

4. Соціокультурні, етнонаціональні та релігійні аспекти європейського цивілізаційного вибору українців

Ніна Авер'янова

Українська специфіка масової культури в контексті дослідження європейського цивілізаційного простору

У статті аналізуються особливості сучасної масової культури в Україні.

In the article specificities of modern mass culture in Ukraine are analyzed.

Масова культура нерозривно пов'язана з сучасною цивілізацією, адже саме їй вона завдячує своєму виникненню та бурхливому розвитку. Окрім цього, багато науковців, аналізуючи різноманітні та складні явища культури, звертаються до цивілізаційного підходу в своїх дослідженнях.

Разом із процесом об'єднання техніки, промисловості й мистецтва у XIX ст., що призводив до стандартизації предметного середовища людини та до зниження естетичного рівня мистецтва, з'явилися й перші спроби теоретичного осмислення феномена масової культури. Їх здійснили Лев Войтоловський, Гюстав Лебон, Жан Габріель Тард, Зігмунд Фрейд та ін. На початку XX ст. зазначеною проблематикою зацікавилися Микола Бердяєв, Іван Ільїн. У середині 30-тих років XX ст. масова культура стала предметом дослідження відомого іспанського філософа й громадського діяча Хосе Ортеги-і-Гассета. На його думку, масова культура – це культура людини мас, а маса за своєю суттю не володіє внутрішніми вольовими та ініціативними характеристиками; активність маси може мати лише руйнівний характер. Суттєвий внесок у подальшу розробку питання масової культури зробили представники Франкфуртської школи – Теодор Адорно, Вальтер Беньямін, Герберт Маркузе, Еріх Фромм, Макс Хоркхаймер. Так, наприклад, Вальтер Беньямін песимістично зауважував, що «в епоху технічного відтворення твір мистецтва позбавляється своєї аури» [3, с. 22]. Названі вчені акцентували увагу на негативних явищах в економіці, політиці та в духовному житті суспільства. Вони проголошували масову культуру як розважальну та низькопробну.

70-ті роки XX ст. принесли нові тенденції у наукові дослідження – феномен масової культури почав осмислюватися в іншому ракурсі. У працях Деніела Белла, Елвіна Тоффлера, Алена Турена, Жана Фурастьє та ін. підкреслювалося, що перехід суспільства з індустріальної стадії розвитку на постіндустріальну веде до усереднення культури й мистецтва. Тому цінності, притаманні для еліти, стають доступними для всієї маси. При цьому масова культура змінюється, вона набуває рис, які характерні для народної та високої культури. Найбільш ґрунтовно ідея про позитивний вплив масової культури в суспільстві розроблялася Збігневом Бжезинським, Джоном Макдональдом, Джоном Уайтом та ін. Ці автори розкривали причини виникнення масової культури, аналізували етапи її розвитку, виділяли види і жанри масового мистецтва. У подальшому проблему масової культури розробляли такі автори: Ролан Барт, Жан Бодрійяр, Фелікс Гваттарі, Жиль Дельоз, Жак Дерріда, Умберто Еко, Юлія Крістева, Мішель Фуко та ін. У їхніх працях звучало занепокоєння щодо швидкого поширення візуальних форм мистецтва, підкреслювались можливості

керування масовою свідомістю за допомогою сучасних комунікативних технологій. Нині в західноєвропейській культурології не має єдиної точки зору щодо феномену масової культури.

Феномен масової культури у вітчизняній науковій літературі почав вивчатися лише в 60-тих роках XX ст. Масова культура в Радянському Союзі орієнтувалася на потреби робітничого класу. Тому такі цінності західноєвропейського й американського суспільств як матеріальний достаток, кар'єра, індивідуальний успіх, комфорт відкидалися, вони оголошувалися міщанськими, пережитками безперспективного буржуазного минулого. У роботах радянських вчених Г. Ашина, В. Глазичева, Б. Грушина, Е. Карцевої, Г. Шестакова та ін. масова культура розглядалася як негативне явище, притаманне виключно системі капіталізму. Факт існування масової культури в СРСР взагалі заперечувався, хоча поняття «маса», «пролетарська маса», «масові пісні», «радянські масові свята» вживалися в позитивному значенні. Радянські науковці у своїх працях підкреслювали споживацький характер західноєвропейської та американської масової культури, а також її можливості маніпулювати масовою свідомістю суспільства. Нині проблематикою масової культури займаються такі українські та російські вчені: К. Акоюн, Г. Ашин, Р. Безугла, А. Вартанова, Б. Гройс, А. Данилюк, І. Дзюба, В. Застольська, А. Захаров, З. Кагарлицька, Н. Мельников, Н. Міщенко, Е. Орлова, К. Розлогов, Е. Соколов, В. Степаненко, І. Федорова, А. Шейко, Р. Шульга та ін.

Поняття «масова культура» часто ототожнюється з поняттям «популярна культура». Проте вони означають різні соціокультурні явища, які мають як спільні, так і відмінні риси. В українських і російських дослідженнях, на відміну від західних, переважаючим залишилось поняття «масова культура». Її визначають за допомогою протиставлення іншим концептуальним категоріям – народній культурі, елітарній культурі, культурі робітничого класу та ін. Антиподом масової культури є елітарна культура, яку продукує еліта – особлива група людей, яка є «обраною» у різних сферах суспільного життя. Слід зазначити, що на сьогодні масова культура не постає єдиним монолітом, у ній є твори різного рівня. Тому в масовій культурі виділяють: кітч-культуру (низькопробна культура), мід-культуру (культура середнього рівня), арт-культуру (культура з порівняно високим художнім змістом і естетичним вираженням).

Як відомо, спочатку слово «кітч» означало щось створене для забави та для розваги з низьким рівнем якості. Кітч-культура ґрунтується на видовищах і на максимальному спрощенні діалогу з глядачем. Це, наприклад, можуть бути певні сюжети й спецефекти (у фільмах), принципово спрощені

ритми й композиції (у музиці чи літературі), набір сленгів (у телевізійних передачах). У таких засобах спілкування вбачається діалог з реципієнтом, але діалог «на рівних», «по-простому». У кітч-культурі все уніфікується, стандартизується та робиться впізнаваним, але при цьому у будь-якому творі кітчу присутні етичні аспекти. Мід-культура виникла на противагу кітч-культурі, адже у певної частини суспільства є більш високі потреби, які не може задовольнити спрощена культура кітчу. Мід-культура вважається культурою середнього рівня, у ній містяться риси як традиційної, так і масової культури. Арт-культура спрямована на реципієнтів з освітою, вона прагне до зближення масової і традиційної культури.

Більшість дослідників вважають, що масова культура – це культура, яка звернена до широкої аудиторії, вона призначена для сприймання її натовпом, масою. Масова культура має безліч визначень, проте «відправною точкою для кожного визначення масової культури є те очевидне зауваження, що масова культура – це просто культура, яка подобається значній кількості людей [10, с. 21]. Спочатку досить часто під поняттям «масова культура» розуміли тільки кількісні характеристики, тобто можливість тиражування творів мистецтва та їхній вихід на масову аудиторію. У подальшому під терміном «масова культура» почали розуміти якісні зміни, адже продукція масової культури ще не означає низький професійний рівень.

Оскільки фотографія, кінематограф, радіо, телебачення, Інтернет, призвели до того, що культура та мистецтво стали репродукуватися в широких масштабах, то масова культура заповнила собою всі сфери людського буття – і ті, які стосуються мистецтва, і ті, які пов'язані з побутом та стосунками між людьми. І якщо раніше технічні винаходи просто слугували людині, то тепер нові технології активно входять в приватне життя людини. Особливу роль у цьому процесі виконують засоби масової інформації, до них традиційно включають пресу, телебачення, кінематограф, радіо, Інтернет. Як відомо, засоби масової інформації – це комплексний засіб пізнання людиною оточуючого світу, це сильний стратегічний засіб формування масової свідомості, стереотипів, громадянських цінностей, спільної ідентичності суспільства. Трансляція інформації – перша й основна функція ЗМІ, адже новини внутрішньої та зовнішньої політики держави, події ділового, культурного і суспільного життя країни – фундамент інформаційного блоку будь-якого медіа-тексту (газет, журналів, радіо, ТБ). Окрім інформування, мас-медіа покликані розважати свою аудиторію (видовище – важлива якість сучасних ЗМІ), переконувати аудиторію (суттєву роль у цьому відіграє реклама), транслявати духовні цінності даної культури.

Оскільки відбувається широка експансія візуальних форм масової культури як у життя суспільства в цілому, так і окремої його особистості, то телевізор і комп'ютер створюють новий режим сприйняття. Візуальний образ, на відміну від друкованого тексту, сприймається миттєво, він діє, в першу чергу, на рівні підсвідомості, що не сприяє запам'ятовуванню. Читання книг, серйозних журналів і газет відійшло на другий план, але читання, як відомо, – це особливий тип розумової праці, який розвиває абстрактне й логічне мислення, здатність до концентрації уваги. Коли людина перестає читати, то вона втрачає здатність до швидких асоціацій, до яскравості уявлень, до емоційності сприйняття. На даний момент «...молодь більше схильна до сприйняття «картинок», образів, що заміщують собою дійсні речі, аніж до роботи інтелекту» [6, с. 144]. Звичайно,

Інтернет – універсальне джерело інформації, тут можна знайти будь-яку книгу, фільм, записи різних шоу й концертів відомих артистів та інші матеріали, які цікавлять людину. Так, наприклад, у 1995 р. на конференції у Брюсселі серед багатьох інших проектів був прийнятий і проект створення глобальної електронної бібліотеки, глобальної мережі електронних музеїв і картинних галерей, що «повинно забезпечити доступ до всіх досягнень світової культури навіть у найвіддаленіші куточки планети» [1, с. 53]. Тобто інформаційні мережі дають доступ до будь-якої необхідної інформації, вони наближують центр і периферію, що є великим досягненням сучасності. Проте інформація, отримана лише через сучасні візуальні образи – це ще не формування думок і висновків; сприймати інформацією – ще не означає думати, замислюватися, аналізувати.

Масовій культурі притаманні загальнодоступність і серійність, видовища й розваги, універсальна мова, постійна затребуваність її продукції, орієнтованість на чуттєвість і примітивну емоційність, завжди строге підкорення домінуючим силам у соціумі. Масова культура розрахована на будь-які смаки, тут творчість зведена до певного стандарту. Реальний, складний, багатоманітний і багатогранний світ перетворюється в яскраву картинку – видовище, яке є основним формотворчим елементом у всіх видах масової культури. Обов'язковим елементом масової культури є цікавість, адже продукція масової культури повинна мати комерційний успіх. Сюжет (обов'язково з інтригою) і мова масової культури, з позицій елітарної культури, спрощені, вони не вимагають серйозного інтелектуального осмислення, проте якісні – інакше продукція не матиме комерційного успіху. Масова культура і масове мистецтво весь час запозичують сюжети, тематику, образи і символіку у народного та високого мистецтва. У свою чергу, народне і високе мистецтво відчуває на собі вплив масової культури й мистецтва, а вдалі його прийоми і засоби запозичує й собі. У наш час, зауважує Наталя Міщенко, розвиток масової культури заперечує думку про те, що масова й висока культура не можуть існувати разом, адже вони вже співіснують, створюючи єдиний процес функціонування сучасної культури. Таким чином, спроби заборонити чи відкинути масову культуру – нереальні й недоцільні [8].

У сучасному суспільстві масова культура, на думку Ольги Бірічевської, відіграє низку функцій, як позитивних, так і негативних. Серед цих функцій: акумуляція і трансляція базових цінностей, які забезпечують соціалізацію особистості в умовах індустріальної й постіндустріальної інформаційної цивілізації; вироблення загального ціннісно-смыслового контексту сприйняття дійсності у різних сферах діяльності; нагромадження і розповсюдження знань, створення нових можливостей для самореалізації особистості; трансляція смислів від спеціалізованих культур до буденної свідомості й культури; стандартизація соціально-культурних установок, інтересів і потреб основної маси населення на основі «міфології» особистого щастя як життєвого успіху й комфорту; міфологізація соціальних і природних процесів, виправдання реальності як її симуляція («ерзац-культура», «індустрія мрій», «суспільство спектаклю», культура «симулякрів»); забезпечення стабільного й комфортного існування для більшої частини населення за рахунок згладжування деструктивних тенденцій; врегулювання психологічного й морального стану суспільства; інтенсифікація процесів ефективного маніпулювання суспільною свідомістю; маркетингізація практично всього спектра інтересів і потреб, створення ефективного

маркетингу безперервного масового споживання (масова культура як «машина бажань і спокуси») [4].

Таким чином, з одного боку, масова культура дає можливість підвищити загальний рівень культури людини, розширити її світогляд, забезпечує соціалізацію особистості, регулює психологічний стан як усього суспільства, так і окремої його особистості за рахунок зняття напруги та забезпечення комфортного існування, а з іншого, – масова культура сприяє стандартизації та уніфікації, призводить до проявів бездуховності, утилітарного й егоїстичного ставлення до життя.

Сьогодні масова культура в Україні – це варіант «вестернізації» та варіант російської масової культури. Нині Україна не має чіткого контролю над виробництвом власної масової продукції. На екранах телевізорів, на сайтах в Інтернеті спостерігається тотальне засилля американських кінофільмів і російських телесеріалів; безліч шоу, калькованих з американських телепередач, переважає західна й російська популярна музика. Сучасна масова культура в українському суспільстві пропонує широкий вибір готових зразків і стилів поведінки, калькованих із західних і американських зразків і стилів. Адже ці зразки комерційної реклами, які створюються західними і американськими менеджерами з розрахунку на «середнього» споживача, у нашому українському суспільстві сприймаються як символи й ознаки елітарності. Люди вибирають ті, які їм подобаються і які вони вважають еталоном та намагаються «імплантувати» ці зразки у власне життя.

Культура сучасного українського суспільства – це культура споживання, гламуру, шоу-індустрії. Ще Іполит Тен підкреслював: «Щоб зрозуміти будь-який художній твір, митця чи школу митців, необхідно точно уявити собі загальний стан інтелектуального й морального розвитку того часу, до якого вони належать» [11, с. 10]. Явища агресії, цинізму, жорстокості, порнографії заповнили інформаційне поле України. На телебаченні без обмежень транслюються програми, де показуються жорсткі сцени дорослого життя, брехня як спосіб досягнення успіху, кар'єра будь-якими засобами, пропагуються вільні сексуальні стосунки та ін. Українські ЗМІ широко транслюють стійкі чоловічі стереотипи та фантазії стосовно жіночої статі. Оскільки стереотипи тісно пов'язані з життєдіяльністю як усього суспільства в цілому, так і окремої групи людей, то за допомогою стереотипів легко маніпулювати свідомістю суспільства. Засоби масової інформації поступово привчають людину мислити стереотипами. Наприклад, типовий медіа-образ сучасного чоловіка – це сексуальний чоловік-герой, діловито-активний, рішучий та креативний; він, за бажанням, може завоювати будь-яку жінку, за можливості не уникає випадкових сексуальних контактів; постійно ризикує в житті, не соромиться непристойних виразів у розмові, вживає алкоголь, бере участь у жорстоких бійках, його агресивна поведінка – це спосіб вирішення конфліктів, де він, звичайно, перемагає. У цілому, образ чоловіка – активно-творчий, чоловіче асоціюється з логікою, силою, хоробрістю, незалежністю, цілеспрямованістю, раціональністю, лідерством, ризиком, домінуванням та агресивністю. У результаті тиражування таких типових медіа-образів в аудиторії ЗМІ формуються певні асоціації і переконання із спотвореними поведінковими та суспільними цінностями. Досягнення та успіх такого чоловіка сприймаються як належне, завдяки його вродженим можливостям та якостям. Мас-медіа показують нам, що можна бути красивими, успішними і привабливими,

але при цьому не дотримуватись здорового способу життя; складається враження, що якщо в суспільстві не спрацюють юридичні норми і закони, складно домогтися правди й справедливості, то саме чоловік з такими якостями зможе вирішувати проблеми.

Жінка у більшості ЗМІ скромно посідає місце «берегині вогнища», вірної подруги та соратниці чоловіка, сексуальної «кішечки», а якщо вона й реалізувала себе в соціальній сфері, то її досягнення трактуються як «щаслива випадковість» або як результат величезних зусиль. Жіноче асоціюється з високою емоційністю, інтуїцією, тілесною красою, сексуальною чуттєвістю, покірністю, підлеглістю, залежністю, пасивністю, миролюбністю та фізичною слабкістю; образ жінки – це «пасивно-репродуктивне джерело».

Варто зауважити, що у розвинених країнах світу (Великобританії, Німеччині, Франції, Японії, США, Австралії та ін.) у вечірніх телевізійних передачах встановлюється чіткий розподіл програм, які мають відповідати вимогам загальної аудиторії, зокрема і дітей. На працівників телебачення покладені важливі обов'язки – захистити телеаудиторію від надмірного показу непристойностей та насилля. Існують вимоги для сучасних моделей телевізорів – включення блоків, що надають можливість батькам чи опікунам дітей відфільтрувати деякі програми. Вся відеопродукція маркується в залежності від вікових груп (наприклад, «для перегляду разом з батьками», «перегляд без батьків заборонений», «дозволено дітям після 12 років» та ін.) [5, с. 200].

Сьогодні все більше й більше українських молодих людей залучається до «гламурної реальності». Сучасний гламур – це надзвичайно широке поняття, до якого входять культура споживання, певна конструкція тіла, відповідна поведінка, наслідування моди, спосіб життя, види дозвілля, відвідування певних закладів та ін. «Гламур – це по суті специфічний настрій суспільства масового споживання, особливе світосприйняття, де акцентується увага на розкоші та «зовнішньому» блиску та нівелюються основні духовні пріоритети людини. У даного явища обширний простір комунікації, а межі його ідеологічної експансії на світ духовної культури досить широкий» [2, с. 67]. Гламурний стиль життя найперше пов'язаний із розкішшю, красою, сексуальністю, еротизмом, епатажем, вишуканістю і чарівністю.

Зовнішнім важливим атрибутом гламурності є тіло, яке з часом перетворюється на об'єкт обожнювання та специфічного культу. Тіло людини поступово перестає належати їй, воно є предметом гордості та розкоші, на його вдосконалення витрачаються величезні кошти. У свою чергу, тіло може стати способом отримання прибутку, успіху, сприяти формуванню позитивного іміджу його власника. Гламурна тілесність передбачає тіло-ідеал, який у природі не існує й існувати не може. До людського тіла висувуються вимоги й критерії, пов'язані з культом здоров'я та сексуальних потреб. Звичайно, звернення до здорового способу життя – зайняття спортом для краси і здоров'я свого тіла – позитивне явище. Проте більшість людей прагнуть мати прекрасне тіло без зайвих зусиль і якомога швидше. Для цього тіло піддається насиллю – цілому комплексу болісних, інколи шкідливих для здоров'я, фізично важких процедур та операцій. Наприклад, за допомогою хірургічних втручань жінки збільшують собі губи й груди, зменшують або збільшують сідниці й стегна, прибирають зморшки на обличчі та ін. Чоловіки також позбавляються зморшок на обличчі, вирівнюють зуби, нарощують м'язи, імплантують волосся та ін. Однак бувають тільки образи «ідеального» тіла, що настирливо

рекламується мас-медіа, яке фізично існувати не може, адже воно суперечить законам природи.

Таким чином, масова культура – це невід’ємна частина нашого життя, це реальність, якою не можна нехтувати. Тому негативне ставлення до масової культури й вишукування в ній лише недоліків, що досить часто спостерігається у дослідників, не може принести позитивних результатів у вирішенні проблеми підняття рівня масової культури. Звичайно, масова культура робить свій внесок в деградацію суспільства і найбільший її мінус – це апелювання до людських інстинктів: до сексу, насильства та ін. Але тут не можна не погодитися з думкою А. Захарова, який підкреслював: «Очевидно, винна не масова культура сама по собі, а конкретні письменники, кінорежисери, продюсери, журналісти, видавці, які цю культуру «виробляють» і яких необхідно надавати компетентній професійній критиці» [7, с. 13]. Масова культура має позитиви, хоча б у тому, що вона докорінно трансформувала спосіб спілкування людей і суспільство отримало необмежений доступ до будь-якої інформації.

Отже, сучасна масова культура в Україні характеризується швидкими змінами, які відбуваються в процесі трансформації суспільства. Можна говорити про те, що в Україні створилася певна модель поведінки сучасної масової людини – це життя з насолодою та розкішшю, бажання весело й безтурботно проводити дозвілля, піклування про власний комфорт та імідж. Тому в подальшому розвиток масової культури в Україні багато в чому буде залежати від діячів культури

й мистецтва, від державної політики, а також у значній мірі від освіти й виховання молоді. Важливо як у процесі продукування масової культури, так і в процесі її сприйняття навчитися дотримуватися етичних, моральних і правових норм. Сьогодні масова культура як в Україні, так і в світовому цивілізаційному просторі формує сучасну людину та її середовище.

1. Акопян К. З., Захаров А. В., Кагарлицкая С. Я. Массовая культура / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2004. – 304 с.
2. Безугла Р. І. Гламур: осмислення феномена тілесності / Руслана Іванівна Безугла // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтва. – 2011. – № 4. – С. 63–68.
3. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / Вальтер Беньямин. – М.: Медиум, 1996. – 240 с.
4. Биричевская О. Ю. Природа и социальные функции массовой культуры. Автореф. дис... доктора филос. наук: 09.00.11. – Санкт-Петербург, 2006. – 32 с.
5. Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психологические последствия демонстрации сцен насилия на телевидении // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12, Психология. Социология. Педагогика. – 2009. – Выпуск 4. – С. 194–204.
6. Дротянко Л. Г. Масова культура в інформаційному суспільстві / Л. Г. Дротянко // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія. – 2009. – № 1 (9). – С. 141–144.
7. Захаров А. В. Массовое общество и культура в России: социально-типологический анализ / А. В. Захаров // Вопросы философии. – 2003. – № 9. – С. 3–16.
8. Міщенко Н. Д. Масова культура як предмет філософського аналізу. Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.04 / Харківський державний університет. – Х., 1999. – 20 с.
9. Саенкова Л. П. Массовая культура: эволюция зрелищных форм / Л. П. Саенкова. – Минск: Издательский центр Белорусского государственного университета, 2003. – 123 с.
10. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура / Джон Сторі / Переклад з англ. Сергія Савченка. – К.: Акта, 2005. – 356 с.
11. Тэн И. Философия искусства / И. Тэн. – М.: Республика, 1996. – 351 с.

Ірина Алексєєнко

Глобалізаційні процеси і цивілізаційні трансформації як умови самовизначення народів

Сучасна політична теорія зіткнулася з новими реаліями сучасності, які можна розглядати як новий контекст самовизначення народів і націй, якого не знало політичне і правове мислення минулого. У нових умовах геополітичної і стратегічної конфігурації державної політики України потрібне переосмислення ряду фундаментальних політологічних і юридичних категорій, до яких відносяться «право на самовизначення», «державний суверенітет», «автономія і самоврядування».

A modern political theory is faced with new realities of contemporaneity, which can be examined as a new context of self-determination of people and nations, which was not known by political and legal thought of the past. Rethinking of fundamental political and legal categories to which belong «right of self-determination», «state sovereignty», «autonomy and self-government» is needed in the new terms of geopolitical and strategic configuration of public policy of Ukraine.

Сучасна політична теорія зіткнулася з новими реаліями сучасності, які можна розглядати як новий контекст самовизначення народів і націй, якого не знало політичне і правове мислення минулого. У нових умовах геополітичної і стратегічної конфігурації державної політики України потрібне переосмислення ряду фундаментальних політологічних і юридичних категорій, до яких відносяться «право на самовизначення», «державний суверенітет», «автономія і самоврядування».

Сучасний політичний досвід вказує на необхідність створення складних формул для багатонаціональних утворень. Впродовж останніх двох десятиліть у вітчизняному державознавстві сформувався загальне переконання стосовно того, що процеси демократизації в розділених по етнічних лініях суспільства вимагають особливої державно-правової творчості й особливої конфігурації політико-правових інститутів. Традиційні уявлення про формально-правову рівність не придатні для формування влади в багатоетнічному суспільстві, як виявляються не придатними і традиційні інститути і механізми захисту прав людини, що «не працюють» в умовах глобалізації світу і пов'язаної з нею етнократією.

Значно збагачують дослідницьке поле праці таких вчених, як: А. Абашидзе, А. Арешев, І. Блищенко, С. Бабуріна, Ю. Барсегова, Д. Бараташвілі, К. Бекішева, Г. Вельямінова, В. Захарова, Г. Ігнатенко, А. Капустіна, В. Карташкіна, Б. Клименко, Г. Курдюкова, І. Лукашука, Г. Тункіна, У. Альтерматта, Д. Горовіца, Е. Клайна, А. Крістеску, К. Поппера та ін., які присвячені різним формам національного державного будівництва, самовизначенню народів і феномену етнократії в умовах сучасного процесу глобалізації.

Разом з тим, потребує більш детального висвітлення ряд негативних аспектів самовизначення націй, де останнє розглядалося би як один з тих принципів суспільного розвитку, які вимагають перегляду в контексті нових міжнародних політичних і економічних реалій, пов'язаних з процесами розповсюдження ідеології відкритого суспільства і побудовою глобальної демократії.

Варто нагадати, що ще наприкінці XIX ст. був відкинтий «принцип порогу» (принцип розумної достатності й розподілу народів на «історичні й не історичні»), що був ключовим для націоналізму ліберальної епохи. Відтоді теоретично будь-які народності, які вважали себе «націями», могли дома-