

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA U NOVOM SADU

MASTER STUDIJE

MENTOR: DR. ĆUZOVIĆ ĐORĐE

STUDENTI: NINA BAKIĆ, ŽELJANA KODŽOMAN, BILJANA MUTAVDŽIĆ I JELENA
GAVRILOVIĆ

SEMINARSKI RAD

UTICAJ GLOBALIZACIJE NA KULTURU

UVOD

Kultura je značajna determinanta sposobnosti nacije da bude uspešna. Kulturne vrednosti su značajne u procesu ljudskog razvoja, jer formiraju principe na kojima se ekonomske aktivnosti manifestuju. S jedne strane globalna ekonomija donosi prosperitet mnogim zemljama, s druge strane donosi pretnju dugovekovnim tradicijama, običajima i kulturnim vrednostima, čime se nameće pitanje da li pojedinci treba da menjaju svoje kulturno nasleđe da bi pratili savremene tokove i da bi ubirali pozitivne ishode procesa globalizacije. Da li jedna država može da sačuva svoje kulturno nasleđe a ostane globalno konkurentno ?

Iz antropološkog ugla globalizacija se može gledati kao ubrzanje protoka kapitala, roba, usluga i ljudi. Dolazi do povezanosti gde se brišu geografske i političke granice. Mediji i migracije su razbili model nacionalnog i odredišta unutrašnje sigurnosti i pasivnosti. Danšnjica čoveka je ispunjena neizvesnošću i promenama, te promene ne utiču samo na ekonomsku svest već i na maštu, odnosno ulogu imaginacije koja se povećava. Ovakvo gledište dovodi do potrebe za objašnjavanjem kulturne dimenzije procesa globalizacije. Globalizacija se može objasniti tako što se u centralni deo stavljaju tehnološki i ekonomski uzroci, dok se kulturni i antropološki segmenti mogu dodati da se upotpuni slika o globalizaciji. Nekada su granice između kultura bile nedodirljive danas je situacija potpuno suprotna. No šta podrazumeva kultura ?

Kultura podrazumeva celokupno kulturno nasleđe grupe ljudi, ona se odnosi na naučene obrasce mišljenja, osećanja, delovanja neke zajednice. Kultura je ta kojom se čovek odvojio i nastao. To je celovita evolucija proces, svog bogatstva nastalnog oko čoveka.

Kultura je produkt emocionalne inteligencije, koja je srce našeg uma, odluku prvo donese srce, pa tek onda smislimo valjan razlog. Kako ljudi prvo preobražavaju sebe pa tek onda zajednicu, da bismo širili našu svest i percepciju potrebno je više slobode, odnosno vremena da radimo ono što volimo. Potrebno je rešiti se ropstva pogotovo po pitanju vladavine političko-birokratskih elita i njihovih načina rada u savremenom svetu. Kultura je beskrajno složen mehanizam koji se može definisati na raznim nivoima, lokalno, nacionalno... Ona nepogrešivo obuhvata ono briljantno, genijalno i neobjašnjivo, božansko u ljudima. Ima velike posledice na ekonomiju i u njene posledice na tempo i pravce privrednog razvoja nema sumnje. U prošlosti su postojali nepremostivi jazovi između različitih delova sveta po čemu se delovi sveta razlikuju i po socijalnoj, ekonomskoj razvijenosti i po kulturi. One su se u prošlosti neretko sukobljavale i dovodile do ratova. Danas je situacije posve drugačija jer postoji globalna kultura.

INDIKATORI KULTURNE GLOBALIZACIJE

Globalizacija kao tema veoma je aktuelna, obzirom da živimo u 21 vijeku način na koji živimo je veoma kompleksan i ubrzan. Veoma izvesno je da će globalizacija doprineti još mnogobrojnim promenama. Globalizacija je umešana u sve sfere društva a mi ćemo se osvrnuti na to kako globalizacija utiče na kulturu i koji su to faktori kulturne globalizacije. Prije svega u kulturnom aspektu proces globalizacije doprinosi otvaranju granica lokalnih kultura i zajednica, preobražavajući pojedinačna iskustva u rasprostranjene informacije širom sveta. Jedan od mnogobrojnih indikatora kulturne globalizacije jesu migracije ljudi. Migracije ljudi same po sebi mogu da se podele na prisilne izazvane ratovima i drugim neželjenim dešavanjima i dobrovoljne izazvane željom čovjeka da promjeni svoj život. Osvrnućemo se kako migracije utiču na kulturu. Kretanje ljudi doprinosi razvoju jedne globalne kulture povezujući različita kulturna dostignuća i stavljajući ih na uvid svim narodima. Kada je neka grupa ljudi u dodiru s drugom grupom ljudi donekle gubi svoje izvorne kulturne odlike i preuzima tuđe, govori se o akulturaciji. Ona se najviše odvijala prilikom procesa kolonizacije, naročito među domorodačkim plemenima npr (Indijanci). Postavlja se pitanje šta je akumulacija? To je razmena i širenje kultura na većim prostorima između naroda i većih socijalnih grupacija, preuzimanje kulturnih obrazaca od strane pojedinca ili manjih i većih socijalnih grupacija i podrazumeva procese i mehanizme pomoću kojih pojedinci i grupe usvajaju norme i obrasce ponašanja karakteristične za određenu kulturu. Iako bi cilj trebao da bude jačanje i vrednovanje svojih specifičnosti i različitosti u odnosu na globalnu kulturu. Takođe, potrebno je upoznavanje drugih kultura i vrednosti da bi se znalo ceniti svoje i razumeti i poštovati druge, tj. interkulturalno promišljanje sveta u kom živimo. Takođe se u indikatore migracija ubraja i turizam po mišljenju nekih autora. Turizam je zaista pozitivna strana kojoj trebamo svi da težimo. Putujući proživljavamo živote drugih naroda nacija i upoznajemo razne tradicije i načine života. Sa putovanja bi trebali da se vratimo u domovinu sa mnogo bogatih uspomena oplemenjeni tradicijom i ljepotom različitosti ali bi trebali još više poštovati ono što smo i čemu pripadamo. Mnogi relevantni autori smatraju da su upravo kulturne razlike danas daleko važnije od ideologijskih, političkih i gospodarskih. Oni navode da se ljudskost ne stiče, nego se gubi kada se nastoji izbrisati vlastiti identitet i otrgnuti se, po svaku cenu, od svog posebnog određenja koje kultura nosi sa sobom. Svaki narod ima sopstvenu kulturu i nastajanje jedne jedinstvene "svetske kulture" bi bilo pogubno jer bi neposredno dovela u pitanje neku autentičnu regiju, odnosno kulturnu različitost. Neosporno je da sredstva masovnih komunikacija omogućavaju širenje popularne kulture i razvoj tzv. globalne kulture. Ali, to je ujedno svojevrsna pretnja kulturnim i nacionalnim identitetima koji čine raznolikost sveta.

UNESCO naglašava da je međunarodno širenje kulturnih procesa važno, ali postoji i pretnja od globalne, popularne kulture koja se ogleda u činjenici da ona slabi kulturne raznolikosti u mnogim aspektima našeg života. Globalna politika postaje multikulturalna i multicivilizacijska, pa njeno sprovođenje zahteva suptilno razmišljanje.

KULTURNI IDENTITET POD UTICAJEM GLOBALIZACIJE

Alan Ford : «Gospodo, recite s koliko se nula piše riječ patriotizam?»

Prije svega potrebno je da znamo šta je identitet i na koji način globalizacija može da utiče na identitet jednog naroda .Svaka etnička pripadnost ima manje-više zaokružen kompleks etničkih, verskih i kulturnih karakteristika. Njihova povezanost čini ono što razumemo pod pojmom "identitet". Pripadnici jedne etničke pripadnosti razlikuju se od drugih etničkih grupa po tom identitetu. Naravno, „jasan“ identitet ne postoji, ali je činjenica da istorijski „stariji“ narodi imaju jači identitet, dok slični i „mali“ narodi izuzetno insistiraju na tome, što čak i na identitetskim diferencijacijama i odnosima, mogu biti na identitetskim diferencijacijama i odnosima. Možemo se pitati na koji način globalizacija može da utiče sa identitet. Jos i mnogo prije globalizacije kulturno su određeni stilovi života, te oni predstavljaju znak trijumfa slobode kao užitka uvijek novog oblika potrošnje. Kultura kao svrha identiteta u doba globalizacije postaje nova ideologija globalizacija se između ostalog određuje i kao vladavina globalnog kapitalizma. Globalizacijski procesi utiču na stvaranje novog svjetskog poretka kojim dominira neo- imperijalizam SAD-a (ali i drugih). Moć globalizacije naročito dolazi do izražaja upravo u području kulture koja predstavlja način iskazivanja smisla identiteta. Autori čiji je tad bio predmet našeg izučavanja posmatra na globalizaciju kao faktor koji utiče na identitet veoma pozitivno. Pominje se da danasnje aktuelne migracije koje su još uvijek u jeku pokazuju da postoji težnja da se očuva identitet. Pa se u mnogim evropskim gradovima mogu primjetiti islamska obilježja migranata koji ih nose sa sobom . Autori ističi da globalizacija predstavlja pozitivni stranu pošto nas uči da postoje različitosti a samim tim da budemo spremni da prihvatimo različitosti i da imamo razumijevanje, toleranciju za druge nacije boju kože drugih naroda da poštujemo druge vjere, njihove običaje. Da shvatimo da smo mi svi ljudi i da je zemaljska kugla pripada narodu tako da možemo otici gde god želimo. Također je bitno istaći i intelektualno obrazovanje koje pored identiteta tradicije i vjerskih običaja predstavlja deo nevidljive kulture jednog naroda ili grupe ljudi koji koriste svoje znanje da bi komunicirali sa drugim narodima ili grupama ljudi. Jedina stvar koja ne sme da se toleriše jeste kršenje ljudskih prava. Ako želimo da neko poštuje nas zbog našeg izbora i vrednosti onda moamo i mi da poštujemo druge. Globalizacija stavlja mogućnost da čovjek bira i sam može da iskreira svoj sopstveni identitet, jer svaki covjek nosi sa sobom raznolikost. To može da se ogeda u načunu na koji razmišlja , muzici koju sluša, vrednostima koje će usvojiti ili stilu oblačenja itd.

OČUVANJE KULTURNOG IDENTITETA I PRIHVATANJE RAZLIČITOSTI KROZ INTELEKTUALNO OBRAZOVANJE

Kulturni identitet kao što je napomenuto u predhodnom tekstu predstavlja deo nevidljive kulture i da je kao takav jako bitan za postojanje jednog naroda i očuvanje tradicije . Različitosti drugih naroda je potrebno prihvatiti kako bi mogli biti prihvaćeni. Postoji moralna ideja u svijetu je da intelektualni rad I obrazovanje moraju da budui nagrađen takođe je i pretpostavka ekonomskog i

kulturnog razvoja svakog modernog, civilizovanog društva. Autori smaraju da kada se govori o očuvanju kulturnog identiteta da su korporativni interesi ti kojima bi odgovaralo da ljudi prosto napuste svoj kulturni identitet ali praksa nam pokazuje da to I nije slučaj. Za primjer se uzimaju migranti koji teže ka očuvanju svog identiteta a njihov smer je kretanje prema razvijenim zemljama. Kada pominjemo migrante onda se mozemo vratiti na deo gdje smo pomenuli migracije , pa smo rekli da postoje dobrovoljne i one nametnute izazvane ratovima kao i drugim lošim dešavanjima. Migranti su suočeni sa mnogim problemima, ratni sukobi su ih natjerali da napuštaju svoje zemlje u kojima više nema nade za bolji zivot a sa druge strane dolaze u zemlje u kojima kao takvi nisu poželjni . Prije svega može se primjetiti na domaćim I stranim medijima da se migrantske migracije ne karakterišu lijepo . Većina razvijenih zemalja ih ne želi primiti u svoje zemlje. Suočavaju se sa problemima egzistencijalnim. U svojim zemljama oni više namju domove ni posao ni budućnost a sa druge strane nisu poželjni nigdje. I koliko god nas globalizacija i naslovi koje izučavamo uče da treba da poštujemo identitet prije svega svoj ali takođe I da prihvatamo različitosti drugih naroda to se u iskustvima ne dešava. Sa druge strane migranti uspijevaju sa prođu nekolicina njih legalno a veoma veliki broj migranata pronalazi alternativna nelegalna riješenja kako bi došli do svoj krajnjeg odredišta pa tako možemo na ulicama Berlina, Osla , Beča da vidimo kulturna obilježja koja sa sobom migranti nose. Samom tim zemljama kao što je Norvaška , Svedska, Njemačka, Austrija je jako teško da sačuvaju svoj kulturni identitet . Sve više ljudi iz različitih kultura koji se doseljavaju u pomenute zemlje sa sobom nose i svoje običaje i svoju tradiciju ,vremenom se nacije proširuju tako da prihvatanjem različitosti stanovništvo počinje međusobno da se prihvata pa dolazi I do multietničkih brakova I samim tim se gubi kulturni identitet jednog naroda i jedne države. Ipak treba se osvrnuti i na ljudska prava koja postaju ne samo središnja tačka stvaranja njegove istinske univerzalnosti, kao vrednosti ljudske osobe, nego i koncept mogućnosti kretanja prema jednom slobodnom društvu. Ljudska prava su neodvojiva od kulturnog identiteta i u današnjem vremenu mijenja se tradicionalni pojam kulturnog identiteta. Sad je već izvjesno da se pojavljuju se fenomeni novih oblika kulturnog identiteta, novih kulturnih praksi, novih određenja ljudske samopercepcije, rodne jednakosti, briga za zdravlje i zaštitu zdravog okoliša na globalnom nivou . Globalizacija može posmatrati iz svih uglova sa mnogi autori pišu svoja kišljenja na razne teme vezane za globalizaciju i takođe imaju pozitivna a i negativna mišljenja. Analizirajući temu kako globalizacija utiče na kulturni identitet i očuvanje sreli smo mišljenje autora koji je istakao da se pozitivne strane globalizacije u pomenutom odnosu ogleđaju u širim pogledima , *globalizacija nam pomaže da shvatimo da živimo u mnoštvu različitosti. Da naučimo da dijelimo sa drugim nacijama iljudima svoju kulturu ali da takođe veoma srdačno prihvatimo i tuđi identitet,kulturu i da imamo toleranciju prema onima koji se razikuju od nas. Globalizacija nas uči da smo svi jednaki i da treba da poštujemo i štiiimo jedni druge da su ljudska prava ista za sve* prednosti su mnoge ali postoje po mišljenju autora i nedostaci. *Autor smatra da smo svi pod velikim šeširo* SAD-a i da nas ta imperijalistička sila 21 vijeka pretvara u zombije i karikature. *Vršeci propagandu američke kulture , stila življenja.* Taj imperijalistički gigant ima samo jedan cilj a on je kapital. Vise nije važna kultura nekog drugog naroda ili tradicija koja traje jezik pismo ili vjera. Ova strana globalizacije svakako se smatra negativnom zato sto se nametanjem tuđe kulture ljudi nesvjesno odriču svoje kulture i identiteta. Sasvim je izvjesno da ce djeca koja se rađaju sada u Srbiji zasigurno znati šta je noć vještica i uveliko će se biti opredijeljeni da prihvate to kao praznik jer su današnje prdavnice prepune

rekvizita koje uveličavaju taj američki praznik a sve manje znamo da postoji Sv. Nikola I da je običaj da se ostavi čizmica . Jer o tome mlade generacije roditelja ne razmišljaju ali sigurno znaju za crni petak I da je taj dan jako bitno da se ide u kupovinu.

GLOBALIZACIJA ZA I PROTIV

Tačno je da Globalizacija ima dosta negativnih posledica, ali takođe i mnogo, mnogo više pozitivnih.

Pre par meseci u dnevnom listu "Danas" vodila se polemika o ovoj temi i tu je u brojkama istaknuto koliko je (uprkos svemu) danas manje siromašnog stanovništva, gladnog, koliko je pomećen prosečan ljudski vek, koliko je smanjena nezaposlenost, povećan životni standard itd.

Većina njih to radi istovremeno uživajući u blagodatima koju donosi ta ista globalizacija.

Tako neko vozi automobil koji je sastavljen u jednoj zemlji, od karoserije iz druge zemlje, točkova iz treće, motora iz četvrte. I na kraju taj automobil bude jeftiniji, upravo zato što su ga radile velike kompanije. Slična je priča i s mobilnim telefonom, patikama, satu ili garderobi. Najtužnije u celoj stvari je to što su svoje antiglobalističke akcije planirali upravo putem interneta, koji je simbol globalizacije, o čemu je, čini mi se, svojevremeno pisao i Teofil Pančić.

Tačno je da je u zemljama trećeg sveta radna snaga u multinacionalnim kompanijama manje plaćena, ali je i tada više plaćena od nekog proseka u zemlji ili plate u "domaćoj firmi". Evo, pogledajte upravo Srbiju, radnik "naše" Coca-Cole sigurno ima manju platu od na primer nemačkog radnika Coca-Cole, ali je ta plata tri-četiri puta veća od prosečne plate u Srbiji. Visinu dohotka diktiraju i specifični uslovi ponude i tražnje konkretne zemlje i to je neminovnost.

Jednostavno, tržišna ekonomija je do sada najefikasnije smišljen način privređivanja, bolji jednostavno nije izmišljen.

Šta znači "deljenje jabuka ispred Mekdonaldsa"? Da li se neko do sada razboleo od hrane iz Meka? Da li vas uopšte neko tera da jedete tamo? Ne ugrožavaju li takvim akcijama slobodu izbora? Neke kompanije ostvaruju velike prihode upravo od plasiranja tzv. zdrave hrane (po "domaćim" receptima), ali i to je onda proizvodnja u ogromnim količinama. Ne shvatam da li svi treba da jedemo samo ono što sami uberemo na drvetu svoje bašte?

Šta će onaj koji živi u stanu?

Kakve veze ima to što neke kompanije ostvaruju veće prihode od društvenih proizvoda nekih zemalja? Ako su uspešni, zašto ne bi ostvarivali? Da li neko radnike tih kompanija tera da rade u tim fabrikama? Ili su tamo dobrovoljno?

Udruživanje zemalja u Evropsku uniju (odskora i u Evropsku monetarnu uniju) stanovnicima tih zemalja donosi nesumnjivu korist i to najviše po pitanju životnog standarda, smanjenja nezaposlenosti itd.

Mi se svi možemo zalagati za jaku socijalnu komponentu u privredama, i za uspostavljanje jasnih pravila koje svima daju iste šanse, i za radničku solidarnost, bolje uslove rada, to nije sporno. Ali ništa preko toga. Sasvim je normalno da neko radi više, neko manje, neko bolje, neko lošije, i da neko zarađuje više, neko manje. Jeste svet nepravedan, i baš zato, pošto smo mala zemlja, naša diplomatija upravo treba da izvlači maksimum iz "odnosa" sa MMF-om, Svetskom bankom...

U tekstu se pominje kako su dobra neravnomerno raspoređena i kako su kompanije nezasluženo stekle bogatstva. Hajdemo obrnutim redom (u budućnosti), zamislite da se pristupi ravnomernom rasporedu bogatstva, da sva preduzeća imaju iste prihode, da svi radnici imaju iste plate, šta je to što bi nas teralo napred? Kako bi se okvalifikovao taj čin? SVETionalizacija radi sprečavanja globalizacije? Ko bi to naredio? Ili: Da li je menadžment Coca-Cole kriv što se to piće nalazi u najzabitijim prodavnicama na svetu i što ga svi piju?

I konačno, o knjizi No logo. Uspeh knjige je postignut upravo dobrom reklamom – autorka Naomi Klajn odlučila je da se promovise baš, gle čuda, na internetu, tom simbolu globalizacije?! Nije li upravo ona dokaz pozitivnih posledica globalizacije, nije li ona upravo primenila univerzalni globalistički marketing princip – istraži tržište, analiziraj, daj mu proizvod koji traži, odaberi pravu promotivnu strategiju i naplati?

Današnje društvo suočeno je sa mnogim globalnim (i lokalnim) izazovima, od povećanja svetske populacije, rastućeg stepena siromaštva, gladi i endemskih bolesti, preko ekoloških i sve više prisutnih prirodnih katastrofa do etničkih i religijskih sukoba, nasilja i terorizma, a među njima i sa globalizacijom koja pretilo biološkoj i kulturnoj raznovrsnosti, favorizujući razvoj i uspon homogene kulture ili „monokulturalizma“.

Shvatanja i definicije samog pojma globalizacije su različita, ali prihvatajući da je ovo proces koji datira od najranijih dana čovekovog postojanja kao neizbežna posledica susreta različitih kulturnih obrazaca i vrednosti bez nužno pozitivne ili negativne reperkusije, ključno pitanje postaje specifičan obrazac dominantne savremene globalizujuće struje – one koju pokreću transkulturni mediji komunikacije, multinacionalne korporacije, industrija turizma, integrisano tržište i priliv kapitala i organizacije koje okupljaju centre političke, ekonomske i vojne moći.

Tako, umesto o razmeni govorimo o dominaciji kulturnog identiteta i stila života određenih zemalja i njihovih državnih, vojnih, verskih i komercijalnih interesa. U takvoj klimi, pritisak na zemlje u razvoju i tradicionalne kulture da se asimiluju i pokore „dominantnoj kulturi“ je ogroman, a prisutan je i u razvijenim zemljama među marginalizovanim društvenim grupama.

Bez intervencija na ovakvo stanje „globalizacija ne ide u korist celokupnom čovečanstvu i produbljuje pre nego što smanjuje postojeće podeljenosti i nejednakosti...

Potoji i strah da rastuća komercijalizacija obrazovanja, kulture i informisanja mogu da naruše sposobnost zemalja i zajednica da sačuvaju i poboljšaju sopstveni način života“.

Shodno pomenutom, postavlja se pitanje kako odgovoriti na rastući kulturni uniformitet nastao usled „hegemonijske“ globalizacije i kako sačuvati raznolikost. Zadatak nacionalnih kulturnih politika tako postaje zaštita sopstvene kulturne raznovrsnosti kroz različite dostupne instrumente.

Da je u pitanju jedna od aktuelnijih tema evropske i svetskih kulturnih agendi, potvrđuju i aktivnosti Evropske unije i međunarodnih organizacija, kakve su Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (u daljem tekstu UNESCO) i Savet Evrope, koje ozbiljno tretiraju ovo pitanje i putem normativnih i vrednosno-idejnih instrumenata, odnosno kreiranjem različit

MASOVNA KULTURA

Masovna kultura je svuda oko nas. U kući, na ulici, u školi, u tržnim centrima, bioskopima... Okruženi smo njome ne sluteći da svesno upravlja našim životima. Kupujemo je, oblačimo, upijamo, razmišljamo u pravcu u kom ona to želi, donosimo odluke koje mislimo da su naše, a zapravo su tuđe. Živimo po njenim pravilima i ukusima, nesvesni da smo odabrali put koji potire našu istinsku sreću, našu individualnost, stvaralaštvo i kreativnost. Dozvolili smo da masovna kultura upravlja nama, umesto da mi upravljamo njome. Masovna kultura se najkraće može definisati kao skup materijalnih i nematerijalnih iskaza odnosno tvorevina ljudskog rada kojima se zadovoljavaju uprosečene ljudske potrebe. Masovna kultura stvara i plasira na što većem tržištu proizvode koji malo koštaju a koji istovremeno i ne zahtevaju od konzumenata ništa više od površnosti. Dakle, ciljna grupa su ljudi koji će na primer rado konzumirati koka kolu uprkos tome što je taj napitak izuzetno štetan, ili će uživati u rijaliti programima uprkos tome što se radi o paradi nemorala i kiča.

Masovna kultura je proizvod savremenog društva, a njene osnovne karakteristike jesu industrijalizacija, masovna potrošnja, urbanizacija naselja, birokratizacija društvenog života i rasprostranjenost masovnih komunikacija, povećanje količine slobodnog vremena i promena načina njegovog korišćenja. Masovna kultura je preoblikovala ljudske potrebe time što je stvorila nov način percepcije, obrazac misljenja, življenja i ponašanja. Sredstva masovnih komunikacija značajno su omogućila razvoj masovne kulture kao tehnička osnova za njeno rasprostiranje (televizija, muzički uređaji, kasete, elektronske mreže...). Masovnu kulturu stvaraju i podstiču multinacionalne kompanije koje na svjetskom tržištu grabe što bolju poziciju a u tome im pomažu ponajviše masovni mediji. Pojavom masovnih medija smanjila se socijalna i kulturna razlika između pojedinih društvenih grupa i slojeva, a takođe su i mediji učinili da se poveća stepen internacionalizacije i kosmopolizacije kulturnih vrednosti.

Osnovne karakteristike masovne kulture su:

- Težnja ka smanjenju socijalnih i kulturnih razlika između pojedinih društvenih grupa i pojedinaca, odnosno težnja ka ujednačavanju različitih kulturnih nivoa;
- traženje i privlačenje sve većeg broja ljudi- masovne publike (koncerti, spektakli, razne priredbe);

- neprestano povećanje stepena internacionalizacije i kosmopolitskog karaktera kulturnih vrednosti;
- pojačana komercijalizacija kulturnih vrednosti i tvorevina (tiraži novina, ploča, kasete; broj gledalaca, zarađeni novac);
- sve izrazitiji reproduktivni karakter i sve manji produktivni karakter kulture masovnog društva.

U masovnoj kulturi, kao izraz osrednjosti i povlađivanja novim ukusima, dominiraju kič i šund. Izrazom kič označava se stvaralaštvo koje podilazi ukusima potrošačkog društva i zahteva da bude maksimalno razumljivo, dopadljivo, osećajno, itd. Kič možemo videti na mnogim mestima, kao što su arhitektura, nameštaj, kuća, stan ili poslovni prostor, ali takođe i u filmu, TV programima, itd. Kič označava, istovremeno, odnos i stav, jer se javlja u obliku čovekovog doživljaja ili čovekovog stava prema predmetu. U odnosima koje čovek uspostavlja prema stvarima i predmetima, kič se može ispoljiti na nekoliko načina. U obliku čovekovog doživljaja, kič se najčešće javlja u vidu emocionalnih iskušenja kad neodoljivo teži svakidašnjem, prividno interesantnom i ukrasnom sferom pseudoživota. Otuda se elementi kiča i šunda nalaze i u ponašanju čoveka u različitim životnim manifestacijama. Možemo reći da kič i šund najčešće označavaju odsustvo pravih vrednosti u umetnosti i kulturi, težnju ka površnoj zabavi i 'nižim' sklonostima. Pored kiča i šunda, kao izrazite pojave u masovnoj kulturi prisutni su i: potrošački mentalitet, snobizam, malograđanština i potraga za novim stilovima. Kao nezaobilazni činilac u svakom od izloženih tipova kulture javljaju se subkulture koje se razlikuju po svojim kulturnim obrascima od kulture preostalog dela društva.

Subkulture se ispoljavaju u svoja dva osnovna vida i to kao:

1. potkultura ;
2. kontrakultura.

Potkultura se odlikuje posebnim stilom i stavovima jer obuhvata, u okviru celine, poseban način života, vrednosni sistem, ideje, norme i pravila ponašanja. Potkulture se uvek javljaju sa određenim društvenim grupama (sportisti, estradni umetnici, pankeri, itd.) i izražavaju specifičnosti na nivou pravila ponašanja, oblačenja, ukusa, zabave, razonode, muzike i sporta.

Kontrakultura se javlja kada od vladajuće kulture odstuje neke društvene grupe ili pojedinci do te mere da se otvoreno suprotstavljaju njenim vrednostima i institucijama. To odstupanje može ići čak do svojevrzne patologije izražene u različitim oblicima, kao što su alkoholizam, narkomanija, prostitucija, kriminal, itd.

Što se tiče jezika i simboličke komunikacije, oni su izuzetno važni sadržaji kulture i kulturne tvorevine, koji su nastali kao produkt zajedničkog života ljudi. Simbolička komunikacija je prenošenje sadržaja svesti između ljudi, ona ih ujedinjuje, odvaja od životinja i čini mogućim za delovanje. A jezik je temelj svake kulture koji bitno utiče na sve ostale njene elemente. Jezik je glavno i najsavršenije sredstvo sporazumevanja među ljudima. Jezik i simbolička komunikacija imaju veliki značaj za ljudsko društvo, jer bez njih društvo ne bi moglo ni postojati.

GLOBALIZACIJA I UMETNOST

Muzika, pozorište, televizija, filmovi, poezija, pesme, skulpture, fotografije itd., predstavljaju umetnost i osnovni oblik komunikacije u svakom društvu. Umetnošću možemo izraziti naša najdublja osećanja i zadovoljstvo. Ona nas može oraspoložiti i zabaviti kada smo tužni, ali nas može i privući ili ubediti na njenu posebnost. Ona nikada kao takva nije bila zanemarljiva i prazna. Reklame, filmovi i muzika predstavljaju efektivan prenosnik raznovrsnih umetničkih tvorevina. Umetnost je nešto posebno jer nam daruje lepe trenutke koji su nama veoma prijatni i zabavni. U okviru svake pojedinačne oblasti umetničkog stvaranja postoje ogromne razlike u kvalitetu, a ljudi koji se osećaju vezanim za određene žanrove veruju da znaju zašto su neka dela iz tih žanrova bolja od drugih. Nije lako razumeti ove kriterijume, jer se razlikuju od društva do društva i od perioda do perioda. Umetnost često se manifestuje na specifičnim mestima kao što su pozorišta, galerije itd. Umetničko delo postoji kao poseban društveni fenomen, poput koncerta ili filma, međutim, obično je deo drugih društvenih aktivnosti ili interesa. Crkva i dvor su uvek integrisali umetnost u svoje aktivnosti, često ne bez određene svrhe. Estetska produkcija danas je u velikoj meri integrisana u proizvodnju potrošne robe, što je posledica ekonomskog uticaja i proizvodnje robe koja se sve brže i brže proizvodi i proizvoda koji sve brže i brže zastarevaju da bi se javila potreba za što većom kupovinom proizvoda na tržištu.

Uticaj ekonomske globalizacije na kulturu u celom svetu je veliki. Globalizacija označava ekonomski, politički i kulturni proces koji je omogućen brzim razvojem na poljima transporta i komunikacija, a koji je često vođen željom velikih korporacija za osvajanjem novih tržišta. Nemoguće je baviti se pozorištem i izučavati ga nezavisno od društvenih i kulturnih fenomena kao što je globalizacija. Susret različitih svetskih kultura i običaja jeste zapravo kulturna globalizacija. Globalizacija otvara nova pitanja u svetu u kome živimo, u našem neposrednom okruženju, svakodnevnom životu i nama samima. Proces globalizacije doprinosi otvaranju granica lokalnih kultura i političkih zajednica i doprinosi razvoju jedne globalne kulture povezujući različite kulture, različitih zemalja i regiona.

Očigledno je da se današnja pozorišta takmiče sa filmskim industrijama. U Indiji, u sveri pozorišta, mladi ljudi učestvuju u uličnim predstavama gde je svakog dana aktivno skoro 7000 grupa. Te predstave se obično izvode van kancelarija, za vreme pauze, ručka ili posle radnog vremena. Uključeni su ljudi svih zanimanja, kao što su studenti, radnici, profesori, glumci, pa čak i političari. Uveče i za vreme praznika, festivala i vašara, ulični ćoškovi i otvoreni prostori su idealna mesta za izvođenje predstava. Broj gledalaca varira između nekolicine i nekoliko stotina. Izvođači lako mogu dopreti do 400 – 500 ljudi na otvorenom prostoru i u prometnim ulicama bez upotrebe bilo kakvog ozvučenja. Pored Indije, u Aziji postoji tradicija lutkarskih pozorišta, gde se lutkama pripisuje ritualna vrednost. Ovaj fenomen je prisutan od Japana do Turske. Postoji i "Pagoda" festival u Burmi koji je i dalje impresivna raznolikost kao što je bila nekada, ali sada kombinuje religiozne rituale, pop pesme, tradicionalni ples, moderne predstave, komične skečeve i klasičnu dramu. Na ovom festivalu održavaju se predstave na pozornici od deset uveče do sedam sati sledećeg jutra. Uprkos satelitskoj televiziji i drugim kulturnim događajima i drugim vrstama zabave, publika želi da vidi slavne ličnosti koje izvode, improvizovane šale komedijaša i da

učestvuje u zajedničkom iskustvu provoda koji traje celu noć. Dramsko udruženje sastavljeno od starijih izvođača želi da zadrži tradicionalni sadržaj i spreči uticaj trendova koji dozvoljavaju pop muziku. Deo kulturnog tržišta koji se na ovaj način pokriva smanjuje se zbog pojačanog uticaja pop muzike na deo publike koju čine mladi koji traže da zadovolje svoje potrebe na drugim mestima a ne u problemima drevnih prinčeva i princeza i tradicionalnim pozorišnim predstavama.

ZAKLJUČAK

Kultura je sveobuhvatan način života. Ona je proistekla iz igre a ne rada, kao proizvod smisla života. Kroz igru društvo tumači život i njegov smisao. Društvene aktivnosti poput mita, jezika, običaja, folkloru, muzike... proistekle su iz igre. Kako je kultura kao sveobuhvatan način života nastala iz igre, da li se onda ključnim uzrokom nastanka globalizacije treba smatrati kultura ili tehnološko-ekonomski aspekt? Globalizacija bez sumnje utiče na velike promene u kulturi. Pitanje je da li upravo kulturni aspekt globalizacije može da bude šansa za sve one zemlje koje su u mraku, da i one dobiju šansu za napredak i razvoj. Otvaranje granica za kulturne uticaje omogućava da se podele uspešna iskustva, da se napreduje i unapredi kultura. U pozitivne aspekte kulturne globalizacije možemo da svrstamo bolje razumevanje kulturnih različitosti, prevazilaženje tih razlika u kulturi, savladavanje jezičkih barijera, preuzimanje pozitivnih vrednosti iz drugih kultura.. Ono čemu još doprinosi kulturni aspekt globalizacije je sprečavanje sukoba ili ublažavanje, dovodi do stvaranja jednog globalno, kulturnog društva, koje ako se izuzme unifikacija može da dovede do puta prosperiteta i napretka. Opet kada govorimo o negativnim aspektima kulturne globalizacije tu se najpre ubraja ugrožavanje nacionalnog suvereniteta država, dolazi do nametnutih trendova, takozvane masovne kulture. Neretko se dešava da najveći prosperitet ostvaruju kulturni giganti koji kreiraju kulturnu industriju koja vodi celokupne mase ljudi, poznati brendovi dominiraju u potrošnji i promociji što ponekad umanjuje šanse za izražavanje drugih isto vrednih proizvođača. U kulturnom aspektu globalizacije dolazi do otvaranja lokalnih granica kultura i političkih zajednica. Ono što je važno i što omogućava napredak je činjenica da se dolazi do povezivanja različitih kulturnih dostignuća i mogućnosti raspolaganja kulturnih znanja svih naroda. Jedan od načina da se ublaže negativni aspekti kulturne globalizacije je da nacionalne države pomažu u promociji i očuvanju nacionalnog identiteta, negujući folklore, običaje, nacionalne vrednosti i svetkovine neprocenjive vrednosti. Da li će u budućnosti prevgnuti pozitivni ili negativni efekti kulturne globalizacije za sada je neizvesno, ostaje nam da verujemo da će te promene biti pozitivno značajne za buduće generacije.

PITANJA

- 1) Da li globalizacija u 21 vijeku u Evropi nameće stil života SAD-a?
- 2) Koje su to važne prednosti koje nas uči globalizacija kada je stavimo u odnos sa kulturnim identitetom ?
- 3) Koji su to negativni i pozitivni aspekti globalizacije na kulturu ?

LITERATURA

1. Vukotić, V. (2015). Institut Društvenih Nauka-centar za ekonomska istraživanja. Zbornik radova Globalizacija i kultura. *Kako do mita o globalizaciji ?* (392), str.9-20.
2. Madžar, Lj. (2015). Institut Društvenih Nauka-centar za ekonomska istraživanja. Zbornik radova Globalizacija i kultura. *Ekonomski efekti i međudejstva globalizacije I kultur ?* (392), str.20-32.
3. Prokopijević, M. (2015). Institut Društvenih Nauka-centar za ekonomska istraživanja. Zbornik radova Globalizacija i kultura. *Globalizacija i kultura ?* (392), str.71-78.
4. Vukotić, V. (2015). Institut Društvenih Nauka-centar za ekonomska istraživanja. Zbornik radova Globalizacija i kultura. *Kako do mita o globalizaciji ?* (392),str. 9-20.
5. Lukšić, I. (2015). Institut Društvenih Nauka-centar za ekonomska istraživanja. Zbornik radova Globalizacija i kultura. *Pojedinac, kultura i globalizacija ?* (392), str.87-95.
6. Petrović, P. (2015). Institut Društvenih Nauka-centar za ekonomska istraživanja. Zbornik radova Globalizacija i kultura. *Globalizacija, kultura i neki ekonomski aspekti ?* (392), str.167-173.
7. Gajić, A. (2009). Srpska Politička Misao. *Globalizacija culture i identitet o jednoj lokalnoj zabludi.* (316),str. 117-130.
8. Jović, N.(2013). Godišnjak Fakulteta Političkih Nauka. *Kultura i Globalizacija- suprostavljena tumačenja.* Vol.7,br.9, str 65-79.
9. Bazić, J. (2020). Sociologija. *Masovna kultura.*(6)
10. Kovačević, J., Savić, S. (2017). *Krug Mladih. Masovna kultura- hoćemo kulturu, a ne reality.*
11. Sekereš, V. (2011). *Kulturni identitet pod uticajem globalizacije.* (8)

03.12.2021.

U Novom Sadu