

Глобалные медиа и локальные идентичности (между культурной гомогенизацией и культурной гибридизацией)

**Др Звездана М.
Елзович / Филип М.
Обрадович**

Институт сербской
культуры,
Приштина – Лепосавич

УДК 316.776.33(100):
316.35.023.4

zvezdana.el@gmail.com
philipobradovich@gmail.com

Аннотация: В статье анализируются сложные взаимосвязи между глобальными медиапотокми и локальными культурными идентичностями с особым акцентом на феномены культурной гомогенизации, гибридизации и глобализации. Глобальные медиа посредством социальных сетей и современных цифровых платформ все больше формируют повседневные практики, ценности и модели идентичности по всему миру. Однако их влияние не является однозначным. Локальные сообщества и пользователи цифровых технологий выступают не пассивными потребителями, а активными участниками процесса переосмысления и адаптации к глобальному медиаконтенту.

Ключевые слова: глобальные медиа, локальная идентичность, культурная гибридизация, глокализация, цифровая культура.

В современном глобализированном обществе границы между местным и глобальным становятся все более слабыми, особенно в сегменте культуры и медиа. Глобализация подразумевает не только экономические процессы, но и распространение культурных моделей, ценностей и образа жизни через различные медиаканалы. В этом контексте глобальные медиа играют ключевую роль как трансляторы культурных содержаний, формирующих повседневные практики, идентичности и самовосприятие индивидов и сообществ. Интернет и цифровые платформы, такие как Netflix, YouTube, TikTok, Instagram и другие, обеспечили широкий и быстрый доступ к разнообразным контентам, но в то же время подняли вопрос о доминировании определенных культурных моделей, преимущественно западного происхождения.

Часто возникает вопрос: «Приводит ли повсеместное распространение глобального медиаконтента к культурной гомогенизации, то есть к вытеснению и стиранию локальных особенностей и идентичностей, или же на самом деле возникает процесс культурной гибридизации, в котором местные сооб-

щества активно участвуют в переосмыслении и адаптации глобальных влияний, создавая новые, гибридные формы культурного самовыражения?».¹ Данная дилемма находится в центре современных исследований культуры и медиа, поскольку она открывает возможность рассматривать локальные сообщества не исключительно как пассивных получателей глобальных содержаний, но и как активных участников процесса культурной продукции.

Целью настоящей статьи является исследование влияния глобальных медиапотоков на формирование локальных культурных идентичностей. Особое внимание будет уделено молодому поколению, выросшему в цифровой среде и ежедневно участвующему в глобальном культурном обмене, зачастую неосознанно балансирующему между культурными образцами, заимствованными из глобальных медиа, и местными нормами и ценностями, в которых происходит их социализация.

Исходя из теоретических концепций культурной гомогенизации, культурной гибридации и глокализации, в статье предпринимается попытка критически проанализировать, как идентичности обсуждаются, трансформируются и переопределяются в современном медиaprостранстве. Подобный подход позволяет углубить понимание актуальных культурных динамик и дает представление о сложности взаимосвязи между глобальным влиянием и локальным культурным контекстом.

В современную эпоху цифровой взаимосвязи глобальные медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов людей по всему миру. Указанные медиасилы, от крупных корпоративных сетей до социальных платформ, таких как YouTube, Netflix, TikTok и Instagram, играют ключевую роль в формировании культурных нарративов, норм и идентичностей. Благодаря технологическому прогрессу и глобальной взаимосвязи культурный контент сегодня распространяется с высокой скоростью и на значительные расстояния, стирая как пространственные, так и языковые барьеры. Однако это изменение также поднимает важный вопрос: какова взаимосвязь между глобальным производством медиаконтента и локальными культурными идентичностями?

Часть исследователей, занимающихся данной проблематикой, предупреждает об опасности культурной гомогенизации, то есть процесса, в рамках которого локальные культуры становятся все более схожими вследствие доминирования западных медиамodelей и контента. Балогун и Аруотуре указывают, что социальные сети, несмотря на их потенциальную способность обеспечивать культурное разнообразие, нередко способствуют распространению единого, доминирующего культурного образца, маргинализирующего локальные голоса и ценности.² Такое доминирование можно рассматривать через призму медиаимпериализма, при котором глобаль-

¹ Robertson, R. (1997). *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global Modernities* (pp. 25–44).

² Balogun, S. K., & Aruoture, E. (2024). Cultural homogenization vs. cultural diversity: Social media's double-edged sword in the age of globalization. *African Journal of Social and Behavioural Sciences*, 14(4).

ный медиа-рынок, руководствуясь интересами крупных западных корпораций, вытесняет локальные производства и формы культурного выражения.³

Противоположный подход рассматривает роль глобальных медиа не только как силу гомогенизации, но и как пространство культурной гибридации. Речь идет о динамичном процессе смешения глобальных и локальных элементов, в результате которого формируются новые формы выражения. Кипнгетич подчеркивает что идентичности в глобализованном обществе все чаще формируются путем объединения и сочетания культурных кодов из разных источников, что приводит к возникновению новых гибридных форм, не являющихся ни «чисто локальными», ни «полностью глобальными».⁴ Примеры подобных практик можно наблюдать в локальных версиях глобальных трендов, таких как TikTok-челленджи, реализуемые на местных языках, или YouTube-инфлюенсеры, использующие глобальные форматы, но с локальной тематикой и юмором.

В современную эпоху цифровой взаимосвязанности культурная гибридация становится все более значимым понятием для понимания взаимоотношений между локальными культурными практиками и глобальными медиавлияниями. Этот процесс не сводится к простому смешению культур, а представляет собой чрезвычайно сложную динамику, в рамках которой индивиды и сообщества одновременно принимают, трансформируют и переосмысливают элементы различных культурных кодов. В этом смысле культурная гибридация является пространством переговоров, сопротивления, креативности и адаптации, наиболее ярко проявляясь в повседневном использовании языка, цифровых ритуалах и популярной культуре.

Одним из ключевых пространств, где происходит гибридация, является диаспора. Люди, живущие между различными географическими, языковыми и культурными контекстами, формируют идентичности, которые являются текучими, многослойными и транскультурными. Исследование «Между мирами» („Between Worlds“ 2024) показывает, что диаспорные сообщества в цифровом пространстве создают специфические культурные выражения, которые сочетают местные корни с глобальными дискурсами. Эти выражения включают в себя смешение языков (например, спанглиш, хинглиш), адаптированные ритуалы, мультикультурную музыку и новую повседневную символику. Исследование Лутца и Арагона показывает, как алгоритмы социальных сетей, таких как TikTok, часто пытаются «сжать» сложные языковые и культурные выражения в стандартизированные, коммерчески привлекательные формат.⁵ Тем не менее пользователи часто сознательно сохраняют и развивают свою культурную специфику именно через эти платформы, что подтверждает идею о том, что аудитория не явля-

³ Siregar, A. K., Effendi, S., & Purwanto, E. A. (2024). The influence of mass media in the process of cultural globalization. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 45(1), 1–10.

⁴ Kipng'etich, L. (2024). Cultural hybridity and identity formation in globalized societies. *International Journal of Humanity and Social Sciences*, 2(5), 14–25.

⁵ Lutz, N., & Aragon, C. (2024). "We're not all construction workers": Algorithmic Compression of Latinidad on TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8(CSCW2), 1–31.

ется пассивным получателем контента, а активным создателем культурного значения.

Роль цифровых медиа в процессе гибридизации особенно заметна на примере популярной культуры, такой как корейская поп-музыка. Фильм «Кей-поп-охотницы на демонов», недавно вышедший на Netflix, привлек большое внимание и вызвал споры. Хотя в основе фильма лежат корейская мифология и эстетика, его содержание включает элементы других азиатских культурных традиций, что вызвало обвинения в культурной апроприации, особенно со стороны китайских сообществ и кругов.⁶ Однако фильм добился огромного успеха на глобальном уровне, показав, как гибридный контент может преодолевать языковые и культурные границы, а также поднимать новые вопросы о собственности, аутентичности и репрезентации.

В теоретическом плане процесс культурной гибридизации можно понять через концепцию «третьего пространства», разработанную Хоми Бхабхой. Он считает, что культурные идентичности не существуют как чистые, фиксированные категории, а постоянно конструируются и преобразуются в пространстве между культурами, в третьем пространстве, которое является одновременно конфликтным и креативным.⁷

В современном контексте особенно важна концепция «платформенного империализма», предложенная Дале Ён Джином. Он указывает на то, что глобальные цифровые платформы не только распространяют контент, но и формируют и направляют способы, с помощью которых культурные выражения воспринимаются, делятся и оцениваются.⁸ Тем не менее локальные сообщества продолжают находить способы использовать те же инструменты для создания собственных нарративов. Например, корейская культурная волна (Халлю) не смогла бы оказать глобальное влияние без активного участия локальных поклонников, переводчиков и создателей контента, которые адаптируют и переосмысливают материалы для разных рынков, не теряя при этом локальной специфики.⁹

Культурная гибридизация, таким образом, не сводится к простой симбиозе «западного» и «локального», а должна рассматриваться как сложный процесс, в рамках которого идентичности, язык, символы и нормы постоянно подвергаются обсуждению. В этом процессе аудитория играет не пассивную, а активную и творческую роль. Цифровой мир предоставляет новые пространства для самовыражения и коммуникации, но одновременно порождает новые вызовы в плане видимости, контроля и коммерциализации идентичности. Культурная гибридизация становится ключевым аспек-

⁶ India Times. (2024). *Netflix's K-pop Demon Hunters sparks culture war; accused of stealing Chinese traditions*: <https://indiatimes.com/trending/netflixs-k-pop-demon-hunters-sparks-culture-war-accused-of-stealing-chinese-traditions-despite-breaking-global-streaming-records-661869.html>

⁷ Bhandari, N. B. (2022). Homi K. Bhabha's third space theory and cultural identity today: a critical review. *Prithvi Academic Journal*, 171–181.

⁸ in, D. Y. (2015). *Digital platforms, imperialism, and political economy*. Routledge.

⁹ Chen, S. (2016). Cultural technology: A framework for marketing cultural exports—analysis of Hallyu (the Korean wave). *International Marketing Review*, 33(1), 25–50.

том понимания современного мира — пространства встречи, конфликта и создания новых культурных горизонтов.¹⁰

Особенно важную роль в этих процессах играют молодые люди, которые в курсе самого актуального глобального контента и наиболее активно формируют свою цифровую идентичность. Исследования показывают, что молодые люди используют социальные сети не только для потребления контента, но и для самовыражения, сетевого взаимодействия и переосмысления культурных значений.¹¹ В этом смысле социальные сети становятся пространствами для переговоров об идентичности, то есть местами, где глобальное и локальное постоянно встречаются, сталкиваются и трансформируются. В современную цифровую эпоху, когда границы между «локальным» и «глобальным» становятся все более размытыми, теоретическая концепция глокализации предоставляет чрезвычайно полезную основу для понимания культурных, медийных и идентичностных процессов. Термин «глокализация» (Анг. Glocalization), популяризированный социологом Роландом Робертсоном, обозначает одновременное присутствие глобальных и локальных динамик. По его мнению, глобальные культурные и медиаконтенты проникают в локальные сообщества не одинаково по всему миру, а адаптируются, трансформируются и контекстуализируются в соответствии с локальными вкусами, нормами, ценностями и потребностями.¹²

В современном глобализованном и цифрово взаимосвязанном обществе взаимоотношение между глобальными медиа и локальными идентичностями все чаще формируется посредством процессов культурной гомогенизации, гибридизации и глокализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- AJPO. (2024). Impact of social media on cultural identity in urban youth. *African Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Sciences*, 3(2).
- Balogun, S. K., & Aruoture, E. (2024). Cultural homogenization vs. cultural diversity: Social media's double-edged sword in the age of globalization. *African Journal of Social and Behavioural Sciences*, 14(4).
- Bhabha, H. K. (1994). The postcolonial and the postmodern: The question of agency. *The location of culture*, 171–197.
- Bhandari, N. B. (2022). Homi K. Bhabha's third space theory and cultural identity today: a critical review. *Prithvi Academic Journal*, 171–181.
- Chen, S. (2016). Cultural technology: A framework for marketing cultural exports—analysis of Hallyu (the Korean wave). *International Marketing Review*, 33(1), 25–50.
- Gineperda, L. (2024). Global sports and localized fandom: The glocal identity of football supporters. *Journal of Sport and Culture Studies*, 11(1), 44–62.

¹⁰ Stockhammer, P. W. (2011). Conceptualizing cultural hybridization in archaeology. In *Conceptualizing Cultural Hybridization: A Transdisciplinary Approach* (pp. 43–58). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

¹¹ AJPO. (2024). Impact of social media on cultural identity in urban youth. *African Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Sciences*, 3(2).

¹² Robertson, R. (1997). *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global Modernities* (pp. 25–44).

- Hall, S. (2015). Cultural Identity and Diaspora. In *Colonial discourse and post-colonial theory* (pp. 392–403). Routledge.
- India Times. (2024). *Netflix's K-pop Demon Hunters sparks culture war, accused of stealing Chinese traditions*. Dostupno na: <https://indiatimes.com/trending/netflixs-k-pop-demon-hunters-sparks-culture-war-accused-of-stealing-chinese-traditions-despite-breaking-global-streaming-records-661869.html>
- Istanbuli, L. (2025). Cultural translation and the neoliberal landscape of glocalized media. *Media and Identity Studies*, 4(1), 22–37.
- Jin, D. Y. (2015). *Digital platforms, imperialism, and political economy*. Routledge.
- Jin, D. Y. (2017). Rise of platform imperialism in the networked Korean society: A critical analysis of the corporate sphere. *Asiascape: Digital Asia*, 4(3), 209–232.
- Kipng'etich, L. (2024). Cultural hybridity and identity formation in globalized societies. *International Journal of Humanity and Social Sciences*, 2(5), 14–25.
- Lutz, N., & Aragon, C. (2024). "We're not all construction workers": Algorithmic Compression of Latinidad on TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8(CSCW2), 1–31.
- Rivera, A., Morales, J., & Castillo, F. (2024). Digital journalism in Ecuador: Glocal content strategies post-pandemic. *Journal of Digital Media Studies*, 5(2), 1–18.
- Robertson, D. (2024). *Chinese to English Video Game Linguists and Culture Specific Items in the Translation of a Wuxia RPG: a controlled partial-localisation case study* (Doctoral dissertation, Newcastle University).
- Robertson, R. (1995). *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (25–44). SAGE.
- Robertson, R. (1997). *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global Modernities* (pp. 25–44). Sage
- Siregar, A. K., Effendi, S., & Purwanto, E. A. (2024). The influence of mass media in the process of cultural globalization. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 45(1), 1–10.
- Stockhammer, P. W. (2011). Conceptualizing cultural hybridization in archaeology. In *Conceptualizing Cultural Hybridization: A Transdisciplinary Approach* (pp. 43–58). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Utomo, A. B. (2024). *Glocalisation and paradiplomacy: Localising global agendas through local networks*. E-International Relations. Dostupno na: <https://www.e-ir.info/2024/12/08/glocalisation-and-paradiplomacy-localising-global-agendas-through-local-networks>.

Zvezdana Elezović / Filip Obradović

Summary

GLOBAL MEDIA AND LOCAL IDENTITIES

(Between Cultural Homogenization and Cultural Hybridization)

The article analyzes the complex interrelationships between global media flows and local cultural identities, with particular emphasis on the phenomena of cultural

homogenization, hybridization, and glocalization. Global media, through social networks and contemporary digital platforms, increasingly shape everyday practices, values, and models of identity around the world. However, their influence is not unambiguous. Local communities and digital technology users do not act as passive consumers, but as active participants in the process of reinterpreting and adapting global media content.

Keywords: global media, local identity, cultural hybridization, glocalization, digital culture.