

Nikola Jović¹

*Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka*

Kultura i globalizacija – suprotstavljena tumačenja²

Apstrakt

Autorova namera je da u ovom tekstu analizira suprotstavljena tumačenja odnosa kulture i globalizacije. U prvom delu teksta autor razmatra kritičku literaturu koja globalizaciju u kulturi vidi kao izazov homogenim nacionalnim i lokalnim kulturama. U nastavku, pažnja je posvećena drugačijem diskursu u analizi složenog odnosa kulture i globalizacije. Taj diskurs globalizaciju u kulturi determiniše ne kao standardizaciju već kao širenje svesti o različitostima i kulturnim posebnostima. U trećem delu rada ponuđen je jedan od mogućih odgovora na pitanje kuda može voditi globalizacija u kulturi.

Ključne reči:

homogenizacija, amerikanizacija, masovna kultura, heterogenizacija, kreolizacija, globalna kultura

¹ Email: nikola.jovic@fpn.bg.ac.rs

² Tekst predstavlja rezultat istraživanja pri izradi master teze "Zasnovanost kritika globalizacije", odbranjene na Univerzitetu u Beogradu – Fakultetu političkih nauka 2011. godine.

KULTURA U SVETU KOJI SE GLOBALIZUJE

Vrtoglavi uspon *Gutenbergove galaksije*³ i razvoj elektronskih medija i Interneta, u novije vreme, promenili su svet iz korena. Padom Berlinskog zida uklonjene su i ideološke prepreke diseminaciji poruka, što je posledično ubrzalo proces globalizacije u svakom njegovom aspektu, a posebno u kulturnom. Kao posledica tehničko-tehnološke revolucije naše vreme je, kako ga je kanadski profesor Maršal Mekluan (Marshall McLuhan) opisao, vreme „elektronskog globalnog sela“.⁴ To znači da je vremenska distanca u širenju kulturnih sadržaja prevaziđena. Vesti se ne šalju sve brže i brže, one su istovremene svuda. To implicitno znači da je i geografska distanca prevaziđena. Čini se da sateliti, globalne televizijske mreže i Internet sve više razvijaju svest o nedeljivosti sveta. Svest da je svet jedan. Da li je i svetska kultura jedna? Kakva je ta kultura? I naposljetku, čija je ta kultura? Da li je to kultura svetskog društva ili svetskog hegemonu? Neophodni koncepti za razumevanje kulturološkog aspekta globalizacije, u jednom delu dominantne literature, jesu koncepti: homogenizacije, vesternizacije i amerikanizacije. Sa druge strane, rivalski pristupi služe se konceptima heterogenizacije, kreolizacije i hibridizacije.

Složenost istraživanja kulture proizlazi, pre svega, iz složenosti određenja pojma kultura. Problemi određenja kulture manifestuju se u postojanju različitih pristupa definisanju. Za jedne je kultura urođena, za druge je ona naučena. Jedni smatraju da je ona izraz onog najboljeg i najduhovnijeg u čoveku, dok je za druge ona izraz *poliranja uma* (Jelena Đorđević). Neki smatraju da su kultura i civilizacija isto, dok za druge ova dva pojma predstavljaju različito. Za jedne je kultura izraz načina života čovekove zajednice, dok je za druge ona proizvod uskog broja istinskih stvaralaca.⁵ Kada tako složen pojam analitički povežete sa još složenijim pojmom, kakva je globalizacija, dobijete izuzetno zahtevan predmet istraživanja, koji se odupire svakom pojednostavljanju.

Problemi definisanja i određenja nastavljaju se i kada je reč o globalizaciji. Uprkos činjenici da svakodnevno utiče na naše živote, globalizaciju je teško definisati. Definicije globalizacije uglavnom su deskriptivnog karaktera i najčešće, zadržavajući se na površini, ne zadiru u dubinu kako bi objasnile šta je suština intenziviranja globalizacijskih procesa. Njima nedostaje

³ Videti Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man*, University of Toronto Press, Toronto, Canada, 1962. p. 11.

⁴ Slobodan Reljić, „Mediji i globalizacija“, u Vladimir Pavićević (ur.), *Aspekti globalizacije*, Beogradska otvorena škola i Dosije, Beograd, 2003, str. 89.

⁵ Videti Jelena Đorđević, *Postkultura*, Clio, Beograd, 2009, str. 23–45.

eksplikativni element, koji bi odredio njene bitne aktere, činioce i mehanizme. Ipak, u mnoštvu različitih definicija izdvajaju se neke koje doprinose boljem razumevanju ovog procesa. Globalizacija se tako često definiše kao „porast obima međunarodne trgovine, širenje kapitalizma, transnacionalna organizacija proizvodnje, ujednačavanje stilova života u različitim zemljama, stvaranje i poštovanje međunarodnih i pravnih standarda“.⁶ Entoni Hopkins (Antony G. Hopkins) smatra da je „globalizacija proces koji preuređuje privredne, političke, društvene i kulturne odnose između zemalja, regiona i čitavih kontinenata, istovremeno ih šireći, snažeći i ubrzavajući“.⁷ Brzina promena koju sa sobom nosi globalizacija, kao moćna društvena sila, stavlja postojeći metodološko-istraživački aparat društvenih nauka na stalno propitivanje njegove valjanosti. Naime, „savremene interdisciplinarnе teorije globalizacije suočile su se već od samoga početka bavljenja tom 'megaidejom' s očitim poteškoćama“⁸. Postavlja se pitanje pred istraživačima da li da svoj istraživački rad zasnivaju na metodološkom individualizmu, nacionalizmu ili kosmopolitizmu. U istraživanjima kulture te su poteškoće posebno izražene, s obzirom na činjenicu da se kroz kulturu prelivaju i pitanja o identitetima, ukusima, stilovima i preferencijama.

KRITIČKI PRISTUP GLOBALIZACIJI KULTURE

Homogenizacija kulture

U kritičkoj literaturi o globalizaciji dominantna je kritika da globalizacija u kulturi vodi homogenizaciji. Predmeti homogenizacije su tradicionalne, nacionalne i lokalne kulture. Homogenizacija se odnosi na sve izraženiju tendenciju standardizacije kulturnih izražaja i izražavanja. Tu kritiku jezgrovito objašnjava Wolfgang Zaks (Wolfgang Sachs), koji navodi da je rezultat globalizacije „ogroman gubitak raznolikosti. Širom sveta rasprostranjeno (je) pojednostavljivanje arhitekture, odevanja... standardizovanje želja i snova“⁹. Navedena kritika jasno ističe da nije reč samo o standardizovanju forme, već i sadržaja. Nije samo po sredi širenje proizvoda multinacionalnih kompanija poput Koka-Kole (Coca-Cola), Mekdonaldsa (McDonalds) i Najkia (Nike), već

⁶ Vladimir Vuletić, *Globalizacija*, Zavod za udžbenike, Beograd, 2009, str. 5.

⁷ Čedomir Antić, „Globalizacija i istorija“, u Vladimir Pavićević (ur.), *Aspekti globalizacije*, Beogradska otvorena škola i Dosije, Beograd, 2003, str. 76.

⁸ Žarko Paić, „Šta nakon kulture?“, *Politička misao*, Vol. 15, br. 1, str. 30.

⁹ Jelena Đorđević, *Postkultura*, op. cit., str. 373.

i homogenizaciji „životnih stilova, ukusa i zabave“¹⁰. U takvoj situaciji nacionalna kultura sve se više prilagođava univerzalističkim principima, gubeći na svojoj autentičnosti. Nacionalne jedinice kao zajednice autentične kulture sve su izloženije pritiscima tzv. univerzalnih vrednosti. Međutim, koliko se tu radi o zajednici, toliko se radi i o pojedincu. Kulturni identitet pojedinaca u uskoj je vezi sa identitetom zajednice kojoj pripada. Ukoliko se identitet zajednice detronizuje pojedinac će ostati uskraćen za jednu od osnovnih potreba čoveka, potrebe da bude ukorenjen. Na toj ravni kritika gušenja nacionalne kulture preliva se i na lični nivo. Homogenizacija tako podjednako pogađa i pojedinca i zajednicu.

Amerikanizacija i kultura

Kao zaseban opus kritika u okviru homogenizacije, mogu se prepoznati kritike globalizacije kao vesternizacije, tačnije, amerikanizacije, s obzirom na činjenicu da je Amerika danas u ekonomskom, vojnom i političkom smislu centar zapadnog sveta. Američki kulturni imperijalizam, u simbiozi sa ostalim segmentima američke ekspanzionističke politike vrši poželjnu amerikanizaciju uz pomoć svoje tvrde i meke moći. „U suštini, kada pričamo o globalnoj kulturi mi najčešće mislimo – eksplicitno ili implicitno, sa odobravanjem ili odbojnošću, na *Pax Americanizam*“.¹¹ Otuda možemo kazati da je reč o homogenizaciji sa „američkim likom“ u službi američkog imperijalizma. Njen cilj nije nikako samo ekonomski ili kulturni, već je prevashodno politički jer „amerikanizacija utiče na način na koji ljudi misle o politici“¹². Ta kritika je jako živa „u svim sredinama koje se osećaju ugroženim imperijalizmom američke kulture i vrednosti oličenim u širokom spektru promena pod zajedničkim nazivom globalizacije“.¹³ Američka popularna kultura je „nagrizla“ autoritet ostalih kultura. „Mentalni prostor u okviru kojeg ljudi sanjaju i deluju danas je u znatnoj meri osvojila zapadna imaginacija.“¹⁴ Kako ističu kritičari, ovakav pristup kulturnoj politici vodi u jednostranost u kojoj Sjedinjene Američke Države prosuđuju ko je na adekvatan i poželjan način reafirmisao svoju nacionalnu kulturu u skladu sa američkom konzumentskom kulturom.

¹⁰ Miroslav Pečujlić, *Globalizacija – dva lika sveta*, Gutenbergova galaksija, Beograd, 2002, str. 76.

¹¹ Mikhail Epstein, „A Broad Way Between Globalism and Multiculturalism“, *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 68, No. 1, p. 328.

¹² Harvey Feignbaum, „America's Cultural Challenge Abroad“, *Political Science Quarterly*, Vol. 26, No. 1, p. 107.

¹³ Jelena Đorđević, *Postkultura*, op. cit., str. 13.

¹⁴ Ibidem, str. 373.

Očigledno je da nije dovoljno samo prihvatiti američke proizvode, već zemlje periferije, i ne samo one, moraju prihvatiti i američku kulturu.

Takvo viđenje kulturnog imperijalizma posebno je izraženo u postkolonijalnoj kritici koja ističe "da merila Zapada i njegovog pogleda na stepen "razvijenosti" ili "civilizovanosti" postaju merila za sve ono što je drugačije i različito od njega".¹⁵ U toj binarnoj kompoziciji jasno je ko je civilizovan a koga treba civilizovati. Hiperprodukcija zapadnih i američkih vrednosti u umetnosti upravo za cilj ima preplavlivanje ostalih kultura američkim kulturološkim kodom, koji je u suštini konzumentski. Zbog toga je za mnoge, poput Jana Pjetersa, globalizacija "u stvari teorija vesternizacije ali pod drugim imenom".¹⁶ Funkcionalno, takva globalizacija se ostvaruje pomoću monopola zapadnih multinacionalnih kompanija koje dominiraju u sferi kulturne i informacione distribucije. Otuda ne čudi što kompanije iz Sjedinjenih Američkih Država, koje su u monopolskom položaju, diktiraju kulturni imperativ zapadnog konzumerizma i površnosti. Globalne televizijske mreže kao što su Em-Ti-Vi (MTV), Si-En-En (CNN)-a i I-Es-Pi-En (ESPN), kao i produkcijske kuće poput Vornerbrosa (WarnerBros), Volt Disnija (Walt Disney), Tačstouna (Touchstone) i Piksara (Pixar) igraju krucijalnu ulogu u diseminaciji i promovisanju američkih vrednosti života.

Mekdonaldizacija kulture

Analizirajući trendove globalizacije i amerikanizacije, Džordž Ricer (George Ritzer) je upotrebio kompaniju Mekdonalds da opiše, odnosno simbolički poveže globalizaciju i amerikanizaciju jednim zvučnim pojmom koji je svima poznat. Pojam *mekdonaldizacija* označava jasnu usmerenost kulturne politike da bude determisana principima komercijalnosti, efikasnosti, prilagodljivosti i profitabilnosti. Bendžamin Barber (Benjamin Barber) dodaje da mekdonaldizacija implicitno zahteva prilagođavanje najuzvišenijih stvaralačkih principa principima tržišta. Barber zaključuje: „Dva narativa povezuju našu eru i... naše nevolje: priča o konzumerizmu i priča o globalizaciji“¹⁷. Otpor koji se javlja u svetu povodom ovakvog viđenja kulture nije zanemarljiv. Ono što posebno budi interesovanje jeste činjenica da su često najoštriji kritičari vesternizacije kao amerikanizacije ne zemlje koje se nalaze van onoga što Hantington

¹⁵ Ibidem, str. 321.

¹⁶ Ibidem, str. 374.

¹⁷ Benjamin Barber, "Shrunken Sovereign: Consumerism, Globalization, and American Emptiness", *World Affairs*, Spring 2008, Internet, <http://www.worldaffairsjournal.org/article/shrunken-sovereign-consumerism-globalization-and-american-emptiness> (Pristupljeno 25. oktobra 2012)

(Samuel P. Huntington) utvrđuje kao Zapad, već upravo u zemljama samog Zapada. Najbolji primer snažnog otpora mekdonaldizaciji daje Francuska, zemlja koja je sam nukleus Zapada. Aktivnosti Žoze Bovea (Jose Bove) svima su poznate. Njegovi arheneprijatelji su loša hrana i globalizacija. Otuda Žan Mišel Norman (Jan Michael Norman) ističe da „mekdonaldsova... komercijalna hegemonija ugrožava našu poljoprivredu, a njegova kulturna hegemonija podmuklo ruši naš način ishrane – i jedno i drugo su suštinski elementi francuskog identiteta“¹⁸. Ovo je samo jedan segment amerikanizacije koji je u francuskoj izložen snažnom protivljenju. Još izraženiji otpor Francuska kultura pruža u sferi umetnosti, pre svega u kinematografiji. Takva situacija nije tipična samo za Francusku, već postoji svuda gde su koplja američke popularne kulture uspela da pogode lokalne kulturne obrasce. Tako se Amerika u eri globalizacije širom sveta javlja kao *svetski trn u oku*.

Kritika masovne kulture

Osim homogenizacije, veoma važno pitanje za analizu diskursa globalizacije jeste pitanje masovne kulture. Ono se odnosi na sadržajne činioce masovne kulture, koja i formalno i sadržajno prati logiku profitabilnosti, „plasira banalne i destruktivne sadržaje, podstiče neobuzdani hedonizam i nasilje obezvređujući više kulturne standarde“¹⁹. Iako je širenje masovne kulture na svetski nivo svojevrsna novost, moramo reći da masovna kultura nije *novum*, već je ona istorijski pratilac tehnološke evolucije čoveka i stvaranja uslova za industrijalizaciju. Tačnije, ona se javlja kao posledica industrijalizacije. Modernizacija i industrijalizacija podrile su korene samog ruralnog društva na kojima je počivala tradicionalna kultura. Formirani su veliki gradovi u kojima je sused susedu stranac, u kojima ne postoji zajednica već masa i u kojima se smenjuju red i kaos. Takve okolnosti stvorile su kulturu za sve i svakog, masovnu kulturu. Ta je kultura dovela do raskorenjivanja ljudi i ambijenta u kojem pojedinci kao konstitutivni elementi masovnog društva „gube kulturni, religijski i moralni integritet i postaju ozbiljna pretnja harmonizovanim društvima koja su do tada postojala“²⁰. To su bile klasične kritike masovne kulture dominantne još od XIX veka.

Danas se te kritike, sa istim žarom i sličnom argumentacijom, odnose prema kulturi koja nastaje u svetskom društvu u kojem je industrijalizaciju zamenila komercijalizacija. Tako se kultura prvo javila kao posledica industrijalizacije, da bi se potom i industrijalizovala, a u novije vreme i

¹⁸ Jagdiš Bagvati, *U odbranu globalizacije*, Službeni glasnik, Beograd, 2008, str. 135.

¹⁹ Jelena Đorđević, *Postkultura*, op. cit., str. 13.

²⁰ Ibidem, str. 29.

komercijalizovala. Danas je na delu komercijalizacija masovne kulture na svetskom nivou. Takav trend je upravo ono što je još Marks imao na umu kada je govorio o procesu *postvarenja*, a koji se, ekonomskim rečnikom rečeno, odnosi na izraženu komercijalizaciju kulture. Masovna kultura je kritikovana iz konzervativnih ideologija, podjednako kao i iz levih. Za konzervativce ona je izraz poraznog odvajanja kulture od elitnog, autentičnog stvaraoca. Odvojena od njega, ona je povezana sa običnim čovekom, čovekom iz gomile. Otuda je ona "niska kultura nepismenih, neobrazovanih potrošača"²¹. Levičari su masovnu kulturu anatemisali kao instrument kapitalističke ekonomije. To je potrošačka kultura koja u službi je reprodukcije svetskog ekonomskog sistema. Tako viđena kultura je u službi stvaranja veštačkih potreba koje bi trebalo da stvore čoveka koji živi da bi trošio, a ne troši da bi živeo. Čoveka kome je kulturni izraz roba.

U takvoj situaciji teško je reći da li je kultura degradirana na robu ili je roba podignuta na nivo kulture. Svejedno, cilj takve kulture je da stvori potrošača, a ne slušaoca, gledaoca, uživaoca ili kritičara. Cilj masovne kulture je da obezvređi svaku autentičnu stvaralačku individualnost koja nije u skladu sa standardima postavljenim u *katedrali zabave*²². U takvom kulturnom ambijentu dolazi do moralnog rasula, gde se kulturi stvaraoci više ne igraju maštom primaoca kulturnih i umetničkih dobara već se, uz devizu *sve je dozvoljeno*, stvaraju sadržaji koji treba da podstaknu najniže sentimente u čoveku. U takvoj umetnosti izraz najvećeg umeća nije više umetničko delo već potreba koja treba da se tim delom podstakne ili stvori. S obzirom na činjenicu da je kulturni recipijent masa, ne čudi što je moderna masovna kultura odustala od koncepta estetike i okrenula se konceptima primitivnosti i prostakluka. Kako zaključuje Frenk Rejmond Livis (Frank Raymond Leavis): "Masovna civilizacija i njena kultura prete da društvo dovedu u nepopravljiv haos"²³. Haos u kojem bi sve moglo da bude nazvano kulturom.

DRUGAČIJI POGLEDI NA GLOBALIZACIJU U KULTURI

Heterogenizacija, a ne homogenizacija, kulture kao posledica globalizacije

Procesi kulturne globalizacije započeli su daleko u prošlosti, kada su se širile svetske religije. Iako je njihovo širenje bilo ograničeno karakteristikama vremena u kojem se dešavalo, njihov primer najbolje pokazuje „sposobnost

²¹ Ibidem, str. 31.

²² Ibidem, str. 37.

²³ Ibidem, str. 33.

ideja i verovanja da savladaju ogromne prostorne distance“²⁴. Međutim, usponom nacionalne države ovaj proces je donekle stavljen pod kontrolu jer se smatralo da je kultura gradivni element svake države i da je ona glavni oslonac u održavanju državnog poretka. Država je nastojala da stvori jednu nacionalnu kulturu koja je cement državnog poretka. Opseg te kulture poklapa se sa granicama države, dok bi van zidina svoje kulturne baštine živele druge, susedne kulture. Granice bi samo u jednom slučaju mogle biti propustljive, kada bi se radilo o asimilaciji stanovništva van svojih granica. Međutim, kako danas granice nisu bedem za zaustavljanje kulturne transmisije, kritičari smatraju da je delovanjem globalizacije ta uloga kulture dovedena u pitanje, jer globalizacija slabi autentičan kulturni identitet pluralizovanjem kulturoloških sadržaja i identiteta. Navedene kritike globalizacije kulture između pitanje: Da li to tradicionalne kulture i identiteti nestaju pod uticajem homogenizacije kulture?

Bilo bi neutemeljeno tvrditi da se ubrzanjem i produbljivanjem procesa globalizacije nacionalne kulture ne menjaju. Tehnološka revolucija omogućila je globalno tržište kulturnih modela i vrednosti, usled čega dolazi do plodotvorne sinteze lokalnog i globalnog. Nije reč samo o amerikanizaciji, niti vesternizaciji. Globalizacija se odvija na više koloseka. Na tom pragu, globalna homogenizacija značila bi potpunu dominaciju univerzalističkog poimanja umetnosti i kulture i standardizaciju vrednosti, želja, ideja, stilova i verovanja. A nije tako. Pre bi se moglo reći da je na delu potpuni kulturni kaos nego poredak. Kreolizacija je indikator tog stanja. Na svetskoj ravni, iz dodira dve ili više nepovezanih kultura nastaju novi kulturološki izrazi, neutemeljeni u dotadašnjoj istorijskoj praksi. Spajanja i razdvajanja kultura se tako sukcesivno smenjuju, dobijajući veoma često i nove oblike. "Kada se kreolizacija desi, učesnici biraju određene elemente iz novih kultura sa kojim su u dodiru ili iz nasleđene kulture, pridaju im značenja koja nisu imali u originalnoj kulturi i kreativno ih povezuju, stvarajući nove kulturne izraze koji zamenjuju stare."²⁵ Ovaj proces se danas odvija znatno brže kako putevi kulturne transmisije bivaju sve "prohodniji" pod uticajem globalizacije.

Kultura se širi kontaktima između različitih društava: razmenom, primerom, podražavanjem.²⁶ Ali i osvajanjem i nametanjem. Kako god da se odvija, to je karta u dva pravca. "Dok je bila u britanskom posedu, Indija je u metropole prenela neke nove reči – *bungalovi, maharadža (princ), siledžija,*

²⁴ Vladimir Vuletić, *Globalizacija*, Zavod za udžbenike, Beograd, 2009, str. 82.

²⁵ Robin Cohen, *Creolization and Cultural Globalization: The Soft Sounds of Fugitive Power*, Globalizations Vol. 4, No. 2, p. 2.

²⁶ Videti Majkl Mandelbaum, *Ideje koje su osvojile svet*, Filip Višnjić, Beograd, 2004, str. 54–59.

i nepoznatu hranu – kari. Za uzvrat, Britanci su na azijski potkontinent doneli engleski jezik, savremenu vladu i železnicu.”²⁷ I u našem društvu, koje je dugo bilo izolovano, ne možete sa sigurnošću da pronađete izraz autentičnosti naše kulture a da nije nastao u susretima sa drugim kulturama. To je više simbioza različitih uticaja sa kojima smo bili u kontaktu vekovima a koji imaju svoj autentičan karakter samo kroz našu prizmu i način na koji smo indukovani. Čak ni države, ti moćni Levijatani, ma koliko da su želele da homogenizuju nacionalnu kulturu, u tome nisu uspele. Globalizacija to još manje može. Pogledajmo samo razlike u okviru jedne nacionalne kulture. Primeri Španije, Irske, Francuske i Holandije govore o ovoj činjenici. Kultura nije monoistička i nije izraz datosti već je, u svojoj suštini, pluralistička i dinamička, tj. vremenom podložna promeni. Stjuart Hol (Stuart Hall) na tom pragu zaključuje: ”Umesto da razmišljamo o nacionalnim kulturama kao o nečemu homogenom, trebalo bi da ih promišljamo kao diskurzivna sredstva pomoću kojih se razlike predstavljaju kao jedinstvo ili identitet”.²⁸ Tako je na nacionalnom ali i na globalnom nivou. Otuda teško da može da se govori o standardizaciji. Kako Kejt Neš (Kate Nash) smatra današnja kultura je ”pluralistička... i sinkretizovana”.²⁹ Jork Bredšo i Majkl Valas (York Bradshaw i Michael Wallace) ističu da se ”najizrazitija crta globalnog sela može sažeti u jednoj reči: različitosti. Različitosti, velike i male, na koje nailazimo u svakoj ljudskoj zajednici na ovoj planeti”³⁰. Na tom pragu, vidimo da se moderna kultura pre može odrediti pojmom heterogenizacija nego li homogenizacija. Svi ti procesi ”mešanja, preplitanja, hibridizacije, kreativnosti... u najopštijim crtama, odgovarali bi poznatom Robertsovom konceptu glocalizacije³¹. To ne znači da lokalno gubi svoj identitet već naprotiv, ono se na jedan obostrano koristan način povezuje sa globalnim dajući novu, zdravu simbiozu. Budući da za neke ta simbioza i nije tako poželjna, odgovor na glocalizaciju može biti više lokalizacije a manje globalizacije. Otuda se javlja i jedan suprotan trend od očekivanog, a to je isticanje i insistiranje na različitostima. Najradikalniji oblik ovog trenda vidljiv je u situaciji

²⁷ Ibidem, str. 54.

²⁸ Jelena Đorđević, *Postkultura*, op. cit., str. 341.

²⁹ Kejt Neš, *Savremena politička sociologija – globalizacija, politika*, Službeni glasnik, Beograd, 2006, str. 85.

³⁰ Jork Bredšo i Majkl Valas, ”Stvarnost nejednakosti: priče iz celog sveta”, u Vladimir Vuletić (ur.) *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 2003, str. 276.

³¹ Videti: Roland Robertson, *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*, Featherstone, Lash and Robertson (eds.), *Global Modernities*, Sage, London, 1995, pp. 25–44.

u kojoj je univerzalističkim principima globalizacije sve izraženija opozicija "ekstremne struje retrogradnog islamskog fundamentalizma"³² i povratka triblastičkim sentimentima. Cilj tog novog naleta nacionalizma nije više samo stvaranje novih nacionalnih država, već je sve više u službi očuvanja samosvojnosti nacionalnih i drugih identiteta. Postavlja se pitanje, da li je ispravno misliti da će izolacionizam i radikalizam spasiti kulturu? Umesto odgovora na to pitanje, postavili bismo još jedno pitanje: Od čega spasiti? Svako omeđivanje kulture zabadanjem nacionalne zastavice deluje nacionalistički. Podjednako pogrešno je misliti da je povlačenje u samodovoljnost nacionalne kulture pravi način za očuvanje kulturnog identiteta, kao što je i pogrešno misliti da se ulaskom u procese globalizacije urušava i gubi kulturni identitet.

Da li je američki kulturni model zaista toliko dominantan?

Kada je reč o amerikanizaciji ona se kod kritičara globalizacije kulture javlja kao podkritika homogenizacije. Teorije homogenizacije ističu da je na delu standardizovanje kultura dok teorije amerikanizacije sadržinski ispunjavaju standardizaciju američkim kulturološkim konceptima. Američki lonac za topljenje (*melting pot*) proširio se van granica Sjedinjenih Američkih Država. Na taj način došlo je do poravnjanja kulturoloških različitosti širom sveta po uzoru na američku popularnu kulturu, smatraju kritičari. Međutim, moglo bi se reći da globalizacija pre dovodi do toga da se gubi prizma „Mi i Oni“ i da su pojmovi Zapad i ne-Zapad u odumiranju, a ne da se radi o standardizaciji po američkom liku, smatra Apaduraj (Arijun Appadurai). Frensis Fukujama ističe da ako je nekada i moglo da se govori o privlačnosti američke kulture to je bio period 50-ih i 60-ih. I tada je ta privlačnost bila više zasnovana na američkom modelu modernizacije društva nego na samoj kulturi. Danas to, međutim više nije slučaj. „Danas taj model više ne deluje tako atraktivno.“³³ Navodeći sledeće primere Apaduraj ističe da „narod Irijana više onespokojava indonezijacija nego amerikanizacija, Korejce japanizacija, narod Šri Lanke indijanizacija, Kambodžance vijetnamizacija, narode sovjetske Jermenije i baltičkih republika–rusifikacija“.³⁴ Dodaćemo da „lonac za topljenje“ nije samo američki izum. Isti je slučaj gotovo sa svakom velikom zemljom u kojoj živi veliki broj pripadnika različitih kultura, religija, civilizacija. Rusija je tako asimilovala nekoliko slovenskih, ali i neslovenskih naroda, a danas to isto rade Indija i Indonezija, kao i nekoliko

³² Miroslav Pečujlić, *Globalizacija – dva lika sveta*, op. cit., str. 21.

³³ Vladimir Vuletić, *Globalizacija*, op. cit., str. 85.

³⁴ Jelena Đorđević, *Postkultura*, op. cit., str. 382.

regionalnih hegemonu. U prilog tezi gubljenja distance „Mi i Oni“ stoji i mišljenje Anga i Stratona (Len Ang i Jon Stratton), koji smatraju da „ako o Aziji ne sme više da se misli kao o Drugome to nije zbog toga što je promenjena moralna, ideološka potka orijentalističkog diskursa, već zbog toga što je regija koja se naziva Azijom postala sastavni deo i ravnopravna sila u savremenom globalnom ustrojstvu“³⁵.

Kako ne bismo ostali samo na teorijskom polemisanju, iznećemo i neke argumente koji mogu dovesti u sumnju dominantan stav da svetskom kulturom vlada njena zapadna grana već da se u nju uključuju i druge grane svet-skih civilizacija. Književnost je najbolji primer za to jer su danas dostupni i čitaju se Mario Vargas Ljosa (Mario Vargas Llosa) i Ginter Gras (Günter Grass), Orhan Pamuk (Orhan Pamuk) i Oskar Vajld (Oscar Wilde), Haruki Murakami (Haruki Murakami) i Nil Gejmen (Neil Gaiman). U prilog tome, najprodavnija knjiga u 2008. godini bila je knjiga Haleda Hoseinija (Khaled Hosseini), avganistanskog pisca. Nobelovu nagradu za književnost u 2010. godini dobio je Mario Vargas Ljosa, dok je 2006. godine tu nagradu dobio turski pisac Orhan Pamuk. Slično je i sa filmom, a još izraženije je u muzici, slikarstvu i itd. Ipak, kritička trezvenost nas obavezuje da budemo svesni činjenice da ovi argumenti mogu biti izloženi kritikama koje će insistirati na tome da se ovde radi o usvajanju i reprodukciji zapadnog kulturnog modela.

Shvatanje po kome je većina svetskih kultura osuđena da se promeni ili nestane pod uticajem amerikanizacije veoma je diskutabilna. Prvo, u mas-medijском prostoru, Si-En-En (CNN) više nije jedino svetsko glasilo, islamska AL Džezira (Al Jazeera) i AL Arabija (Al Arabiya), meksička Televizija (TELEVISIA) i Globo (Globo) iz Brazila imaju sve više značaja i donose kvalitativno drugačije informacije o svetskim zbivanjima. Prema procenama UNESCO-a, udeo periferije, tj. zemalja u razvoju u stvaranju umetničkih proizvoda, muzike, filma, knjiga, fotografije u znatnom je porastu. Za samo dvadeset godina, od 1969. do 1989. godine, njihov udeo se uvećao sa 13% na 30%. Američku kulturu i umetnost stvaraju umetnici svih nacija, tako da je američka kultura determinisana judeo-hrišćanskim, islamskim, hinduističkim i drugim kulturološkim kodovima. Otuda je ona i tako primamljiva. Iz svega navedenog, diskutabilno je da li u kulturološkom smislu možemo svesti velike civilizacije, kao što su hindu, kineska, budistička, latinsko-američka, afrička, islamska, pravoslavna i japanska na objekat „vesternizacije“ koji podražavaju američki kulturni model. „Svet koji se pomalja ličiće na Bolivud“, smatra Zakarija, „biće potpuno moderan – dakle snažno oblikovan rukom Zapada – ali zadržaće i važne elemente lokalne kulture“.³⁶

³⁵ Ibidem, str. 385.

³⁶ Farid Zakarija, *Post-američki svet*, Heliks, Smederevo, 2007, str. 80.

Lokalizovanje mekdonaldizacije

Kada je reč o mekdonaldizaciji, jasno je da je ona suštinski zasnovana na racionalizaciji proizvodnog procesa. „Mi možemo misliti o toj racionalizaciji kao istorijskom procesu“,³⁷ koji predstavlja izraz širenja ekonomskih koncepta „efikasnosti, predvidljivosti, kalkulativnosti“ iz ekonomije i u druge oblasti društvene nadgradnje. Da li je primena ovih principa dobra ili ne teško je pitanje, ali je jasno da u paradigmatičnom otporu, koji ovom trendu pruža Francuska na jednog Žoze Bovea, nailazi milion onih koji svakodnevno obeduju u Mekdonaldu. Na osnovu njihovih otkrivenih preferencija, slobodno možemo reći da se oni ne slažu za Boveom. Takođe, čisto radi potpunije slike, Pariz je treći grad u Evropi po broju ovih restorana. Otuda je očigledno da ti restorani dobro posluju. Ono što je interesantno jeste da su gotovo svi restorani uređeni u skladu sa francuskim stilom i prilagođeni francuskoj kuhinji. Pod uticajem lokalnih afiniteta i konkurencije Mekdonalds se sve više lokalizuje. U Francuskoj, „Mekdonalds se suočava sa sve većom konkurencijom brzih bageta. Polovina od 932 Mekdonaldsova restorana u Francuskoj podignuta je do nivoa na kome postaje gotovo neprepoznatljiva. Kompanija je čak počela da svoje tradicionalno crveno-žute boje zamenjuje bojama kestena i senfa. I mada postoje i tradicionalni hamburgeri uz njega se mogu dobiti espreso i francuske kifle“.³⁸

Trend lokalizovanja Mekdonaldsa nije izražen samo u Francuskoj. Prema jednoj anketi rađenoj u Kini, „polovina kineske dece mlađe od 12 godina smatra da je Mekdonalds njihov domaći brend“³⁹. Očigledno da je proces lokalizovanja još intenzivniji samo što su Kinezi veoma zadovoljni dolaskom *Zlatnih lukova*, jer dobro znaju da oni donose profit. Pored ovog trenda, izražen je i trend imitacije Mekdonalds restorana od strane lokalnih restorana. Imitacije u estetskom i funkcionalnom smislu, na taj način da se u njima služe tradicionalna ruska, kineska ili indijska kuhinja uz ažurnost, čistoću i predvidljivost koju karakteriše Mekdonaldsove restorane. Ovi nacionalni restorani najveći su konkurenti čuvenom lancu restorana, a najbolji primer su restorani *Al Baik* u Saudijskoj Arabiji.

Kultura je obična

Nasuprot kritikama koje masovnu kulturu svode na promovisanje potrošačkih afiniteta, postoji čitavo polje studija kulture koje smatra da „potrošači

³⁷ George Ritzer, „The McDonaldization Society“, *Journal of American culture*, Vol. 6, No. 1, p. 371.

³⁸ Jagdiš Bagvati, *U odbranu globalizacije*, op. cit., str. 140.

³⁹ Ibidem, str. 140.

masovne kulture nisu pasivni kulturni idioti⁴⁰. To će reći da ni stvaraoci ove kulture nisu idioti. Na koji način je onda za kritičare ta kultura idiotska, interesantno je pitanje. U tom teorijskom miljeu na drugačiji način se promatra uloga, funkcija i sadržaj masovne kulture, društveni položaj stvaraoca i kvalitet popularne kulture. Njena uloga nije samo da stvori potrošača, niti da zabavi, već i da edukuje. Popularna kultura, podjednako kao i elitna kultura, prostor je na kome se razvija inovativnost i kreativnost. Ovim smo tek zagrebali površinu studija koje imaju drugačiji pogled na masovnu kulturu. Masovna kultura dugo je smatrana običnom, za razliku od specifične i autentične elitne kulture. I danas postoje takva shvatanja po kojem nova kultura nudi „jeftinije“ sadržaje tako da se uživaoci pre opredeljuju za Pink Floyd (Pink Floyd) nego Betovena, bioskop nego pozorište, novine nego književnost, muziku nego poeziju i itd. Kako utvrditi umetničku razliku između Bitlsa (Beatles), kao simbola masovne kulture i, Mocarta, kao simbola klasične kulture? Ko to može da utvrdi? I koja merila bi pri tome koristio? Želeći da odgovori na ovakvu vrstu pitanja, Rejmond Vilijams (Raymond Williams) je neprekidno u svom delu *Kultura i društvo* iz 1983. godine ponavljao: *Kultura je obična*. Ta običnost, koja je pežorativno vezana za masovnu kulturu, u Vilijamsonovom delu odnosi se na dve stvari. „Prvo, da obično ne znači i loše, manje vredno, te da „obični“ ljudi podjednako učestvuju u stvaranju kulture kao i elite... Drugo, obično je podrazumevalo i uključivanje u opseg pojma kulture najrazličitijih aspekata društvenog života, svakodnevnih navika, običaja... Jednom rečju, kultura je mogla da podrazumeva sve što se ticalo ljudi, i čemu su ljudi, pripadnici različitih klasa, davali određeno značenje“⁴¹.

KUDA MOŽE VODITI GLOBALIZACIJA U KULTURI

Globalizacija u kulturi mogla bi voditi stvaranju istinske globalne kulture koja ne bi bila monoistička na sličan način kao što je to projekat nacionalne kulture, već bi bila kultura globalnog društva. Kosmopolitska kultura. Pluralistička, hibridna, sinkretizovana i neizbežno fragmentisana. Ona bi postojala uporedo sa lokalnom kulturom. Lokalna kultura nam, istina, može davati sigurnost da kročimo po *poznatom terenu* i da se osećamo ukorenjenim, dok nas globalna kultura može podstaći da živimo i mislimo otvorenije, kosmopolitskije i refleksivnije. To znači da, kao što je lokalna kultura jedan od izbora identiteta, tako i globalna kosmopolitska kultura može biti izvor istog. Globalna kultura nudi nam svoje mnogobrojne univerzalističke

⁴⁰ Jelena Đorđević, *Postkultura*, op. cit., str. 42.

⁴¹ Ibidem, str. 47.

sadržaje koji mogu upotpuniti našu lokalnu prizmu. Na taj način stvara se potencijal za novine ili za ono što je Arno Šmit u svojoj knjizi *Iz života jednog Fauna* nazvao *šesirovom prepunog iznenađenja*. Ova kultura je već bila teorijski obrađivana u delima Kanta, Voltera, Lajbnica, Marksa i drugih, da bi, sa procesom globalizovanja sveta, počela da se i materijalizuje. Istina u embrionalnom obliku. Ona je zasnovana na plemenitim verovanjima u kosmopolitsku solidarnost i pacifizam, koji ne poznaju veštačke granice koje su države među sobom stvorile. Kosmopolitsku kulturu odlikuje otvorenost i postojanje svesti o svetu kao zajedničkom domu slobodnih individua. Međutim, kako ova kultura čini tek *retku pticu* (Pečujlić), čini se da smo još uvek daleko od istinske univerzalne civilizacije.

BIBLIOGRAFIJA

- [1] Antić, Čedomir, „Globalizacija i istorija“, u Vladimir Pavićević (ur.), *Aspekti globalizacije*, Beogradska otvorena škola i Dosije, Beograd, 2003, str. 75–87.
- [2] Bagvati, Jagdiš, *U odbranu globalizacije*, Službeni glasnik, Beograd, 2008.
- [3] Barber, Benjamin, *Shrunken Sovereign: Consumerism, Globalization, and American Emptiness*, World Affairs, Spring 2008.
- [4] Bek, Ulrih, „Živeti sopstveni život u svetu koji se ubrzano menja: individualizacija, globalizacija i politika“, u Vil Haton i Entoni Gidens (urs), *Na ivici – živeti sa globalnim kapitalizmom*, Plato, Beograd, str. 216–228.
- [5] Bredšo, Jork i Valas, Majkl, „Stvarnost nejednakosti: priče iz celog sveta“, u Vladimir Vuletić (ur.), *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, str. 274–296.
- [6] Cohen, Robin, „Creolization and Cultural Globalization: The Soft Sounds of Fugitive Power“, *Globalizations*, Vol. 4, No. 3, 2001, str. 369–384.
- [7] Đorđević, Jelena, *Postkultura*, Clio, Beograd, 2009.
- [8] Epstain, Mikhail, „A Broad Way Between Globalism and Multiculturalism“, *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 68, No. 1, pp. 327–351.
- [9] Feignbaum, Harvey, „America's Cultural Challenge Abroad“, *Political Science Quarterly*, Vol. 126, No. 1, str. 107–129.
- [10] Gidens, Entoni, „Svet koji nam izmiče: prvo predavanje“, u Vladimir Vuletić (ur.), *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 2003, str. 143–154.
- [11] Hantington, Samjuel, *Sukob civilizacija*, CID, Podgorica, 2000.
- [12] Mandelbaum, Majkl, *Ideje koje su osvojile svet*, Filip Višnjić, Beograd, 2004.
- [13] McLuhan, Marshall, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, Toronto, Canada, 1962.

- [14] Neš, Kejt, *Savremena politička sociologija – globalizacija, politika i moć*, Službeni glasnik, Beograd, 2006.
- [15] Paić, Žarko, „Šta nakon kulture?“, *Politička misao*, Vol. 45, br. 1, str. 29–70.
- [16] Pečujlić, Miroslav, *Globalizacija – dva lika sveta*, Gutenbergova galaksija, Beograd, 2002.
- [17] Robertson, Roland, *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*, in Featherstone, Lash and Robertson (eds), *Global Modernities*, Sage, London.
- [18] Reljić, Slobodan, „Mediji i globalizacija“, u Vladimir Pavićević (ur.), *Aspekti globalizacije*, Beogradska otvorena škola i Dosije, Beograd, 2003, str. 89–95.
- [19] Ritzer, George, „The McDonaldization Society“, *Journal of American culture*, Vol. 6, No. 1, pp. 371–379.
- [20] Skler, Lesli, „Rivalska shvatanja globalizacije“, u Vladimir Vuletić (ur.), *Globalizacija – mit ili stvarnost*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 2003, str. 31–47.
- [21] Tojbni, Poli, „Ko se boji globalne kulture“, u Vil Haton i Entoni Gidens, *Na ivici – živeti sa globalnim kapitalizmom*, Plato, Beograd, 2003, str. 250–275.
- [22] Vidojević, Zoran, *Kuda vodi globalizacija*, Filip Višnjić, Beograd, 2005.
- [23] Vuletić, Vladimir, *Globalizacija*, Zavod za udžbenike, Beograd, 2009.
- [24] Zakarija, Farid, *Post-američki svet*, Heliks, Smederevo, 2007.

Nikola Jović

CULTURE AND GLOBALIZATION – CONFLICTING INTERPRETATIONS

Abstract

Author's intention in this paper is to analyze the interpretations of cultural globalization. The first part deals with the critical literature where cultural globalization is seen as a challenge to homogenous national and local cultures. In the second part, attention is given to a different discourse in cultural globalization analysis. In this discourse cultural globalization is not described as standardization but as raising awareness about cultural diversity and specificity. In the third part, we give one possible answer to the question: Where can guide the cultural globalization?

Key words:

homogenization, Americanization, mass culture, heterogenization, creolisation, global culture