересами государства.

С позиций социального конструктивизма существенными механизмами формирования патриотизма как основы национальной идентичности являются конструирование границ «свой–чужой», формирование четких представлений о «мы-сообществе» с целью определения объекта патриотизма, создание государственных символов, посредством которых страна заявляет о своей идентичности и суверенности, мифологизация и героизация тех событий истории и современности, которые символизируют единство нации, создание традиций, неразрывно связанных с идеей государственного могущества.

Объектом патриотизма является многоуровневый образ родины, то есть ее знаково-символическая модель, складывающаяся в сознании человека. Понятие «родина» многопланово. Оно включает в себя как непосредственное место рождения или проживания, личное место, в котором все является знакомым и привычным («малая родина»), так и родную страну, место проживания социокультурной общности, нации («большая родина»). Можно говорить также о «метафизической родине», представляющей образ идеального отечества, не достижимый в реальности [1]. Образ родины имеет несколько существенных пластов. С одной стороны, он восходит к коллективному бессознательному, к архетипическим образам, с другой стороны, – является результатом социального конструирования.

У каждого конкретного человека образ родины начинает формироваться с рождения под влиянием национальных традиций, обычаев, культуры, родного языка. Изначально родина познается через семью, родной дом, родных и близких людей, затем формируются представления о «малой родине» – родной деревне или городе, постепенно складывается образ «большой родины», родной страны; родина отождествляется с народом и верой, с культурой, бытом и природой [5]. Существенным в образе родины является не столько соотнесенность с определенным местом и временем, с определенной частью страны или с государством как политическим субъектом, сколько оценочно-эмоциональная составляющая. Образ родины одухотворен, наполнен ассоциативными связями и эмоциональными переживаниями.

Следует подчеркнуть, что в современном мире образ родины является не только результатом естественного формирования, но и сознательно конструируется государственными идеологами. Основным механизмом конструирования образа родины является перенос эмоциональной привязанности к «малой родине» на национально-государственные общности, то есть на «большую родину». Важное место в конструировании образа родины играют визуальные средства, наглядно олицетворяющие родину, язык, создающий духовное единство людей, говорящих на нем, социальная или

историческая память, запечатлеваются события и значимые исторические факты, связанные с национальными успехами, обосновывающие выбор ценностей, разделяемых национальной общностью, патриотические символы – памятники былой славы, вечный огонь, герб и флаг. Способом конструирования образа родины является героизация отдельных событий прошлого, переломных или знаковых для родины, и отдельных личностей, посвятивших себя родине или даже пожертвовавших ради нее жизнью. Родина – это не только определенные топографические и даже ценностные характеристики, это еще и люди, ее олицетворяющие. Это и славные предки, и значимые современники, образы которых мифологизируются. В условиях глобализации образ родины не утратил своей духовной и идеологической ценности, поскольку ключевыми игроками в политике по-прежнему остаются национальные государства, а большинство людей, как и прежде, идентифицируют себя с определенной национально-государственной общностью. Более того, в условиях глобализации родина приобретает еще и свойства социального капитала: в общественно-политической жизни, в средствах массовой информации идет постоянная борьба за право говорить о родине. Патриотические высказывания «инвестируются» в рекламу и пропаганду с целью получения экономических и политических дивидендов.

Глобализация культуры резко обострила проблему сохранения национальной идентичности, поставив под сомнение саму ценность патриотизма как ее основания. С одной стороны, культурная глобализация предполагает интенсификацию межкультурного взаимодействия, следствием которой становятся повышение интереса к представителям других культур и распространение прогрессивных культурных инноваций. С другой стороны, в процессы естественного межкультурного взаимодействия активно вмешиваются глобальные игроки, в качестве которых выступают отдельные страны, влиятельные международные организации, рассматривающие управление идентификациями как средство распространения собственного влияния [3]. Призывы отказаться от национальной идентичности и патриотизма

как пережитков прошлого, формирование космополитической идентичности и вестернизация, основным содержанием которой является изменение существующей системы ценностей, являются компонентами так называемой «мягкой силы» («*soft power*») [4], позволяющей эффективно управлять значительными массами населения.

Одним из способов управления идентификациями в глобальном мире является конструирование космополитической идентичности, предполагающей отказ от патриотических чувств в отношении страны и предлагающей в качестве замены аналогичные чувства по отношению к миру, планете Земля, всему человечеству. В настоящее время ни один из видов космополитической идентичности: номадическая, имперско-глобалистская и глобально-демократическая – в чистом виде не сложился [2]. Представители транснациональной деловой элиты и интеллектуалы, свободно перемещающиеся по миру, обладают скорее определенными функциональными навыками, позволяющими им комфортно чувствовать себя в разных странах, сохраняя приверженность национальным культурным ценностям. Страны, стремящиеся доминировать в мире, характеризуются устойчивой национальной идентичностью и высоким уровнем развития патриотизма. Даже «общеевропейская идентичность», не говоря уже о космополитической, – скорее проект, нежели реалии. Объективные процессы экономической глобализации вовсе не требуют отказа от патриотизма как такового, ведь для устойчивой идентификации человеку необходимо ощущать себя частью культурной общности, идентифицировать себя с местами своего проживания. Патриотизм в современном обществе не изолирует человека от глобального мира, а, напротив, позволяет увидеть мир во всем его многообразии, оценить культурное разнообразие, убедиться в том, что другие люди, другие народы и другие страны интересны нам только потому, что они от нас отличаются. Попытки же искусственного навязывания космополитических убеждений, насаждения вестернизированных ценностей массовой культуры чреваты ростом ксенофобии, ненависти к другим социальным общностям.

Важно подчеркнуть, что глобализация культуры меняет само содержание патриотизма. Образ родины как объект патриотизма активно конструируется с применением информационно-коммуникационных технологий, технологий поддержания местных культурных традиций и маркетинговых стратегий, он включает не только представление о себе и своей общности, но и дополняется проекцией внутреннего восприятия за пределы национально-государственной общности. Родина начинает рассматриваться как бренд, обладающий определенным экономическим потенциалом, политическим имиджем и культурным наследием. Патриотизм в условиях глобализации должен включать пропаганду культурных ценностей в мире, а не ориентироваться на национальную замкнутость и на стремление отгородиться от глобального социума. На первый план должна выйти именно презентация с использованием современных информационно-коммуникационных технологий культурного наследия, национальных традиций, языка, культурных ценностей, которые должны позиционироваться как лучшие и незаменимые. В полиэтнических государствах одной из возможных культурных стратегий, призванных способствовать развитию национального патриотизма и снижению росту межэтнической напряженности, может стать этнофутуризм как движение, способное деполитизировать этничность, перевести этнонациональный дискурс в плоскость демонстрации культурных традиций и обычаев этносов, позволяющее малочисленным народам сохранять и развивать свою этническую самобытность, быть патриотами как «малой», так и «большой» родины. Культурные стратегии позиционирования родины как бренда, формирования креативных пространств как нового образа «малой» или «большой» родины и деполитизации этничности в форме этнофутуризма позволяют противостоять вестернизации и гомогенизации культуры и становятся выражением патриотизма в условиях глобализации.

## **Список литературы**

1. Европейская ментальность: дух и границы: круглый стол // VIII Международные Лихачевские научные чтения. – СПб., 2008. – URL: [http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2008/02\\_sek\\_2/00\\_kruglij\\_stol.pdf](http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2008/02_sek_2/00_kruglij_stol.pdf) (дата обращения: 16.05.2011).
2. Капицын В. М. Космополитизм – компонент «мягкой силы» и глобального управления // Обозреватель – Observer. – 2009. – № 10. – С. 70–79.
3. Лысак И. В. Проблема сохранения культурной идентичности в условиях глобализации // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2010. – № 4. – С. 91–95.
4. Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения // Свободная мысль–XXI. – 2004. – № 10. – С. 33–41.
5. Сандомирская И. Книга о Родине: Опыт анализа дискурсивных практик // Wiener Slawistischer Almanach. Sonderband 50 (Венский альманах славистики. Спецвыпуск 50). – Wien: Gesellschaft zur Foerderung slawistischer Studien, 2001. – 286 с.

**Рецензенты:**

Лысак И.В., д.ф.н., профессор кафедры философии Технологического института ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», г. Таганрог;

Богданов В.В., д.ф.н., профессор кафедры философии Технологического института ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», г. Таганрог.

**Работа получена 01.07.2011.**