

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nuša Skobir

Globalizacija vsakdanjega življenja

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Nuša Skobir**

**Mentor: red. prof. dr. Jernej Pikalo**

**Globalizacija vsakdanjega življenja**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2015**

## **Globalizacija vsakdanjega življenja**

Živimo v svetu, kjer so vse potrebne informacije oddaljene zgolj za klik miške. Svet, kot so ga poznali naši stari starši, je stvar preteklosti. V diplomskem delu sem pod drobnogled vzela dva aktualna fenomena sodobne družbe. Najprej sem poskušala prikazati, kako ekonomska in kulturna globalizacija s pomočjo tehnologij, infrastruktur in medijev krojita fenomen *globalne kulture*. Na tej točki je potrebno izpostaviti, da sem se specifično omejila na opredelitev globalne kulture skozi staro ekonomsko paradigmo kapitalizma. Kot drugo, pa sem se osredotočila za potrošniško družbo, ki je produkt kulturne in ekonomske globalizacije. Na temeljih potrošnje pa nastaja univerzalizacija življenjskega sloga. Globalizacija vsakdanjega življenja bo tako sistematičen prikaz, kako je naše življenje vpeto v stare vrednote kapitalizma, katerim je proces globalizacije omogočil zgolj še bolj korenito integracijo v naša življenja, v našo identiteto, v samo bistvo našega obstoja, življenja.

**Ključne besede:** Globalizacija, potrošnja, življenjski slog.

## **The globalization of everyday life**

We live in a world where all the necessary information is just a mouse click away. The world as our grandparents knew it, is a thing of the past. In this paper I will examine two current phenomena of the modern society. First of all we will try to demonstrate how economic and cultural globalization with the help of technology, infrastructure and media, constructs the phenomenon of global culture. Secondly, the focus will be on consumer society, which is the product of cultural globalization. Consumer society derives from the capitalistic perception of the consumer and on this basis generates so called universal lifestyle. The Globalization of our everyday life is a systematic research of how our life is embedded with the old values of capitalism, and how the process of globalization made them more and more integrated into our every day lives and thus becoming the essence of our existence.

**Key words:** Globalization, consumption, lifestyle.

# KAZALO

<b>1 UVOD</b> .....	5
<b>2 KAJ JE GLOBALIZACIJA?</b> .....	7
<b>3 EKONOMSKA GLOBALIZACIJA IN KULTURNI VPLIVI</b> .....	13
3.1 SVETOVNO GOSPODARSTVO.....	14
3.2 GLOBALEN VZPON NEOLIBERALNO-KAPITALISTIČNE LOGIKE.....	15
3.3 VPLIVI KAPITALIZMA NA KULTURO.....	17
<b>4 KULTURNA GLOBALIZACIJA IN KULTURNI VPLIVI</b> .....	19
4.1 HOMO/MONO/HIB .....	19
4.2 TEORIJA KULTURNEGA IMPERIALIZMA.....	20
4.4 VPLIV MODERNIZACIJE .....	25
<b>5 GLOBALNA KULTURA</b> .....	28
<b>6 UNIVERZALIZACIJA ŽIVLJENJSKEGA SLOGA</b> .....	30
6.1 LASTNOSTI ŽIVLJENJSKEGA SLOGA .....	30
6.2 OD NUJE DO ŽELJE .....	31
6.3 POTROŠNIŠKA KULTURA IN SPREMEMBA IDENTITETE.....	34
<b>7 ZAKLJUČEK</b> .....	36
<b>8 LITERATURA</b> .....	38

# 1 UVOD

Globalizacija je obširen koncept, ki ga je težko definirati. Je proces, ki se manifestira na vseh področjih našega življenja (ekonomsko, kulturno, politično), vpliva na našo percepcijo časa, prostora, vpliva na kulturo in jezik, obnašanje, identiteto, kako živimo življenje ter kako ga vrednotimo. Globalizacija je multidimenzionalen proces, ki poteka v vseh sferah našega življenja, preoblikuje temelje naše družbe, če nam je to všeč ali ne. Proces globalizacije je od nekdaj bil zelo zanimiv za raziskovalce družboslovnih znanosti. Kot bodoča politologinja in prebivalka »globalne vasi« pri tem nisem nobena izjema. Tematika se mi zdi še posebej privlačna, ker je vseprisotna in je v relativno kratkem obdobju docela spremenila pojmovanje naše družbe. Živimo v svetu, ki je zelo raznolik. Svetu, kjer smo vsakodnevno obdani z nešteti možnostmi, kako želimo živeti svoje življenje. Življenjski stil v povezavi z globalizacijo nam vzbudi vprašanje, ali dejansko živimo svoje individualne zgodbe, ali pa je to zgolj še en produkt »navidezne realnosti«, po kateri se ravnamo. Ali je v današnjem svetu sploh mogoče govoriti o edinstvenem individualnem življenjskem stilu, ali pa smo preko potrošniške družbe, ki se je korenito zasidrala v našo zavest, zgolj vpeti v že vnaprej ponujene zgodbe kapitalističnega sistema.

V diplomskem delu Globalizacija vsakdanjega življenja se bomo poglobili v dva osrednja fenomena sodobne globalne družbe. To sta »globalna kultura« ter »univerzalen življenjski slog«. Namen diplomskega dela bo prikazati, kako ekonomska in kulturna globalizacija oblikujeta fenomen »globalne kulture«. Pri tem je nujno izpostaviti, da se bomo kot prvo omejili na pojmovanje globalne kulture skozi ekonomsko paradigmo kapitalizma, kar bo še posebej razvidno v delu ekonomske globalizacije, kjer se bomo osredotočili na tri osrednje dejavnike, ki najbolje prikažejo implementacijo kapitalističnih vrednot. Najprej bomo predstavili obdobje obnavljanja svetovnega gospodarstva po drugi svetovni vojni. S tem bomo pridobili boljši vpogled v porazdelitve političnih moči (katere države so pridobile gospodarsko hegemonijo, ki jim omogoča vplivanje na ostale gospodarsko šibkejšje države še danes) ter samega povezovalnega aspekta mednarodnih trgov. V obdobju obnavljanja svetovnega gospodarstva po obeh vojnah, so se pričele uveljavljati liberalno-ekonomsko-politične smernice, ki so pripomogle k razvoju gospodarstva, kakršnega poznamo danes. Globalno gospodarstvo kot takšno pa v veliki meri prispeva k povezanosti državnih trgov na transnacionalni ravni. Globalni trgi so ključnega pomena za oblikovanje globalne kulture, saj brez ekonomske liberalizacije svet ne bi mogel biti tako povezan, kakor je danes. Globalno

gospodarstvo kot tako pa omogoči tudi vzpon neoliberalno-kapitalistične logike, ki je zadnja faza razvoja tradicionalnega kapitalizma. Kapitalistične vrednote se s pomočjo globalizacije (kot že omenjeno) integrirajo v našo družbo in predstavljajo pomemben gradnik globalne kulture. V drugem delu diplomskega dela bomo pod drobnogled vzeli proces kulturne globalizacije. Preko te bomo poskušali osvetliti aspekte homogenizacije kulture oz. smernice, po katerih nastaja globalna kultura. Pogledali bomo, katere so države po teoriji *kulturnega imperializma*, katerim pripada vodilna pozicija na področju kreiranja našega sveta, kot ga poznamo danes, ter kako se hegemonija držav zahoda manifestira preko razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologij, medijev ter interneta v globalno sfero ter ustvarja homogeno tvorbo, v katero se povezuje cel svet.

Nenazadnje pa se bomo ukvarjali tudi z univerzalizacijo življenjskega sloga, ki nastaja preko potrošniške družbe kot produkt kulturne globalizacije. Univerzalen življenjski slog je koncept življenjskega sloga, ki se oblikuje na podlagi globalne potrošniške družbe, ki temelji na vrednotah kapitalizma, ki mu je uspelo preoblikovati naše identitete do te mere, da se popolnoma nezavedno vpletamo v kolesje kapitalističnega sistema še na področjih, ki so veljala kot nekakšna možnost našega individualizma.

### **Hipotezi mojega diplomskega dela se glasita:**

**H1:** Proces kulturne globalizacije ustvarja univerzalen življenjski slog na temeljih potrošniške družbe.

**H2:** Globalna kultura je nastala kot proizvod ekonomske in kulturne globalizacije.

## 2 KAJ JE GLOBALIZACIJA?

Po besedah Ulricka Becka je globalizacija: »Najbolj uporabljena – zlorabljen- in najredkeje definirana, verjetno najbolj napačno razumljena, najnebuloznejša in politično najučinkovitejša beseda zadnjih in tudi prihodnjih let.« (Beck 2003,37)

Vedno, kadar je govora o globalizaciji, nikakor ne moremo mimo tega, da ne bi omenili, da je to nadvse kompleksen multidimenzionalen proces, ki vpliva na prav vse sfere našega življenja in ga je nadvse težko definirati. Held v nadaljevanju pravi, da je globalizacija največji »kliše sodobne družbe«, saj njen izraz zasledimo v skoraj vseh jezikih, vendar kljub temu vse do danes ne obstaja enotna definicija tega pojma. (Held in drugi 1999, 1) Največji problem pri enotni definiciji globalizacije je zagotovo ta, da obstaja veliko avtorjev, ki se ukvarjajo s tem fenomenom, zatorej posledično obstaja tudi veliko različnih definicij tega pojma.

Najbolj smotno je, da se za začetek osredotočimo na tri osrednje šole, ki so se razvile kot produkt preučevanja procesa globalizacije. To so: *hiperglobalisti, skeptiki in transformacionisti*. (Held in Drugi 1999, 2)

*Hiperglobalisti*<sup>1</sup> pojmujejo globalizacijo kot neko novo dobo v zgodovini človeštva, kjer je koncept tradicionalne nacionalne države postal nemogoč. Trdijo, da gospodarska globalizacija prinaša denacionalizacijo gospodarstev z ustanovitvijo transnacionalnih omrežij proizvodnje, trgovine in financ. Pri tem »brezmejnem« gospodarstvu pa države predstavljajo zgolj odskočno desko za pretok globalnega kapitala. Globalni trgi so torej postali močnejši od držav, katerim je prvotno pripadala avtoriteta nad družbo ekonomijo in politiko. V tem oziru mnogi hiperglobalisti delijo isto prepričanje, da ekonomska globalizacija ustvarja nove oblike socialne organiziranosti, ki bodo docela izpodrinile nacionalno državo in, kot že omenjeno, njen vpliv na regulacijo družbe. (Held in Drugi 1999, 3) Globalizacija v očeh hiperglobalistov (oz. globalistov) je neizogiben potek razvoja, na katerega se ne da vplivati niti ga zaustaviti. (Held 2004, 22)

*Skeptiki ali internacionalisti* dojemajo globalizacijo kot mit. Izpodbijajo tezo, da je to fenomen sodobnosti. Za skeptike je globalizacija neprekinjen proces, katerega korenine

---

<sup>1</sup> Znotraj tega gibanja obstaja delitev mislecev na neoliberalce ter neomarksiste, pri čemer neoliberalci vidijo nastale spremembe kot nekaj dobrodošlega za našo družbo, medtem ko neomarksisti dojemajo trenutno globalizacijo kot zmago represivnega kapitalizma. (Held in drugi 1999, 4)

segajo daleč v preteklost, proces kot tak pa ni nobena noviteta na področju kulture, politike in ekonomije, gre za neko naravno nadaljevanje razvoja preteklih in že ustaljenih praks. Zanikajo tezo o pomembnosti globalizacije, saj verjamejo, da je večina ekonomskih in socialnih aktivnosti še zmeraj izvira iz regionalnih temeljev, zato je pomen tradicionalne nacionalne države še kako pomemben. (Held 2004, 23)

*Transformacionalisti* zadnja šola na področju preučevanja globalizacije, pa dojema globalizacijo, kot zgolj še eno nadaljujoče obdobje v zgodovini človeštva. Globalizacija je neizpodbitno nadvse pomemben premik v naši družbi, ki pa se od ostalih obdobj sicer razlikuje po spremembah, ki so izrazitejšje in vplivajo na prav vsakega izmed nas. Nacionalna država ostaja še zmeraj pomemben faktor na področju vojske, ekonomije in politike, neizpodbitno pa je dejstvo, da je močno pod vplivom globalnih korporacij, ki si prizadevajo uveljaviti svoje lastne interese na sferi globalnega trga. Globalizacija po mnenju transformacionalistov pa naj ne bi bila neizogiben proces, na katerega se ne da vplivati, kakor pravijo hiperglobalisti. Po mnenju transformacionalistov bi morali razviti globalni demokratični sistem, kjer vodilne odločitve sprejemajo nacionalne države, s čimer pa bi zajezili njen »nekontroliran vpliv«. (Held 2004, 23–24)

Na tej točki moramo tako izpostaviti še eno pomembno diferenciacijo na področju preučevanja globalizacije, to je njeno časovno umestitev, ki je še kako zelo pomembna za celovito dojetje tega kompleksnega procesa. In sicer Waters (1995, 4) na podlagi preučevanja teorij globalizacije razvije tri osrednje časovne umestitve globalizacije, ki vplivajo na njeno boljše razumevanje. Prva umestitev, ki jo identificira Waters, se navezuje na preučevanje globalizacije kot nekega linearnega procesa, njene korenine segajo torej daleč v preteklost, vendar pa ne gre zanikati, da so se njeni efekti ne tako dolgo nazaj drastično povečali. Druga časovna omejitev preučevanja globalizacije se navezuje na prepričanje, da je globalizacija proces, ki se je pojavil šele z modernizacijo in razvojem kapitala. In nenazadnje, globalizacijo se lahko dojema kot popolnoma nov fenomen, ki se ga asociira z drugimi družbenimi procesi, kot je post-industrializacija, post-modernizacija ali dezorganizacija kapitalizma.



Namen orisa osrednjih šol in grobe predstavitev časovne umestitve globalizacije je bil pokazati na ključne trende globalizacije. Vsekakor pa ne moremo dobiti celostne predstave o tem kompleksnem procesu, brez da na kratko predstavimo, kaj o globalizaciji mislijo nekateri njeni ključni teoretiki. Pojmovanje globalizacije bom podala s strani po mojem mnenju najbolj ključnih avtorjev, ki so največ doprinesli k pojmovanju in raziskovanju procesa globalizacije. To so Anthony Giddens, Roland Robertson, David Harvey ter Malcoma Waters.

*»Po Giddensu globalizacija predpostavlja dialektično razmerje med globalnim in lokalnim, ki ga označuje dvojni proces raztezanja družbenih odnosov v svetovnem merilu na eni strani ter hkratno krepitev pritiskov po ohranjanju lokalne avtonomije in regionalne kulturne identitete na drugi strani.« (Vidmar Horvat 2006, 17)*

Globalizacija je za Giddensa sinonim za modernost, saj naj bi po njegovem v tem obdobju intenzifikacija svetovnih družbenih odnosov v smislu medsebojne povezanosti bila na svojem višku. (Held in McGrew 2003, 51) » Giddens pri svojem zarisovanju podobe modernosti povzema Wallersteinovo teorijo svetovnega sistema, ko prepozna, da je glavnina centrov moči umeščena v kapitalistični svet.« ( Vidmar Horvat 2006, 17) Giddens naveže modernost (globalizacijo) na štiri osrednje sile: *industrializem*<sup>2</sup>, *kapitalizem*<sup>3</sup>, *nadzorovanje sredstev in industrializacijo vojne*. (Vidmar Horvat 2006, 17)

Te globalne sile pa naj bi generirale sisteme in infrastrukture po vsem svetu ter v današnji eri modernosti povezovale gospodinjstva in skupnosti v še najbolj oddaljenih delih sveta. ( Held in McGrew 2000, 51) Na tej točki pa je potrebno izpostaviti, da Giddens globalizacije ne dojema zgolj kot globalno povezanost, temveč tudi kot *časovno-prostorsko razmejitve*, kar pomeni, da globalizacija zaobjema presek prisotnosti in odsotnosti, prepletanje družbenih odnosov in dogodkov z lokalnimi kontekstualnostmi. (Giddens v Held in McGrew 2003, 60)

Največja nasprotnika Giddensove konceptualizacije globalizacije pa sta prav gotovo Robertson in Beck:

---

<sup>2</sup>Industrializem, »ki mu pomeni način produkcije ter družbena razmerja, izhajajoča iz materialnih pogojev dela.« (Horvat Vidmar 2006, 17)

<sup>3</sup>Kapitalizem, »kot sistem blagovne proizvodnje, oblagovljenja delovne sile ter nadzorovanja družbenega življenja v foucaultovskem pomenu.« (Horvat Vidmar 2006, 17)

*»Giddensa spodrežeta ravno na točki njegovega zanašanja na modernost in na njenem imanentnem nagibanju k proizvajanju globalizacijskih učinkov.« (Vidmar Horvat 2006, 18)*

*»Robertson globalizacijo opredeli kot koncept, ki se nanaša tako na zgoščevanje samega sveta kakor tudi na vedno večje zavedanje in dožemanje sveta kot celote... to oboje utrjuje globalno povezanost in zavest o celosti sveta. Ta globalna zavest o svetu kot celoti pa skupaj z vedno večjo materialno medsebojno odvisnostjo povečuje možnost ustvarjanja sveta kot enotnega sistema. Zato Robertson trdi, da postaja svet zaradi procesa globalizacije bolj in bolj združen.« (Robertson v Černetič 2003, 11)*

*»Harvey je s pomočjo podobnih konceptov (časa in prostora) kot Giddens uspel dokazati povezavo med obdobjem postmodernizacije in globalizacije. Harvey razume globalizacijo kot izraz današnjega drugačnega dožemanja časa in prostora in to poimenuje s terminom »časovno-prostorska zgostitev.« (Waters v Černetič 2003, 12)*

*»Ta zgostitev je povzročila, da v današnjem svetu takojšnih komunikacij prostorska oddaljenost in čas ne predstavljata več ovir za sestavo človeških družbenih organizacij in medsebojnih povezovanj. Globalizacija je po Harvejevem mnenju globoko povezana s pospeševanjem in stopnjevanjem časovno-prostorske zgostitve v družbenem življenju.« (McGrew v Černetič 2013, 13)*

In nenazadnje imamo še Watersa, ki proces globalizacije opredeli kot družben proces, kjer geografske ovire nimajo nobenega vpliva na oblikovanje družbenih in kulturnih ureditev, ljudje pa se zavedajo poteka tega procesa okoli njih. Globalizacija naj bi bila po Watersu direktna ekspanzija evropske kulture čez cel svet ter tesno povezana z vzorci kapitalističnega razvoja, ki se odražajo na gospodarskem, kulturnem in tudi političnem področju. (Waters 1995, 3)

Pričujoče diplomsko delo pa ne bo primerjava različnih definicij globalizacije. Osrednji namen predstavitve trendov interpretiranja, dožemanja in umeščanja globalizacije je bil, da nakažemo, kako težko je definirati nekaj, kar se dobesedno lahko dojema kot »vse« ali »nič«. Ker pa je za nadaljnjo razumevanje diplomskega dela ključno, da proces vendarle zamejimo, sem se odločila uporabiti definicijo globalizacije po Davidu Heldu, ki jo poda v petih točkah.

1. Proces, ali bolje skupek procesov, ki ga ne moremo pojasniti zgolj s preprosto linearno logiko pojmovanja »časa-razvoja«. Reflektira se v vzponu interregionalnih omrežij ter sistemov interakcije in izmenjave na globalni ravni.
2. Prostorski doseg in gostota globalnih in transnacionalnih medsebojnih povezav ustvarjajo mreže in omrežja povezav med skupnostmi, državami, mednarodnimi institucijami, nevladnimi organizacijami in multinacionalnimi korporacijami, ki se manifestirajo v tako imenovan globalni red.
3. Ne obstaja skoraj nobeno področje našega življenja, na katerega proces globalizacije ne bi vplival. Vsi ti procesi pa se reflektirajo v skoraj vseh družbenih sferah, vse od kulture ekonomije, vojske, okolja in prava. Globalizacija je torej vsekakor proces mnogih obrazov.
4. Povezana je z deteritorializacijo in reteritorializacijo socio-ekonomskega in političnega prostora. Kaj mislimo s tem je, da se socialne in politične aktivnosti raztezajo preko meja nacionalne države, pri čemer pa se ne navezujejo več na njen teritorij.
5. Proces, pri katerem je potrebno omeniti tudi nadvse pomembno razmerje moči. Medtem ko politične in ekonomske elite sprejemajo odločitve daleč stran na drugi strani sveta, pa vsekakor posledice njihovih odločitev občutimo prav vsi po svetu. (Held in drugi 1999, 27–28)

Globalizacija, kot je razvidno, je nadvse multidimenzionalen, kompleksen proces, ki vpliva na prav vse sfere našega življenja. V nadaljevanju se bomo podrobneje posvetili ekonomski in kulturni globalizaciji ter njunem vplivu na oblikovanje koncepta globalne kulture. Pri tem je potrebno izpostaviti, da bo naš fokus raziskave sicer res bolj osredotočen na zgolj dve polji globalizacije, vendar ne moremo mimo tega, da ne opozorimo, da globalno kulturo poleg ekonomske in kulturne globalizacije kreirajo še drugi dejavniki, katerih pa se bomo zagotovo dotaknili v nadaljevanju.

### 3 EKONOMSKA GLOBALIZACIJA IN KULTURNI VPLIVI

Ko je govora o gospodarstvu in kulturi ter tudi seveda politiki, prihaja do trenj mnenj med teoretiki (kot ponavadi, ko je govora o globalizaciji). Na enem mestu imamo tako marksistično pojmovanje odnosa omenjenih polj, pri čemer ravno ekonomski razvoj determinira kulturne kakor tudi politične karakteristike. Na drugi strani pa obstaja tako imenovana »weberianska verzija« korelacije med ekonomijo, politiko in kulturo, ki pravi ravno obratno, in sicer, da je polje kulture tisto, ki determinira ekonomijo in politiko. (Inglehart in Baker 2000, 19) V nadaljevanju se bomo podrobneje osredotočili na marksistično pojmovanje kulture, ekonomije in politike. Bistvo prihajajočega dela bo prikazati, kako se manifestirajo posledice ekonomske globalizacije v naših vsakdanjih življenjih. Predhodno smo že omenili, da obstaja mnogo definicij globalizacije. Ko je govora o konceptu ekonomske globalizacije, ta ni prav nobena izjema.

Za boljše razumevanje diplomskega dela, bomo rekli, da ekonomska globalizacija ni nič drugega kakor pa integracija nacionalnih ekonomij v vedno bolj in bolj razširjajoče se mednarodne trge. Ta širitev trgov pa pomeni prost pretok blaga, storitev, dela in kapitala, kar ustvarja tako imenovan globalni trg. (globalthinking 2.0 2015)

Kot je razvidno, so trgi blaga, dela in kapitala sestavni deli svetovnega gospodarstva in kot taki (samoumevno) tudi nadvse pomemben del ekonomske globalizacije. O moderni obliki ekonomske globalizacije lahko govorimo šele od Bretton Woods konference leta 1944 naprej, kjer so se sestali vodilni politiki, podjetniki in ekonomisti iz vsega sveta in sklenili, da je potrebno sprejeti nove smernice na področju liberalizacije gospodarstva. (Dulupcu in Demirel 2005, 32) Najpomembnejše za razvoj svetovnega gospodarstva preteklih desetletij pa je zagotovo bila povečana internacionalizacija – in pospešena globalizacija ekonomskih aktivnosti. (Dicken v Held in McGrew 2003, 303)

Za nas ne bo osrednjega pomena, da orišemo celoten zgodovinski potek ekonomske globalizacije, temveč da osvetlimo zgolj njene ključne vidike. Med te ključne vidike pa zagotovo spada obdobje rasti globalnega gospodarstva (1945 – 1990) oz. obdobje hladne vojne, kar nam bo omogočilo vpogled v nastanek platforme svetovnega gospodarstva ter razporeditve gospodarskih moči, ki so se ohranile vse do danes.

### 3.1 SVETOVNO GOSPODARSTVO

Kljub vsem predhodnim prizadevanjem (navezujoč se na konferenco v Bretton Woods) se je narava svetovnega gospodarstva dramatično pričela spreminjati šele leta 1950, ko državne meje niso več predstavljale omejitev v proizvodnem procesu. (Dicken v Held in McGrew 2003, 303) Druga svetovna vojna je Združene države zapustila v edinstveno močnem položaju, Evropa in Azija pa sta doživeli obsežno gospodarsko uničenje. Ameriški dolar je postal glavna rezervna valuta po svetu, korporacije v ZDA pa so prevzele vodilne položaje v številnih panogah. Potrebno je izpostaviti, da sta Evropa in Japonska v povojnem desetletju doživljali obsežno rekonstrukcijo, ki je bila močno odvisna od uradne pomoči ZDA, vendar pa je Evropi in Japonski sčasoma uspelo zelo uspešno zapreti tehnološko in produktivnostjo vrzel med Ameriko. Japonsko gospodarstvo je raslo tako hitro, da je do leta 1970 Japonska postala drugo največje gospodarstvo na svetu, pri čemer pa so ZDA še vedno zavzemale vodilno pozicijo. (Jones 2005)

Svetovni nadzori nad pretokom kapitala so bili povezani s plačilno bilančno skrbjo ter sistemom fiksnih deviznih tečajev, ki so jih vpeljali na konferenci v Bretton Woods. Šele leta 1958 je večina Evropskih držav sprejela »*nonresident convertibility*«, ki je tujcem omogočila prenos denarnih sredstev iz bančnega računa v eni državi na bančni račun v drugi državi, to je bilo ključnega pomena za razvoj liberalne in odprte mednarodne ekonomije, kar se je hitro poznalo v povišanju finančnih tokov predvsem iz ZDA v Evropo. Potrebno pa je izpostaviti na tej točki, da so države še vedno nadvse močno zamejevale in kontrolirale prost pretok kapitala. Leta 1970, po propadu bretonwoodskega fiksnega sistema menjalnih tečajev, so zahodne države sprejele drseči sistem deviznega tečaja, ki je omogočil bliskovito ekspanzijo mednarodnih finančnih trgov. (Jones 2005) V času hladne vojne so Združene države Amerike in njene zaveznice podrejale vsa nesoglasja in potencialne gospodarske spore v zavezništvu zaradi političnega in varnostnega sodelovanja. Njihov poudarek na varnostnih interesih in političnem sodelovanju je predstavljal nekakšno lepilo za svetovno gospodarstvo. (Gilpin in Gilpin 2000)

Od zgodnjih 1980-ih pa so postajala gospodarska vprašanja in svetovno gospodarstvo vedno bolj osrednjega pomena v mednarodnih gospodarskih in političnih zadevah. (Gilpin in Gilpin 2000) Finančni strokovnjak in ekonomski komentator David D. Hale poimenuje to obdobje »drugo veliko obdobje globalnega kapitalizma.« (Hale v Mansbach in Rhodes 2009, 294)

Svetovno gospodarstvo in politika (v drugem velikem obdobju globalnega kapitalizma) doživljata drastično preobrazbo. Konec hladne vojne, propad Sovjetske zveze, stagnacija Japonske, združitev Nemčije ter vzpon Kitajske in pacifiške Azije vplivajo na prav vsa področja mednarodnih zadev. (Hale v Mansbach in Rhodes 2009, 294) Obdobje, ko je država obvladovala trg, je mimo, sedaj je govora o novem obdobju, v katerem trg obvladuje svet. Povečan pomen trga pa se je prične odražati v povečanih mednarodnih tokovih blaga, kapitala in storitev. (Gilpin in Gilpin 2000) Mednarodne tokove je spodbudilo zmanjšanje stroškov prevoza in komunikacij, propad gospodarstva na »ukaz« in povečujoč vpliv konservativne ekonomske ideologije kapitalizma. (Gilpin in Gilpin 2000) Časi svetovnega gospodarstva so pričeli pridobivati nove globalne razsežnosti. (Castells v Held in McGrew 2003) V tem obdobju spremembe, ki so bile rezultat preteklih desetletji, postanejo bolj vidne. Pod te spremembe štejemo tehnološko revolucijo, ki jo povezujemo z razvojem računalnika, informacijsko industrijo ter redistribucijo ekonomske moči od industrializiranega Zahoda na območje bliskovito razvijajočega se gospodarstva azijsko-pacifiške regije. Zgodi se svetovni premik k povečani medsebojni odvisnosti trgov ter upravljanju gospodarskih zadev, kar rezultira v integracijo nacionalnih gospodarstev in nastanek globalnega gospodarstva. (Hale v Mansbach in Rhodes 2009,294)

Šele v poznem dvajsetem stoletju svetovno gospodarstvo pridobi globalno oznako oz. razsežnost. Za to pa sta bila zaslužna predvsem dva ključna dejavnika: implementacija deregulatornih in liberalnih politik s strani vlad in mednarodnih institucij ter razvoj novih infrastruktur, izvirajočih iz informacijskih in komunikacijskih tehnologij. (Castells v Held in McGrew 2003, 311) Politične, gospodarske in družbene dejavnosti so tako pričele postajati po obsegu delovanja vse obsežnejše. Obdobje obnavljanja svetovnega gospodarstva je pomembno za boljše razumevanje, nastajanja globalnega gospodarstva.

### **3.2 GLOBALEN VZPON NEOLIBERALNO-KAPITALISTIČNE LOGIKE**

Na prelomu stoletja (po koncu hladne vojne), ko so vsi pričakovali, da bo ekonomska globalizacija rezultirala v gospodarski prosperiteti, pa so se pokazali njeni negativni vidiki, ki niso prizanesli nobeni državi. Globalizacijo se je tako pričelo kriviti za vse negativne gospodarske posledice: višanje nezaposlenosti, povečevanje dohodkovne neenakosti,

povečanje revščine. (Gilpin in Gilpin 2000) Ker so se procesi integracij naglo razširjali preko vedno bolj in bolj razširjajoče se tehnologije in znanosti, so postali najpomembnejši mehanizem na področju tako domačih kot tudi mednarodnih zadev. V visoko integriranem globalnem gospodarstvu je koncept nacionalne države postal zastarel. Izoblikovalo se je globalno kapitalistično gospodarstvo, temelječe na neomejeni trgovini, investicijskih tokovih ter mednarodni dejavnosti, ki jo vodijo multinacionalna podjetja. (Gilpin in Gilpin 2000) Kot je počasi razvidno, je v osemdesetih letih pričela v ospredje prihajati neoliberalna kapitalistična ekonomska paradigma, ki je temeljito preoblikovala svet.

Kot pravita Steger in Roy: : *»Neoliberalizem je zasnovan na klasičnem liberalnem modelu samo-regulativnega trga, pojavlja pa se v različnih tipih in variacijah; (1) neoliberalizem kot ideologija, (2) kot način upravljanja in vladanja, (3) in kot specifična skupina politik.«* (Steger in Roy 2011)

Za nas bo najpomembnejši neoliberalizem kot ideologija. Tako Steger in Roy nadaljujeta:

*»Nosilci neoliberalne ideologije so globalne oblastne elite, katere del so managerji in direktorji velikih transnacionalnih korporacij, korporativni lobisti, vplivni novinarji, strokovnjaki za odnose z javnostmi, intelektualci in publicisti, zvezdniki in javne osebe, visoki državni uradniki in politiki. Kot zagovorniki neoliberalizma ti posamezniki polnijo javni diskurz z idealizirano podobo sveta potrošništva in prostega trga. Spretno sodelujejo z mediji, preko katerih javnosti prodajajo podobo enotnega globalnega trga, ki ga kažejo v pozitivni luči kot nujno orodje za ustvarjanje boljšega sveta.«* (Steger in Roy 2011)

Ena izmed razlag neoliberalizma je, da je neoliberalizem zadnja faza tradicionalnega kapitalizma. Filozofija, ki razume ustvarjanje dobička kot edino bistvo demokracije in potrošnjo kot osrednjo obliko državljanstva. Peščici ljudi zagotavlja platformo za uresničevanje zasebnih interesov na socialni, gospodarski in politični sferi z namenom maksimiranja osebnega dobička. Neoliberalizem je zaznamovan s premikom od sektorja proizvodnje v storitveni sektor z vzponom začasnega in polovičnega delovnega časa, rastjo na finančnem področju, širjenjem množičnega potrošništva, poglobljenjem praktično vsega. Neoliberalizem združuje ideologijo prostega trga v kombinaciji s privatizacijo javnega bogastva, odpravo socialne države in socialnega varstva ter deregulacije gospodarske



dejavnosti. (Giroux 2012) Ta nov fenomen globalnega gospodarstva pa ima sposobnost delovati kot enota v realnem oziroma izbranem času na planetarni ravni. (Castells v Held in McGrew 2003, 311)

Ko je govora o ekonomski globalizaciji torej nikakor ne moremo mimo tega, da ne bi omenili, da je proces slednje omogočil korenito implementacijo kapitalističnih vrednot, ki pa so se skozi zgodovino razvoja gospodarstva zakoreninile globoko v našo podzavest, če nam je to všeč ali ne. V nadaljevanju si bomo ogledali, kakšne so te zloglasne vrednote kapitalizma ter na kakšen način vplivajo na našo družbo/kulturo.

### **3.3 VPLIVI KAPITALIZMA NA KULTURO**

Vprašanja o tem, ali gospodarstvo vpliva na kulturo, so odveč, vpliv kapitalizma je očiten po vsem svetu. V vodilnih državah povečuje bogastvo in življenjski standard za peščico ljudi, na perifernih območjih pa ljudje trpijo zaradi povečane revščine, bolezni, okoljske škode in političnega konflikta. (Robbins v Burley 2009) Po Robbinsu je svetovni trg globoko učinkoval na kulture, identitete in življenjske sloge. Globalizacijo gospodarskega življenja, kot pravi, spremljajo valovi kulturne preobrazbe, temu procesu pa pravimo kulturna globalizacija. (Robbins v Beck 2003, 67) O podrobnejših vplivih kulturne globalizacije na kulturo bomo govorili v nadaljevanju. V tej točki pa je potrebno izpostaviti predvsem dejstvo, kakor nadaljuje Price, da konkurenčne globalne tržne ekonomije nedvomno preoblikujejo tradicionalne kulture ter igrajo ključno vlogo pri preoblikovanju tradicije in radikalno spreminjajo socialne interakcije in odnose. (Price 2005) Po večini, ko je govora o kapitalističnem vplivu na sodobne družbe, so posledice slednjega obravnavane vse prej kakor pozitivno, kot nadaljuje Miller. Kapitalizmu se očita, da vpliva na kulturo iz treh vidikov: uničuje tradicionalno kulturo in način življenja, cel svet postaja homogeniziran in westerniziran zaradi kapitalizma ter, nenazadnje, kapitalizem poudarja radikalen koncept avtonomne identitete. (Matheson Miller 2013) Po drugi strani pa je pomembno, da ne podcenjujemo pozitivnih vidikov, ki prihajajo s strani gospodarske rasti in zmanjšanja revščine. Ravno na tej točki pa se odraža »kreativna destruktivnost« kapitalizma, ki prinaša resne posledice – tako pozitivne kakor negativne. (Matheson Miller 2013) Če na eni strani kapitalistično naravnani gospodarski sistem povečuje brezposelnost, revščino, vpliva celo na

našo percepcijo kulture, ne gre zanikati, da spet po drugi strani odpira dodatna delovna mesta z odpiranjem novih podjetij, krepi gospodarsko rast itd.

Nekateri ključni koncepti, ki se nanašajo na analizo učinkov kapitalizma v kulturi, so po Priceu (2004) profitni motiv, blago, človeške želje in tržno gospodarstvo. Kapitalistični sistem temelji na zasebni lastnini in konsolidaciji proizvodnih sredstev, kjer je proizvodnja blaga, ki jo vodi motiv dobička, zadovoljiti človeške želje. Kaj kapitalizem stori, je, da spodbuja ljudi, da se vključijo v dejavnosti z drugimi ljudmi, ki se štejejo za dragocene. To pa mnogi dojemajo tudi kot najbolj pozitivno lastnost kapitalizma. (Price 2004)

Kapitalizem vpliva na prav vse vidike našega življenja. Eden od glavnih načinov, kako trg spreminja kulturo, poteka ravno preko inovacij. Ko nastajajo nove tehnologije, industrije, blago in storitve, postajajo starejše zastarele. Nove oblike upravljanja, tehnologije in delitve dela pa vplivajo na preoblikovanje tradicionalnih delovnih in socialnih odnosov. (Matheson Miller 2013) Vse pomembnejša vloga v širitvi vrednot kapitalizma pa leži tudi v rokah multikorporacij, ki po Robbinsu v navezavi z razvojem paradigme odprtih trgov ter z vedno večjo pomembnostjo krepijo vrednote potrošništva, neposredne posledice neokapitalistične paradigme sveta. (Robbins v Burley 2009) Kapitalistična gospodarska paradigma se tako množično promovira v svetu sodobnosti preko medijev, v obliki glasbe, filmov, oglasov, in ni ga človeka na tem svetu, ki bi se lahko izognil njenim vplivom. Osrednje gonilo kapitalizma, kot pravi Umek, je ta, da je utemeljen na konceptu svobodnega trga, ki izvira iz posameznikove svobode. (Umek 2011)

Največja ironija pa je ta, da največji zamejevalec svobode (tj. kapitalizem), ima temelje, ki izvirajo ravno iz človekove svobode, medtem ko je dejstvo tako daleč od resnice. V svetu sodobnosti se nas vpenja v družbo navidezne svobode. S potrošnjo – z najbolj družbeno vidno platjo kapitalizma – pa se nam daje, ali bolje rečeno, prodaja, neke določene »izbire«, ki se nam mogoče zdijo neomejene, dajejo nam občutek individualnosti in možnost izbire, vendar temu ni čisto tako. Počasi tonemo v homogenizirano družbo, kjer tradicije enostavno postajajo »ne moderna«.

## **4 KULTURNA GLOBALIZACIJA IN KULTURNI VPLIVI**

Ne prav veliko izrazov globalizacije je tako razširjenih, vidnih, prodornih kakor pa širjenje globalnih potrošniških znamk, globalne prevlade popularnih kulturnih ikon in predmetov ter hkrati simultan prenos dogodkov preko satelitskih signalov med milijone ljudi ob istem času na vse kontinente na sveta. (Held in Drugi 1999, 327) V naslednjem poglavju bo govora o kulturni globalizaciji ter o tem, kakšni so njeni prispevki pri oblikovanju globalne kulture.

### **4.1 HOMO/MONO/HIB**

Ko potekajo razprave o kulturni globalizaciji in njenih posledicah, obstajajo trije osrednji scenariji, ki prevladujejo. Prvi scenarij dojema kulturno globalizacijo in njene vplive na kulturo kot heterogenizacijo, temu sledi hibridizacija in ne nazadnje homogenizacija. V nadaljevanju bomo kratko orisali vsak scenarij posebej, poseben poudarek pa bomo namenili kulturni homogenizaciji ter teoriji kulturnega imperializma.

Heterogenizacija ali diferenciacija, se nanaša na zapore, ki preprečujejo globalnim tokovom, da bi kulture postajale medsebojno enake. Gre za proces, kjer globalni tokovi sicer vplivajo na lokalne kulture, jih do neke mere tudi spreminjajo, vendar je potrebno izpostaviti, da ne preoblikujejo njihovega jedra. (Ritzzer v Hasi in Storti 2012, 6) Drugi scenarij, ki prevladuje, je kulturna hibridizacija. Pri tem pojmovanju zunanji in notranji tokovi v medsebojni interakciji ustvarjajo nekakšen hibrid kulture, ki povzema tako notranje kot tudi zunanje komponente. Meje, ki zamejujejo zunanje tokove, obstajajo, vendar niso dovolj močne, da bi popolnoma zaščitile lokalne kulture pred zunanjimi vplivi. Proces kulturne hibridizacije rezultira v nekakšni mešanici lokalnega in globalnega ustvarja hibridne kulture. (Ritzzer v Hasi in Storti 2012, 13) Tretji scenarij pa se navezuje na homogenizacijo kulture in je drugače poznan tudi kot scenarij globalne kulture, amerikanizacije ali westernizacije. V tem scenariju so meje, ki naj bi zamejevale globalne tokove, izjemno šibke. Širom sveta smo priča, kako ljudje poslušajo isto glasbo, gledajo iste filme, zapravljajo denar za identične izdelke. Vsi ti primerljivi dogodki in prakse pa ne namigujejo na nič drugega, kakor na to, da smo priča nastajanju globalne kulture. (Hasi in Storti 2012, 8)

Ko je govora o kulturni globalizaciji, ne moremo mimo teorije kulturnega imperializma oz. kulturne homogenizacije, ki velja za eno najbolj uveljavljenih teorij na področju kulturne globalizacije. Kot pove že ime samo, teorija kulturnega imperializma zaobjema »kulturni« del imperializma. Kulturni imperializem kot tak, pa je tesno povezan s homogenizacijo kulture.

## 4.2 TEORIJA KULTURNEGA IMPERIALIZMA

Ko je govora o kulturnem imperializmu, se takoj poraja neka predstava o tem, kaj kulturni imperializem je. Gre torej za skupno percepcijo, ki temelji na prepričanju, da redukcija v kulturnih razlikah po svetu nastaja zaradi vse večje distribucije komodificirane zahodne kulture s strani globalnih korporacij. Kot je razvidno, je kulturni imperializem proces, ki je največ doprinesel ravno državam zahoda, še posebej ZDA. (Held 2004, 60)

Kot pravi Barker:

*»Kulturni imperializem se pojmuje kot vsiljevanje ene nacionalne kulture drugi(m), pri čemer mediji kot nosilci kulturnih pomenov igrajo pomembno vlogo prežemanja podrejene kulture z vrednostnimi sistemi dominantne kulture. Najpogosteje se na mesto dominantne kulture postavlja ameriške multinacionalke, ki globalno razpečujejo proameriške in prokapitalistične vrednote.« (Barker v Horvat Vidmar 2006, 101)*

Teorija kulturnega imperializma gradi sliko o homogenizaciji kulture, pri čemer v ospredje postavlja še posebej ameriško potrošniško kulturo, ki se manifestira preko kulturne industrije, ki v kombinaciji z razvojem tehnologije pronica v vse sfere našega življenja.

Najbolj zloglasen argument, ki povezuje kulturno globalizacijo z imperializmom se glasi: globalizacija je zgolj najnovejši izraz za oziroma zadnja stopnja v dolgo trajajočem zgodovinskem procesu. V zgodovinskem procesu, ki sobiva z zgodovino zahodnega imperializma. Preprosto povedano, je globalno delujoča misel v procesu dominacije, kjer Zahod (naj si bo Amerika ali ostale prevladujoče države zahoda) vpne vse ostale kulture v posnemanje njenih vzorcev. Diskurz kulturnega imperializma se tako vrti okrog določenih

centralnih kultur, ki se manifestirajo na ostale preko potrošništva, življenjskih slogov in drugih kapitalistično orientiranih vrednot. (Tomlinson v Mohammad 2005, 174)

Bistvo kulturnega imperializma je nadvlada gospodarsko, politično vladajočih, močnejših držav nad šibkejšimi, kar izvira iz zgodovine, z modernizacijo pa proces kulturnega imperializma pridobi globalno oznako.

Ko je govora o kulturnem imperializmu, moramo vzeti v poštev dve ključni pojmovanji. Prvo se nanaša na dojetanje nastajajoče globalne kulture kot ekonomske monokulture, kjer vrednote zahodnih držav dominirajo svetu. (Tomlinson v Mohammad 2005, 174) Najbolje, ekonomsko dojetanje globalne kulture poda Michaels, ki pravi, da je kultura;

*»ekonomski pogled na svet. Ker je vodilna zgodba postala ekonomska, so se ji uklonile mnoge plati naših življenj, nekatere manj druge bolj. Kako danes gledamo na svoje delo, na medčloveške odnose, na naravo in družbeno okolje, na svoje telesno in duševno zdravje, na izobraževanje in ustvarjalnost – vse to nam danes determinirajo vrednote ekonomičnosti.« (Michaels 2013, 12)*

Pri tem pa je pomembno izpostaviti, kot nadaljuje Michaels: *»To ne pomeni, da vsi verjamemo v iste stvari ali da se obnašamo enako, temveč da se sčasoma razvijejo skupna načela in predpostavke, ki usmerjajo naša življenja. Nekako enostavno vemo, kaj se od nas pričakuje pri delu, v družini, družbi, državi, svetu.« (Michaels 2013,11)*

Ekonomski pogled na imperializem se navezuje na kapitalistično pojmovanje sveta, pri čemer vrednote kapitalizma, katerega korenine segajo daleč v preteklost, postanejo osrednje gonilo naših življenj. Ekonomija pa zagotovo ni edina, ki vpliva na oblikovanje kulture. Na kulturo vplivajo tudi drugi dejavniki, kot so politika, zgodovina, religija.

Že Adorno in Horkheimer sta raziskovala homogenizacijo kulture, ki naj bi po njunem bila tesno povezana z avtoritarno dominanco kapitalistične paradigme v kapitalističnih državah. Kulturo sta dojemala kot nekaj, kar se da kupiti in prodati, je torej del tržnega sistema. (Held 2004, 60) Kulturni imperializem kot zahodnizacija torej ni nič drugega, kakor pa prevlada zahodnih stilov življenja, okrepljenih s staro ekonomsko paradigmo kapitalizma. Na tej točki pa je potrebno izpostaviti, da zahodnizacije kulture ne gre enačiti z amerikanizacijo.

Amerikanizacija je proces, pri katerem ameriške vrednote (politične, kulturne in ekonomske) vse bolj vplivajo in preoblikujejo naša vsakdanja življenja. Odražajo se skozi glasbo, modo,

hrano, skratka v vseh sferah našega življenja. (Tomlison v Mohammad 2005, 174) Maligni vpliv izvoza ameriške kulture v Evropo lahko zasledimo vse tja v obdobje druge svetovne vojne s prisotnostjo ameriških in britanskih čet v Evropi. (Held 2004, 63) Še posebej pa se vpliv okrepil v sredini 20. stoletja, ko je bil množično promoviran širom sveta v obliki celemu svetu poznane potrošniške kulture. (Waters 1995, 140)

Najbolje ključne vplive kulturnega imperializma povzame Tomlison, ki pravi:

1. Kulturni imperializem se navezuje na zahodne kulture, okuse in prakse (Amerika, Zahodna Evropa, Avstralija...), ki se globalizirajo. Na drugi strani pa lahko pozahodnjeneje dojemamo tudi kot prevlado ameriške kulturne industrije, ki promovira svoje ameriško kapitalistične vrednote po celem svetu. (Tomlison v Mohammadi 2005, 176)
2. Kulturni imperializem se lahko navezuje na države »tretjega sveta«, ki so že iz zgodovine ekonomsko-politično in kulturno podrejene razvitemu Zahodu, imajo skupno kolonialno preteklost. Zgodovina je zagotovo eden izmed najmočnejših načinov pojmovanja ekonomije, politike in nenazadnje kulture. (Tomlison v Mohammadi 2005, 177) Kot nadaljuje Doreen Massey, pri globalizaciji je ključnega pomena geometrija moči, kar pomeni, da imajo nekateri vedno več moči kot drugi. Na eni strani imamo torej tiste narode, države ljudi, ki se podrejajo drugemu delu, ki kreira, določa kulturne ekonomske in politične vzorce. (Massey v Mohammadi 2005, 177)
3. Kulturni imperializem je vpliv kapitalizma na kulturo. Globalizacija naj ne bi bila nič drugega, kakor pa fenomen kapitalistične ekspanzije. Proces, ki vse globalne kulture manifestira na podlagi enega skupnega dejavnika (kapitalizma) v enotno kapitalistično kulturo. (Schiller v Tomlison 2005, 179) Na tej točki se moramo zavedati, da nekateri avtorji kapitalistični vpliv na kulturo pojmujejo zgolj skozi amerikanizacijo. To dojetje pa je napačno, saj, kot smo že predhodno prikazali, je kapitalizem »globalni« produkt in ne zgolj produkt amerikanizacije. Nikakor ne moremo zanikati pomembnosti vpliva ameriškega kapitalizma na naša življenja, vendar se moramo zavedati, da slednji predstavlja zgolj en del v celoti globalnega kapitalizma, in sicer del tako imenovane kulturne ideologije potrošništva. (Sklair v Mohammad 2005, 179)

Kulturni imperializem je zelo elastičen pojem, ki se navezuje tako na dominacijo v smeri hegemonističnih kulturnih formacij (Zahod, zahodna sodobnost, potrošniška kultura), pojmovati ga je možno v smeri prevlade, razvoja kulturne industrije ZDA in ne nazadnje ima tudi posebno referenco, nanašajočo se na države tretjega sveta, kjer obstaja bojazen absorpcije perifernih kultur v homogenizirano globalizirano prihodnost. (Tomlison v Mohammad 2005, 175) Preko tega pa se odraža zgolj še ena od mnogih lastnost kulturnega imperializma. Nikakor torej ne gre zanikati vplivov kulturnega imperializma, potrebno pa je izpostaviti, da teorija kulturnega imperializma ni tako enostranska, kot se sprva zazdi.

Teorija doživi največ kritik ravno zaradi svoje amerikocentrične naravnosti, pri čemer se ji predvsem očita, da zanemara ostale faktorje, ki vplivajo na homogenizacijo kulture. (Held 2004, 72) Na tej točki je potrebno izpostaviti, da ameriška kultura ne vstopa v druge družbe (vedno) nespremenjena. Ideje in informacije, ki vstopajo v globalna omrežja, so v posameznih družbah sprejete preko njihovih osebnih nacionalnih politik in lokalnih kultur. (Nye 2002) Globalizacija danes je zagotovo precej amerikocentrična, sploh glede na to, da večji del informacijske revolucije izhaja ravno iz ZDA, s čimer pa je tesno povezana tudi produkcija in vsebina globalno informacijskih omrežij, ki povečujejo ameriško »mehko moč«. (Nye 2002)

Mehka moč je koncept, ki ga je razvil Joshep Nye. Predstavlja način, s katerim uveljavljamo svoje cilje brez uporabe sile. (Mellor 2015) Namesto da nasprotnike prisilimo v sodelovanje, ustvarimo v njih raje željo, da si sami želijo iste izide. Mehka moč se vse bolj predstavlja kot alternativa, ki je dolgoročno bolj učinkovita kakor pa uporaba sile. (Nye 2004, 1) Osrednja prednost uporabe mehke moči se odraža predvsem v tem, da zelo subtilno in postopoma vzbuja v nasprotniku željo po spremembi. Pri mehi moči le redko naletimo na njen odpor. Ko se posamezna država posluži pristopa mehke moči, obstajajo različni faktorji, ki vplivajo na vrednost njene mehke moči. Med te faktorje spada kultura posamezne države, politične vrednote in prakse ter zunanja politika. (Mellor 2015) V času hladne vojne je zahod postopoma pričel izvajati mehko moč v želji, da bi razširil svoje imperialne težnje, to pa se je odražalo predvsem v preobražanju populacije na določenem ozemlju preko kulturnih vplivov, ta pristop pa se je ohranil vse do danes. (Mellor 2015) Potrebno je izpostaviti na tej točki, da mehko moč ne nujno vpeljujejo države, temveč je v večini primerov implementirana preko medijev, ki projicirajo sliko o zahodnih vrednotah, ameriški kulturi, zahodnjaških življenjskih slogih kot o nečem, k čemu težimo. (Mellor 2015)

Večkulturne korenine ameriške družbe zagotovo dajejo ameriški kulturi prednosti na področju vpeljevanja mehke moči. Evropejska komponenta vpliva na Evropejce, azijska na Azijce itd. In ker je kulturna identiteta globalizacije presenetljivo fluidna, pomaga ščititi potrošnike pred škodljivimi vplivi ameriške potrošnje in pop kulture. Globalni trg pa ni sestavljen zgolj iz ameriških kulturnih vrednot, temveč predstavlja tudi svet mehiških telenovel, kung fu filmov ter japonskih anim, zato je pomembno, da izpostavimo, da se mehke moči ne poslužujejo zgolj ZDA, temveč tudi druge države. (Aysha 2004, 250) Rosendorf (Nye in Donahue 2000, 128) nadaljuje, da se v enaindvajsetem stoletju zaradi tehnološkega razvoja veliko bolj zavedamo kulturnih sprememb, ki se odvijajo. Fenomen kulturne globalizacije pa naj ne bi rezultiral v kulturni homogenizaciji, marveč v heterogenizaciji.

ZDA kot ena izmed najbolj hibridiziranih držav na svetu pa v tem oziru ne preoblikuje sveta, po svojem vzoru, temveč konsolidira in vzdržuje prevladujočo pozicijo, kot največji generator kulture, ki je namenjena za svetovno potrošnjo. Ta kulturni »output« pa razširja elemente ameriške ideologije in življenjskega sloga ter ustvarja občinstvo širom sveta, ki se čuti tesno povezano z Ameriko. Ravno ta prodorna prodaja ameriškega načina življenja pa omogoča Ameriki, razširjanje njene mehke moči. (Rosendorf v Nye in Donahue 2000, 128)

Vplivov amerikanizacije nikakor ne gre zanemariti, bilo bi precej omejeno, če bi menili, da svet spreminja zgolj ameriška kultura. Informacije, katerim smo izpostavljeni vsakodnevno, nikakor ne prihajajo zgolj s strani ZDA, temveč so produkt globoko zasidranih kapitalističnih ideologij preteklih obdobji, porazdelitve moči, ki pa v procesu globalizacije pridobijo na globalni razsežnosti.



## 4.4 VPLIV MODERNIZACIJE

Po Watersu (1995, 145) modernizacija generira medije, ki prežemajo in raztapljajo meje med kraji in političnimi entitetami in v tem oziru omogočajo bliskovito kulturno transmisijo. Stopnje modernizacije lahko strnemo v pet ključnih dejavnikov, ki so vplivali na pospešen proces kulturne, ekonomske in politične globalizacije – in nenazadnje na razvoj globalne kulture:

1. Razvoj denarja je omogočil trgovino med kraji, kar je omogočilo poslovanje v širšem pomenu. Bolj ko se je trgovina širila, večja je bila geografska specializacija po produktih, kar je rezultiralo v vedno večjo ekspanzijo trga, ki se je na tak način širil. Temu je naglo sledil razvoj globalnega trga, ki je omogočal prenos kapitala preko meja nacionalnih držav.
2. Drug pomemben dejavnik v procesu razvoja globalne kulture, se odraža v razvoju vojaških jadralskih plovil v 15. in 16. stoletju, kar je omogočilo odkrivanje in raziskovanje novega ozemlja (razvoj jadralskih plovil predstavlja zgolj začetni korak v razvoju globalnega prometa). Tekom časa se prične razvijati tudi železniški promet ter razvoj parnika, kar posledično omogoči ne samo medkrajevno povezovanje, temveč tudi medkontinentalno povezovanje. Izboljšave v prometu pa vplivajo tudi na hitrejši prenos informacij.
3. Tretji dejavnik, ki ga je povzročila modernizacija, je eklektičnost elektronskih in fotografskih sredstev, ki so pripomogla k razvoju komunikacijsko-informacijskih tehnologij (telegraf, telefon, televizija).
4. Z razvojem komunikacijsko-informacijskih tehnologij ter transporta se prične razvijati socialna tehnologija na področju administracije, kar omogoči ekspanzijo moči preko teritorijev na vedno večje število ljudi.
5. V zgodnjih 1920-ih pa doživimo popolno preobrazbo na področju medijev, ki uporabljajo kompleksno tehnologijo električnih povezav. V tem obdobju proces globalizacije dobi popolnoma nove razsežnosti. Radio kot tak velja za prvi pravi množični elektronski medij, ki se prične uveljavljati že med letoma 1920–1930, temu hitro sledi razvoj televizije (po drugi svetovni vojni). Lastnosti najnovejših tehnoloških inovacij pa lahko strnemo v pet različnih kategorij, ki so le še okrepile njihov porast: minimalizacija, personalizacija, integracija, difuzija, avtomatizacija. (Waters 1995, 145–148)

Waters (1995,148) pravi, da se je vsa predhodno omenjena tehnologija pričela razvijati v visoko kapitalističnih družbah. V oziru kulturne globalizacije ima tehnologija tri osrednje učinke. Prvi učinek, kot pravi Sklair (v Waters 1995, 148), predstavlja ključno gonilo za izvoz kulturne ideologije kapitalizma (od centra do perifernih delov sveta). V večini primerov imajo oglaševalne agencije in podjetja sedeže v visoko kapitalističnih državah. Oglaševanje kot tako se je še posebej trudilo uspešno upodobiti in prodati idealizirane zahodnjaške življenjske sloge, pod nekimi skupnimi iztočnicami (seks, status, denar itd.). Kot drugo, vsi ti tehnološki napredki vpenjajo narode v tako imenovano mrežo kulturnega imperializma. Preko množičnih medijev razjedajo meje notranjih omrežij in se povezujejo v nove. Ker večina programov in tehnologij izvira ravno iz Amerike, je potrebno izpostaviti, da angleščina postaja »*lingua franca*« globalnega komunikacijskega sistema. Množični mediji pa ustvarjajo globalno kulturo ne samo preko skupnega jezika, marveč tudi preko skupne politične, ekonomske in kulturne vsebine – nekaj, kar se zgodi na drugem koncu sveta, opazujejo ljudje po celem svetu skozi nekakšna globalna očala. (Waters 1995, 149) In kot tretje, množični mediji transformirajo vsebino človeških odnosov v simbole, ki povezujejo ljudi po celem svetu. Kaj mislimo s tem je, da se ustvarjajo nekakšne simulirane skupnosti, ki povezujejo ljudi, na podlagi nekih določenih karakteristik (starost, spol itd.) in krepijo pripadnost med njimi. Nikakor ne gre zanikati pomembnosti razvoja telefonije in televizije, vendar je na tej točki potrebno izpostaviti zagotovo najbolj učinkovit medij prenosa informacij v modernih družbah, to je razvoj interneta, ki je omogočil prosti pretok informacij iz enega konca sveta na drugi s svetlobno hitrostjo. (McLuhan v Waters 1995, 149)

Razvoj novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij na začetku enaindvajsetega stoletja je omogočil hiter in prost pretok informacij. Nastopila je doba informacijske revolucije, ki izvira iz štirih osrednjih temeljev. To so digitalizacija, procesiranje informacij, pasovna širina ter decentralizacija arhitekture standardov. Digitalizacija je prevedla vse informacije v univerzalni binarni jezik. Kakršnekoli komunikacije, ne glede na to, koliko časa preteče, je možno prenašati preko te kompleksne infrastrukture. Univerzalizacija digitalne kode je zagotovo ena izmed najpomembnejših in posebnih konstruktov informacijsko-komunikacijskih tehnologij. Z digitalizacijo je omogočena konstrukcija novih omrežij, ki so odprta za pretok različnih informacij. Potrebno pa je izpostaviti, da digitalizacija zagotovo ne bi bila praktična brez informacijsko-komunikacijskih tehnologij, ki omogočijo pretok informacijskih tokov v digitalne kode in nazaj. Kot drugo, razvoj procesiranja informacij je doživel bliskovit razvoj z izumom mikroprocesorjev, ki so od davnega leta 1965 drastično

pridobili na sposobnosti procesiranja. Kot tretje, sposobnost prenosa informacij preko omrežja se ne zgolj podvoji, temveč potroji vsakih dvanajst mesecev. In ne nazadnje, digitalizacija v kombinaciji s povečano sposobnostjo procesiranja ter z nenehnim izboljševanjem prenosa informacij omogoči, da logistične naloge pošiljanja in prejemanja informacij postanejo del komunikacijskih infrastruktur. Najuspešnejše digitalno omrežje, internet, je tako zgrajen na decentralizirani paradigmi. Te štiri medsebojno povezane lastnosti novodobnih informacijsko-komunikacijskih tehnologij pa se odražajo vedno bolj tudi v telefoniji, ne samo v internetu. (Mayer-Schonberger in Hurley v Nye in Donahue 2000, 135–146) Z novimi oblikami masovne komunikacije pa se je posledično povečal tudi vpliv vizualnih in grafičnih sporočil, ki so preko televizije, filma in interneta okrepili prenos kultur gospodarsko prevladujočih držav. (Rosendorf v Nye in Donahue 2000, 117) ZDA imajo zagotovo pomembno vlogo pri vplivu na globalno kulturo. Še posebej je v dobi informacijsko-komunikacijske revolucije doživela vzpon ameriška popularna kultura. (Rosendorf v Nye in Donahue 2000, 117)

Vplivi moderne dobe v kombinaciji z zgodovinskimi efekti kulturnega imperializma kreirajo naš svet v nekakšno homogeno globalno celoto. Pomembno pa je izpostaviti tudi, da so ZDA in Zahod razvili nadvse učinkovito kulturo, temelječo na potrošnji, ki se preko medijev vedno bolj dotika življenja vseh nas. Če je originalna ameriška verzija potrošniške kulture odvisna od množično posredovanega oglaševanja in posnemanja, je ta proces vstopil v globalno fazo s širjenjem komunikacijskih tehnologij v družbo nacionalne države. (Waters 1995, 141)

Primeri so številni: Svetovni avtomobili... Many Colors of Bennetton, kjer je barva sicer majhna in nepomembna stvar, a bistvena sprememba v njihovih standardiziranih oblačilih, Nike in Reebok priložnostni čevlji ter Leviske, navdihujejo popularno kulturo. (Waters 1995, 141)

Teorija kulturnega imperializma nam prikazuje, da zgodovinski razvoj v kombinaciji z moderno dobo ustvarja sistem vrednot, homogenizirano globalno kulturo, ki je prepojena s potrošniško-kapitalističnimi vrednotami ter nadvlado Zahoda. Potrebno je omeniti, da je teorija kulturnega imperializma zgolj ena izmed mnogih teorij kulturne globalizacije in kot taka predstavlja zgolj en pol sociološkega raziskovanja korelacije med kulturo in globalizacijo.

## 5 GLOBALNA KULTURA

Na kulturo, nikakor ne moremo gledati zgolj z ekonomskega vidika. Kultura v splošnem pogledu, je veliko bolj obširen in kompleksen pojem. Kot pravi Hadi (2015) kultura zaobjema, skupne vrednote znanja, prepričanj, misli, navad, idej in še mnogo ostalih dejavnikov, ki so skupni članom specifične družbe. S pomočjo kulture, definiramo tudi kompleksna omrežja praks, nakopičenih znanj in idej, ki se prenašajo preko socialnih interakcij znotraj družbenih skupin. Nekateri vidiki človeškega obnašanja (jezik, socialne prakse, spol, poroka, glasba, ples, rituali, religija) veljajo za univerzalne, moč jih je najti v prav vseh družbah. (Hadi 2015)

V diplomskem delu poskušam prikazati, da ekonomska in kulturna globalizacija kreirata globalno kulturo, temelječo na kapitalističnih vrednotah. Do sedaj nam je zagotovo že postalo jasno, da se procesa ekonomske in kulturne globalizacije medsebojno prepletata. Sta dve plati istega kovanca. Ekonomski vidik globalizacije pomembno vpliva na razvoj globalne ekonomije ter globalnih trgov, kar prispeva h krepitvi kapitalističnih vrednot, istočasno pa je prek liberalizacije trgov omogočeno prehajanje ljudi, kapitala, denarja, kar se nenazadnje manifestira tudi v »mešanju« različnih kultur. Kulturni vidik globalizacije pa nam da vpogled v težo, ki jo nosijo države Zahoda ter ZDA kot glavni zgodovinski nosilci gospodarsko-kulturno-političnih moči, ki so v procesu kulturne globalizacije zgolj še okrepile svoj vpliv. Pri kulturni globalizaciji je potrebno izpostaviti še en pomemben dejavnik, ki prispeva h kreaciji globalne kulture. To je razvoj komunikacijsko-informacijskih tehnologij, okrepitev medijev ter razvoj interneta, kar je spremenilo naš svet v »globalno vas«. Trgi, tehnologija, znanost in mediji, pretok denarja in ljudi pa ustvarjajo globalno kulturo.

Potrebno pa se je zavedati, da ima pristop kapitalistično-zahodnjaškega gledanja na manifestacijo globalne kulture zagotovo svoje šibkosti. Ena izmed osrednjih polemik, ki se odpira, je »upor« proti tej nastali globalni kulturi s strani držav »tretjega sveta«, kot pravi Tomlinson, obstaja večja skrb za kulturno hibridizacijo kakor homogenizacijo (Tomlinson v Mohammadi 2005, 182). Ne glede na to, ali gre za kulturno homogenizacijo ali hibridizacijo, lahko povzamemo, da smo priča spremembam v naši družbi, ki vplivajo na prav vsakega izmed nas.

Kot nadaljuje Horvat Vidmar (2006, 7):

*»Globalna kultura priključuje miselno krajino mnogoterih podob: slikovitih alej mcdonaldiziranih urbanih pročelij; standardiziranih bazarjev hitre in zdrave hrane; trgovinskih verig, kavarn in knjigarn, ki se kot globalni nomadi sodobnega časa pojavljajo na vseh koncih sveta in enotijo potnikovo izkušnjo urbane kulture.«*

Marsikaj si lahko predstavljamo pod pojmom globalna kultura, to je zagotovo. Verjetno v prav vsakem izmed nas vzbudi neko misel, občutek. Naj si bo negativno ali pozitivno. Raziskovalci družboslovnih znanosti nikakor ne morejo priti do nekega skupnega pogleda na globalno kulturo, kako bi si lahko šele mi? Zagotovo pa je, da je to nadvse kompleksen pojav, ki, kakor nadaljuje Smith, je mogoč zgolj na medplanetarni ravni. Današnja globalna kultura ni vezana na prostor ali čas, vezana je na ozadje, odvzeta od vsepovsod in od nikoder, rojena iz kolesja globalnega komunikacijskega sistema. (Smith v Held in McGrew 2003, 279)

*»Globalna kultura je fikcija, nabor zgodb, ki konstruirajo predstave o svetu in z njim soustvarjajo pogoje za obnavljanje obstoječih družbenih razmerij moči in kapitala. Temeljna fikcija, ki obvladuje miselni krog, je fikcija izobilja in osvobajajoče izkoreninjenosti. Je pripoved o soglasju in užitku v potrošniškem izobilju, narativizacija iluzorne soudeležbe človeštva v procesih oblikovanja globalnega domovanja in marketinga predstav o panhumanem občevanju, o treslem rasnih, kulturnih, civilizacijskih predsodkov, je ideološka oglaševalska zgodba o medkulturni menjavi in razumevanju kot novi kvaliteti človeštva, ki se je nazadnje zavedla meja lastnega etnocentričnega zamišljanja.« (Horvat Vidmar 2006, 7)*

## 6 UNIVERZALIZACIJA ŽIVLJENJSKEGA SLOGA

Koncepta življenjskega sloga nikakor ne gre enačiti s kulturo. Življenjski slog, kot pravi Benedikter (2011, 1076), je izraz, ki poimenuje način življenja ljudi. Način življenja, ki ga je sprejel posameznik sam. Življenjski slog se zanaša na značilnosti določene civilizacije ali kulture znotraj določenega prostora ali časa. Življenjski slog povzame obliko s prepletanjem ekonomskih, političnih, kulturnih in verskih okvirov, vzorcev in diskurzov. S procesom globalizacije pa je življenjski slog močno oblikovan tudi s strani demografskih dejavnikov in ekonomije. V zadnjem času pa v ospredje prehajajo interpretacije življenjskega sloga, ki se ne navezujejo zgolj na prostor in čas, temveč se koncept pogojuje tudi z življenjskimi praksami, ki izhajajo iz zgodovine ter se navezujejo in prenašajo v sedanost. (Benedikter 2011, 1076) Življenjski slog je torej način življenja, ki vključuje vse sfere človeškega življenja ter je oblikovan s strani kulture.

### 6.1 LASTNOSTI ŽIVLJENJSKEGA SLOGA

Življenjski slog naj bi imel dvojno funkcijo, ki se navezuje tako na povezovanje kakor na razlikovanje med posameznimi skupinami znotraj družbe. (Bourdieu v Benedikter 2011, 1076) To pomeni, da obstajajo določene skupine ljudi, ki jim je lahko nek življenjski slog skupen, ne glede na to, kje na svetu se nahajajo.

Ena izmed večjih sposobnosti življenjskega sloga pa je ravno njegova inkorporacija socialnih struktur v materialne simbole. (Bourdieu v Benedikter 2011, 1077) Ta sposobnost inkorporacije socialnih struktur v materialne simbole pa se najbolje odraža ravno preko globalnega oglaševanja, ki predstavlja pomemben dejavnik v kreaciji življenjskih stilov sodobnega sveta. V tem duhu Ule (1996) nadaljuje, da so oglasna sporočila, ki jih »prodajajo« mediji preko množičnega oglaševanja, prikrojena, da vzbujajo emocije in želje pri potrošnikih. Namen teh želj in emocij pa leži v tem, da se potrošniki poistovetimo s podano idejo, ki se nam jo prodaja in jo nenazadnje tudi povzamemo. Ta oglaševalska sporočila lahko apelirajo na preference določenih dejavnosti, projekcijo določenih imidžev, dejavnosti, obnašanja, vedenja itd. Zasnovana so tako, da potrošniki (gledalci) prepoznajo simbolno vrednost, ki se skriva za njimi, in se znajo na podlagi tega umestiti, si izbrati

življenjski slog. Oglasi diktirajo ljudem kaj, kje in kdaj je kakšna stvar zaželena ali ne. Sodobna družba ni nič drugega kakor pa množica simbolov, znakov in socialnih pomenov, ti simboli in sporočila pa so najpogosteje simboli in sporočila življenjskih in potrošniških stilov. (Ule in Kline 1996, 254–255) Oglasna sporočila pa niso edini način komuniciranja trga s potrošniki v svetu sodobnosti, ko smo priča naglemu razvoju medijev.

Življenjski slogi po drugi strani niso zgolj pasivni izrazi socialnih vzorcev, temveč tudi aktivni, saj imajo sposobnost vplivanja na ideje o tem »kaj je dobro življenje«, s tem pa posledično vplivajo na politični in institucionalni okvir družbe. (Bourdieu v Benedikter 2011, 1077) Ne glede na to, ali življenjski slog pripada isti civilizaciji ali kulturi, je v svoji notranjosti vedno stratificiran na podlagi spola, statusa, izobrazbe itd. Pomembno vlogo pri vplivu na življenjski slog ima tudi socialna vključenost ali izključenost. Življenjski slogi so vedno povezani z življenjskimi standardi posameznikov, kar pomeni, da če nekdo živi v zahodni družbi, je posledično vpet v življenjski slog, ki ga ključno determinirajo dejavniki te družbe (dostop do tehnologije, svoboda, enakost, individualizem). (Benedikter 2011, 1079) Življenjski slog sodobne družbe temelji na investiranju v domišljijo in na želji po samorealizaciji posameznika kot potrošnika. (Ule 2000, 288) Če povzamemo, življenjski slog v času sodobnega sveta ni nič drugega kakor sinonim za obnašanje potrošnika na trgu, nanj pa vpliva potrošnja. Najpomembneje na oblikovanje potrošniškega življenjskega sloga v sodobnem svetu zagotovo vplivajo mediji, ki preko različnih oglasov prodajajo zgodbe o življenju, ki si ga želimo.

## 6.2 OD NUJE DO ŽELJE

*»Potrošniška družba, ki se je razvila v drugi polovici dvajsetega stoletja v razvitih zahodnih državah, predstavlja obsežen promotor novih življenjskih stilov, komunikacijskih navad, oblikovanje potreb in želja. Ta sistem je nastal v moderni industrijski družbi, a bo očitno ostal pomemben tudi v novo nastajajoči poindustrijski družbi.« (Ule 1996, 255)*

Potrošnja, kot jo poznamo danes, pa ni bila vedno takšna. V ZDA, VB in ostalih evropskih državah je bila vse do devetnajstega stoletja obravnavana zgolj v okviru tako imenovane nujne potrošnje, popolno ekspanzijo pa je doživela šele z industrializacijo v zgodnjem

dvajsetem stoletju. Potrebo po preživetju je zamenjala želja po tem, da trošimo. (Shah 2003) Kot nadaljuje Ule, potrošniki pa niso bili zadovoljni zgolj z neposredno zadovoljtvijo želja, ampak predvsem s tem, ko jim je potrošnja (njihov potrošniški stil) pričela označevati osebno srečo in socialni uspeh. (Ule in Kline 1996, 255)

Revolucijo na področju potrošništva je povzročila »kriza v produkciji«; razvoj novih tehnologij je rezultiral v povečanje produkcije, s povečanjem produkcije pa je bilo potrebno povečati potrošnjo. Preko aparatov proizvodnje se je tako pričela prodajati nova ideologija lagodja, ki je spodbujala potrošnike, da trošijo več. (Robbins v Shah 2003) Kot nadaljuje Ule: »z nastankom množične produkcije je nastala ekonomska potreba po množični potrošnji.« (Ule in Kline 1996, 262)

Največja zasluga za porast družbe potrošništva gre tako imenovanim institucijam potrošniške družbe, ki so se pričele razvijati proti koncu 19. stoletja vzporedno s povečanjem produkcije. Pojavljati so se pričeli velikih trgovinskih centri v Angliji, Franciji in ZDA, to pa je vplivalo na oblikovanje poljavnih prostorov, ki so potrošnikom omogočali izvajanje različnih nakupov. Povrh vsega pa so se razvile tudi nove oblike »pakiranja«, ki so omogočale distribucijo izdelkov v vrečah, konzervah in steklenicah. Ta tehnološki napredek je omogočil, da so se pričela ustvarjati nacionalna in internacionalna imena tržnih znamk na področju hrane pijače in drugih dobrin. (Goodwing in drugi 2008, 7) V tem duhu Goodwing nadaljuje, da je potrebno med pomembnejše institucije, ki so okrepile potrošniško družbo, prišteti tudi koncept oglaševanja. Preko oglaševanja so podjetja pričela vplivati na šolstvo, religije ter nenazadnje na samo kreacijo javnih vrednot in aspiracij. Oglaševanje se je močno pričelo navezovati na vrednote ter na emocionalne in praktične potrebe potrošnikov. Množina oglaševanja (s katero smo soočeni tudi danes, vsak dan) pa je prinesla med nas različna sporočila, ki v svojem temelju nosijo eno osrednje sporočilo, in to je, da je potrošnja aktivnost užitka. (Goodwing in drugi 2008, 7) Kot smo predhodno omenili, pa ima igra potrošnje ključno vlogo pri krepitvi in ustvarjanju življenjskega sloga tudi v sodobnem svetu, s tem da se sedaj odvija na globalni ravni.

K okrepitvi potrošniške družbe, posledično pa seveda tudi potrošniške kulture, prispeva v nadaljevanju tudi zasnova »potrošniškega kredita«. Vse do leta 1900 so bile v ZDA kulturne vrednote potrošnje centrirane okoli koncepta: »porabi toliko, kolikor zaslužiš«. Potrošnja je tako bila omejena zgolj na nujne dobrine in ne na luksuz. Z masovno produkcijo na področju avtomobilske industrije in gospodinjskih aparatov pa se to prične spreminjati. V tem obdobju



nastopi porast institucij, ki potrošnikom pričnejo izdajati »plačilne kartice«, iz katerih se pozneje razvije koncept kreditnih kartic, ki koncept potrošnje ponese iz »nuje« v fazo »luksuza«. (Goodwing in drugi 2008, 10)

Spremembe pa so nastajale tudi v drugih institucijah družbe. Spremenilo se je pojmovanje potrošnje znotraj gospodinjstev. Naraščajoča potrošnja je začela vplivati na percepcijo razmerja med javno ter zasebno potrošnjo. Kaj mislimo s tem je, da se je pričelo investirati v razvoj infrastrukture, katere osrednji namen je postal prodaja in potrošnja novih izdelkov. Razvijale so se ceste in mestni ter obmestni promet, katerega namen je bil združiti in omogočiti pretoke med ljudmi. (Goodwing in drugi 2008, 11) Nadvse pomemben prispevek k razvoju potrošniške kulture je dodal tudi Henry Ford. Z njegovim razumevanjem, da naraščajoča potrošnja potrebuje kupce, se je odločil potrošnjo približati delavcem. To je naredil tako, da je dvakratno zvišal plače zaposlenim. Zvišanje plač ter povečanje potrošnje z izumom proizvodnje tekočega traku pa sta povečala tako potrošnjo kakor življenjski standard ljudi. Ta dva dejavnika sta v kombinaciji z oglaševanjem povečevala in prispevala k povečanju potrošniške želje po novih poceni izdelkih. (Cloer in Cloer 2013)

»Množična proizvodnja je postala ekonomska potreba po množični potrošnji.« (Ule in Kline 1996, 262) To pa vsekakor ne bi bilo mogoče brez množičnih medijev, ki so promovirali nove življenjske stile, ki so izvirali iz želje po nenehni porabi. (Ule in Kline 1996, 262) »S tem se je vzpostavil močan družbeni pritisk na potrošnike, da 'trošijo', ki je privedel do paradoksalne 'zapovedi' kupovanja, potrošnje in užitka.« (Ule in Kline 1996, 262) Z vzponom komunikacijsko-informacijskih tehnologij, transporta, infrastruktur, vse bolj aktualnih ekonomskih politik in nenazadnje medijev (kot je predhodno že bilo govora) pa je potrošniška družba pridobila globalno razsežnost, ljudje so pričeli potovati in se medsebojno povezovati na globalni ravni. Potrošniška družba je pričela postajati globalizirana, pojem potrošnje pa je postal globalna paradigma.

*»Potrošništvo je globalna paradigma kulturnega življenja, ki vstopa v intimne sfere in zaseda javne prostore. Prav kolikor preoblikuje notranje dinamike zasebnega življenja, spreminja tudi podobe urbane krajine. Razmah potrošništva in njegov globalni uspeh sta usidrana v logiki globalne ekonomije.« (Vidmar Horvat 2006, 99)*

### 6.3 POTROŠNIŠKA KULTURA IN SPREMEMBA IDENTITETE

Potrošniške aktivnosti (kot smo predhodno razložili) vplivajo na način življenja ljudi, med drugim vplivajo na naše življenjske sloge. (Goodwing in drugi 2008, 12) Z razvojem potrošniške družbe je hkrati pričel nastajati fenomen potrošniške kulture, v kateri se je pričela spreminjati identiteta potrošnika.

Najprej je potrebno pojasniti, kaj definiramo pod potrošniško kulturo. Slater pravi, da je potrošniška kultura sistem, v katerem je potrošnja komplet vedenja, najden v vseh časih in krajih, dominiran s strani potrošnje komercialnih izdelkov. Sistem, v katerem je transmisija obstoječih kulturnih vrednot, norm in običajev razumljena skozi uresničevanje svobodne izbire v zasebno sfero vsakdanjega življenja skozi potrošnjo. (Slater v Sheth in Malhotra 2011) Osrednje poteze te kulture potrošnje, kot nadaljuje Leach, sta akumulacija različnih dobrin in potrošnja sredstvi za doseganje posameznikove sreče. Kult »novega«, demokratizacija želje ter vrednota denarja kot dominantno vodilo vrednosti vsega v družbi. (Leach v Cloer in Cloer 2013)

Friedman in Sklair pravita, da obstajata dva osrednja pogleda na to, kako je potrošniška kultura prevladala svetu in zavladata ljudem. Prvi pogled pravi, da se posameznikova identiteta združuje s kulturami, kapitalizem transformira ljudi v potrošnike tako, da spremeni njihovo samopodobo, strukturo želj v smeri, ki služi kapitalistični akumulaciji. (Friedman in Sklair v Waters 1995, 143) Potrošniška kultura v tem oziru ne pomeni zgolj potrošnje kot take, temveč jo je potrebno dojemati kot skupek simbolov in vrednot, ki presegajo zgolj njeno materialno osnovo. V potrošniški družbi potrošnja postane osrednje gonilo samo izražanja in izhodišče naše identitete. (Waters 1995, 140)

Drugi pogled pa se nanaša na potrošniško kulturo kot amerikanizacijo. (Ritzer v Waters 1995, 143) Mnogi avtorji potrošniško kulturo enostavno dojemajo kot amerikanizacijo. Amerikanizacija, kokakolizacija, ameriški kulturni imperializem. Vsi ti izrazi kažejo na to, da je potrošniška kultura, ki je nastala v sredini dvajsetega stoletja, bila množično razširjana po svetu. (Waters 1995, 140) Razvoj tehnologij, infrastruktur in znanosti (kot je bilo predhodno že govora) pa je povzročil porast produkcije poceni izdelkov. Porast produkcije pa je rezultiral tudi (v kombinaciji z razvojem infrastruktur ter institucij, ki so bile nadvse kapitalistično ekonomsko naravnane) v porast potrošnje.

V desetletjih po državljanski vojni je ameriški kapitalizem začel proizvajati posebno kulturo, ki ni bila vezana na tradicionalne družinske vrednote. Nastala je sekularna poslovno-tržna kultura, ki je temeljila na izmenjavi in cirkulaciji denarja. (Leach v Cloer in Cloer 2013)

Vpeljane spremembe na področju marketinga in komercialnih praks so rezultirale v spremembe na področju potrošniških aktivnosti, v izgradnjo identitete potrošnika, kakršnega poznamo danes. (Lunt in Livingstone 1992, 20)

Ljudje so potrošnjo pričeli doživljati kot socialno aktivnost. Baudrillard (v Lunt in Livingstone 1992, 21–22) poda primer trgovinskih centrov, ki so nekakšen »fantazijski svet«, kjer se kreirajo potrošniške želje in identitete. Nakupovalna središča pa niso nič drugega kakor javni forum, prostor participacije, ki se je v pozni kapitalistični družbi manifestiral preko komodifikacije. Potrošniška kultura v tem oziru ni nič drugega, kakor manipulacija ljudi preko sistema menjave. Naše identitete in izkušnje so v tem oziru kreirane s strani poznega kapitalizma. Materialni pogoji potrošniške kulture konstituirajo kontekst znotraj katerega ljudje oblikujejo svoje identitete. Človeška vpetost v materialno kulturo je tolikšna, da množična potrošnja infiltrira vsakdanje življenje – ne zgolj na nivoju, ekonomskih procesov, socialnih aktivnosti, gospodinjstkih struktur, marveč tudi na nivoju pomembnih psiholoških izkušenj, ki vplivajo na konstrukcijo identitet, formacijo odnosov ter uokvirjanje dogodkov. (Lunt in Livingstone 1992, 24)

In če samo na kratko še enkrat povzamemo oblikovanje obdobja življenjskega sloga skozi paradoks potrošnje po Uletovi: v prvem obdobju razvoja modernega potrošništva naj bi šlo za zadovoljevanje osnovnih potreb. Temu sledi drugo obdobje, ko smo soočeni s presežno produkcijo in nastopi preskok iz nuje v zadovoljevanje želja, v tretjem obdobju sodobnosti pa že govorimo o investiranju v domišljijo in fantazme o samorealizaciji potrošnikov, kar pomeni, da se v tem tretjem obdobju posameznik oblikuje okrog gradnje življenjskih stilov. (Ule 2000, 288) Če torej strnemo, je iz povedanega razvidno, da potrošniška družba vsekakor pripomore k oblikovanju življenjskih slogov. Preko potrošniške družbe je prišlo do počasnih sprememb v našem dožemanju potrošnje, kar je korenito vplivalo na samo oblikovanje življenjskih slogov.

## 7 ZAKLJUČEK

Globalizacija vsakdanjega življenja se nanaša na vsakodnevne vplive »zunanjega« sveta na naš individualni svet. Je prikaz, kako globalni tokovi vplivajo na naša vsakodnevna življenja in jih preoblikujejo. V diplomskem delu sem skušala prikazati dva vidika globalizacije, ki kreirata globalno kulturo, kar kreira tudi hipotezo mojega diplomskega dela. Kot prvo smo se zato poglobili v ekonomsko globalizacijo, ki jo v delu interpretiram kot kapitalističen vpliv, ki ga svetovno (pozneje z liberalizacijo trgov), globalno gospodarstvo nosi v svojih temeljih. Kot drugo pa se poglobimo v *teorijo kulturnega imperializma*, ki temelji na hegemonistični prevladi držav Zahoda (še iz zgodovine), ki v procesu globalizacije zgolj povečajo svoj domet vpliva na manj razvite države. Kot zaključek prvega dela lahko povzamem, da smo vsekakor priča nekakšnim spremembam, ki vplivajo na nas. Ali lahko z gotovostjo trdim, da poteka homogenizacija kulture, torej nastanek neke ekonomsko kapitalistične formacije, temelječe na vrednotah kapitalizma, ki se razširja preko sodobnih medijev in ekonomskih sistemov? Odgovor na to vprašanje vsekakor ne more biti v celoti pritrdilen, kajti kapitalistično ekonomski pogled na globalizacijske procese vsekakor ni edini, ki obstaja, predvsem, pa ne gre zanemarjati odpora *nezahodnjaških* držav na homogenizacijo kulture. Spet po drugi strani pa nikakor ne moremo zanikati vpliva kapitalizma kot gospodarske, politične in ekonomske prevlade »močnejših« držav, ki nam ga projicirajo sodobni mediji v obliki popularne kulture, mode, življenjskih stilov.

Druga hipoteza diplomskega dela pa se tesno navezuje na proces kulturne globalizacije, ki kreira potrošniško družbo in tako ustvarja univerzalen potrošniški življenjski slog, ki izvira iz vrednot kapitalizma. V tem delu se podrobneje osredotočimo na sam koncept življenjskega sloga, družbe potrošnje, v kateri nastopi preskok od potrebe po tem, da trošimo, do želje po tem, da trošimo, do prenosa koncepta potrošnje na nivo, ko se poigravamo z našo domišljijo o tem, na kakšen način se želimo projicirati v svetu, tj. kateri življenjski slog najboljše povzema naše bistvo. Jasno je, da je spekter življenjskih slogov, ki so nam na voljo, različen. Zato moram pojasniti, da s konceptom univerzalnega življenjskega sloga ne mislim, da nam je na voljo zgolj en sam življenjski slog, saj je vendar razvidno, da temu ni tako. Trdim pa, da so življenjski slogi, ki obstajajo, tesno povezani s potrošnjo in tekom razvoja potrošnje. Kjer je prišlo do spremembe v naši kulturi potrošnje, se nam je spremenila identiteta posameznika v identiteto potrošnika. Kar pa ne pomeni nič drugega kot to, da se sodobni posameznik (potrošnik) identificira s tem, da troši. Potrošnja je danes želja v nas samih, da trošimo.

Sodobni potrošnik se identificira preko oglasov, ki se mu jih prodaja, in na podlagi tega izbira življenjske sloge, ki so mu ponujeni. Večina teh življenjskih slogov pa izvira iz zahodno-kapitalističnih držav, ki ohranjajo monopol nad kreacijo potrošniške identitete. Če smo torej trdili, da kulturna globalizacija ustvarja univerzalen življenjski slog, temelječ na potrošniški družbi, potem lahko z gotovostjo zatrdimo dvoje. Kulturna globalizacija prispeva h kreaciji in projekciji različnih življenjskih stilov v svetu. Kot drugo, ne glede na to, kako raznolika je ponudba teh življenjskih stilov, pa nosijo v ozadju vsi skupno sporočilo, in to je sporočilo potrošnje. Iz tega vidika potem lahko trdimo, da obstaja univerzalen življenjski slog.

## 8 LITERATURA

1. Aysha, Emad El-Din. 2004. *The Limits and Contradictions of 'Americanization'*. Dostopno prek: <http://socialistregister.com/index.php/srv/article/viewFile/5820/2716> (30. avgust. 2015).
2. Benedikter, Roland. 2011. *Lifestyles in Encyclopedia of Global Studies*. 1076-80 edited by: Helmut K. Anheier in Mark Juergensmeyer. Dostopno prek: <http://fsi.stanford.edu/sites/default/files/Lifestyles.pdf> (27. julij 2015).
3. Burley, Alyssa. 2009. *The Culture of Capitalism*. Dostopno prek: [https://nuglobalstudies.wordpress.com/global-studies/his\\_320/](https://nuglobalstudies.wordpress.com/global-studies/his_320/) (27. julij 2015).
4. Cloer, Laura in Dan Cloer. 2013. *Manufacturing a Consumer Culture*. Dostopno prek: <http://www.vision.org/visionmedia/society-and-culture-consumerism/74097.aspx> (27. julij 2015).
5. Černetič, Brina. 2003. *Proces Globalizacije, protiglobalizacijska gibanja in kritika blagovnih znamk*. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Cernetic-Brina.PDF> (25. julij 2015).
6. Dulupcu, Murat Ali in Onur Demirel. 2005. *Globalization and Internationalization*. Dostopno prek: <https://www.scribd.com/doc/165327008/Internationalization-and-Globalization-Theory> (25. julij 2015).
7. Differencebetween. 2015. *Difference Between Culture and Lifestyle*. Dostopno prek: <http://www.differencebetween.com/difference-between-culture-and-vs-lifestyle/> (27. julij 2015).
8. Giroux, A. Henry. 2012. *Neoliberal Capitalism destroying Society*. Dostopno prek: <http://radicalartinitiative.com/?p=337> (27. julij 2015).
9. Gilpin, Robert in Jean Millis Gilpin. 2000. *The Challenge of Global Capitalism: The World Economy in the 21st Century*. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/books/first/g/gilpin-capitalism.html> (27. julij 2015).

10. Globalthinking20. 2015. *Defining neoliberal economic globalization*. Dostopno prek: <http://globalthinking20.jimdo.com/food-for-thought/single-components/defining-neoliberal-economic-globalization/> (25. julij 2015).
11. Goodwin, Neva, Julie A. Nelson, Frank Ackerman, in Thomas Weisskopf. 2008. *Consumption and the Consumer Society*. Dostopno prek: [http://www.ase.tufts.edu/gdae/education\\_materials/modules/consumption\\_and\\_the\\_consumer\\_society.pdf](http://www.ase.tufts.edu/gdae/education_materials/modules/consumption_and_the_consumer_society.pdf) ( 27. julij 2015).
12. Hassi, Abderrahman in Giovanna Storti. 2012. *Globalization and Culture: The Three H Scenarios*. Dostopno prek: <http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/38348.pdf> (27. julij 2015).
13. Hadi, Abdul. 2015. *Lifestyle vs. Culture*. Dostopno prek: <http://www.differencebtw.com/difference-between-lifestyle-and-culture/> ( 27. julij 2015).
14. Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt in Jonathan Perraton. 1999. *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Politiy Press in association with Blackwell Publishers Ltd.
15. --- 2003. *The Global Transformations Reader: An introduction to the Globalization Debate*. Cambridge: Polity Press in association with Blackwell Publishing Ltd.
16. --- 2004. *A globalizing world? Culture, economics, politics*. London: The Open University.
17. Inglehart, Ronald in Wayne E. Baker. 2000. *Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values*. Dostopno prek : <http://kodu.ut.ee/~cect/teoreetiline%20seminar%2023.04.2013/Inglehart%20&%20Baker%202000.pdf> ( 25. julij 2015).
18. Jones, Geoffrey. 2005. *Restoring a Global Economy, 1950–1980*. Dostopno prek: <http://hbswk.hbs.edu/item/4961.html> ( 27. julij 2015).
19. Lunt, K. Peter in Sonia M. Livingstone. 1992. *Mass Consumption and Personal Identity : Every day Economic Experience*. Dostopno prek: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/WhosWho/AcademicStaff/SoniaLivingstone/pdf/Mass%20Consumption%20and%20Identity.pdf> ( 27. julij 2015).
20. Mansbach, W. Richard in Edward Rhodes. 2009. *Global Politics in a Changing world*. USA: Houghton Mifflin Harcourt.

21. Mellor, Harrison. 2015. *Is Western Soft Power a form of Cultural Imperialism?* Dostopno prek: [https://www.academia.edu/9783024/Is\\_western\\_soft\\_power\\_a\\_form\\_of\\_cultural\\_imperialism](https://www.academia.edu/9783024/Is_western_soft_power_a_form_of_cultural_imperialism) ( 30. avgust 2015).
22. Michaels, F.S. 2013. *Monokultura: Kako je ekonomska logika preglasila vse drugo*. Ljubljana : UMco.
23. Miller Matheson, Michael. 2013. *Does Capitalism Destroy Culture?* Dostopno prek: <http://www.intercollegiatereview.com/index.php/2013/07/15/does-capitalism-destroy-culture/> ( 27. julij 2015).
24. Mohammadi, Ali. 2005. *International Communication and Globalization*. New Delhi: SAGE Publications.
25. Naresh, Sheth in Maholtra Jagdish. 2011. *"Global Consumer Culture"* . Dostopno prek: <http://www.uwo.edu/sustainable/recentresearch/docs/global%20consumer%20culture%20arnould.pdf> ( 27. julij 2015).
26. Nye, Joshep in John Donahue. 2000. *Governance in a Globalizing World*. Washington: Brookings of Institution Press.
27. --- 2002. *Globalization and American Power*. Dostopno prek: <http://www.theglobalist.com/globalization-and-american-power/> ( 30. avgust 2015).
28. --- 2004. *The Decline of America's Soft Power*. Dostopno prek: [http://saintjoehigh.enschool.org/ourpages/auto/2013/3/27/49915325/040506%20The%20Decline%20of%20America\\_s%20Soft%20Power.pdf](http://saintjoehigh.enschool.org/ourpages/auto/2013/3/27/49915325/040506%20The%20Decline%20of%20America_s%20Soft%20Power.pdf) (30. avgust 2015).
29. Price, R. G. 2005. *Understanding Capitalism Part IV: Capitalism, Culture and Society*. Dostopno prek: [http://www.rationalrevolution.net/articles/capitalism\\_culture.htm](http://www.rationalrevolution.net/articles/capitalism_culture.htm) (27. julij 2015).
30. Ravi, B. Steger in Roy K. Manfreda. 2011. *Kaj je neoliberalizem?* Dostopno prek: <http://blog.kvarkadabra.net/2011/02/kaj-je-neoliberalizem.html> ( 27. julij 2015).
31. Shah, Anup. 2003. *Creating the Consumer*. Dostopno prek: <http://www.globalissues.org/article/236/creating-the-consumer> (27. julij 2015).



32. Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
33. Ule Nastran, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
34. Ulrich, Beck. 2003. *Kaj je globalizacija?* Ljubljana: Krtina.
35. Umek, Simon. 2011. *Morala kapitalizma*. Dostopno prek: <http://www.casnik.si/index.php/2011/11/23/morala-kapitalizma/> ( 27 julij 2015).
36. Vidmar Horvat, Ksenija. 2006. *Globalna kultura*. Ljubljana: Študentska Založba.
37. Waters, Malcom. 1995. *Globalization*. London: Routledge.