

Globalizacija – homogenizacija življenjskega stila, polarizacija kapitala

Globalizacija¹ s svojim liberalizmom vsiljuje raznolike hierarhije ter tako ustvarja vedno večje neenakosti, neenakopravnosti in nepravilnosti tako na nivoju posameznih držav kot na svetovnem nivoju. Posega na različna področja družbenega življenja – na gospodarstvo, politiko, kulturo, tehnologijo, ekologijo, in deluje v različnih dimenzijah. Je sinonim za sodobno svetovno gospodarstvo, kjer orientacija podjetja na lokalni trg le-temu ne omogoča več preživetja. Posamezne industrijske veje se začnejo spreminjati iz pretežno nacionalnih v globalne, podjetja pa prenehajo proizvajati doma za doma, ampak doma in na tujem za svet (glej Svetličič 1996: 83).

Na proces globalizacije so pričeli opozarjati že sociologi 19. in zgodnjega 20. stoletja. Sam termin globalizacija pa se je dejansko začel uporabljati šele v 60-tih oziroma 70-tih letih 20. stoletja. Pristopi, ki so bili uveljavljeni do 60-tih let in so razlikovali med notranjimi in zunanjimi dogodki, domačim in mednarodnim, lokalnim in globalnim, so postali nezadostni. Dogodki, ki so se dogajali v svetu, so začeli učinkovati na dogajanje doma in obratno. Vzrok zato so bile tudi spremembe virov konkurenčnosti oziroma kreiranja bogastva podjetij in s tem posledično tudi držav (glej Svetličič 2004b: 5):

- pred letom 1960 se je tekmovalo predvsem na osnovi lokacijsko specifičnih prednosti, v obliki razpolaganja s cenenimi surovinami in energijo;

- po letu 1960 se je težišče tekmovanja selilo na tekmovanje s pomočjo cenenega dela;
- v 70-tih letih so pridobile na pomenu ekonomije obsega in s tem kapitalna intenzivnost;
- v 80-tih letih je temeljni vir konkurenčnosti postala tehnologija;
- v 90-tih postane temeljni vir konkurenčnosti znanje in informacije nasploh (ne le tehnološke);
- s prelomom stoletja pa pridobivajo na pomenu omrežja in hitrost (časovno utemeljena konkurenčnost).

Soodvisnost držav in narodov zaradi vse večjega poudarka na povezavah in omrežjih tako postaja vse pomembnejša. To se kaže v povezovanju podjetij v obliki raznih mrež in partnerstev ter držav. Najbolj nazoren primer pomembnosti povezanosti držav je Evropska unija in želja vse več držav Vzhodne Evrope, da se ji priključijo.

Poimenovanja in razlaga procesov globalizacije

V najširšem smislu globalizacija zajema širitev globalnih povezav, organiziranost družbenega življenja na globalnem nivoju in rast globalne zavesti s poudarkom na vedno večjem zblizevanju svetovne družbe. Posamezne definicije globalizacije v sebi izražajo različne ocene globalnih sprememb, zato se med seboj razlikujejo glede na to, kaj želijo pri pomenu globalizacije izpostaviti, in glede na čas, v katerem so bile oblikovane.

Globalizacija je že od vsega začetka zelo kompleksen pojav, saj se spreminja v procesu samem, pa tudi v posledicah, ki jih povzroča. Globalizacija je tako dobila vrsto prispodob, ki ponazarjajo določen vidik celotnega procesa. Na primer »*time-space compression*« oziroma združitev prostora in časa (Harvey 1989) pomeni odpravo prostorskih in časovnih ovir v družbeni aktivnosti s pomočjo tehnološkega razvoja, predvsem na področju transporta in komunikacij; »*the compression of the world*« oziroma zmanjšanje sveta (Robertson 1992) odraža rezultat te časovne in prostorske dostopnosti. To je stisnjenost kultur in družb ter vedno bolj vzajemne interakcije med njimi; družba, v kateri živimo, je zaradi vedno večje povezanosti in soodvisnosti teh interakcij na vseh ravneh družbenega življenja postala mrežna družba oziroma »*a network society*« (Castells 1996), mreža interakcij, ki so premagale teritorialne ovire in s tem oslabile moč nacionalnih držav, kar je razvidno iz naslednje prispodobe »*the borderless world*« oziroma svet brez meja (Ohmae 1994).

Ločimo več širših definicij globalizacije (glej Rizman 2001: 21), ki v svoje opredelitve vključujejo pojme, ki so s procesom globalizacije tesno povezani:

- *internacionalizacija*, ki pomeni mednarodno izmenjavo in medsebojno odvisnost z naraščajočim pretokom blaga, kapitala, informacij in idej med državami;
- *liberalizacija*, pri kateri gre za odpravljanje ovir med državami, da bi lahko nastala odprta ekonomija brez meja;
- *univerzalizacija*, ki je kot trend že v 40-tih letih 20. stoletja napovedala »planetarno sintezo kultur« in »globalni humanizem«;
- *versternalizacija* ali *modernizacija*, pri kateri gre za širjenje ključnih družbenih struktur, kot so kapitalizem, industrializem in racionalizem po vsem svetu (amerikanizacija, McDonaldizacija);

- *deteritorizacija* ali širjenje *suprateritorialnosti*, kar pomeni, da družbeni prostor ni več pogojen s fizičnim prostorom, fizičnimi razdaljami in geografskimi mejami. Svetličič (2004a: 22) globalizacijo definira kot:

- večdimenzionalen proces, vključujoč ekonomske, politične in kulturne prvine, ki skupaj tvorijo novo kakovost;
- globalna internacionalizacija ali vsaj internacionalizacija dejavnosti, kot so trgovina, tuje neposredne investicije, pogodbene oblike mednarodnega sodelovanja na vseh pomembnih trgih;
- globalna sopovezanost, ki terja globalno usklajevanje in povezanost dejavnosti na povsem nov način;
- proizvodnja enakih izdelkov za domačo porabo in tujino;
- naraščanje deleža tujih sestavin v proizvodih za domačo porabo in za izvoz.

Globalizacija poleg funkcionalne integracije gospodarsko razpršene ekonomske aktivnosti pomeni tudi nove ekonomske zakonitosti in nove tržne mehanizme, kot so močna svetovna konkurenca, pestra ponudba diverzificiranega blaga in storitev, visoka kakovost izdelkov, decentralizirana politika poslovanja in oblikovanja cen. Poleg tega pa tudi vse zahtevnejše kupce, ki jim ne zadostuje le razpoložljivost proizvodov, ampak dnevno servisiranje, vedno nove rešitve in novi načini zadovoljevanja njihovih potreb. Proizvajalec mora nenehno izpopolnjevati vedno višja pričakovanja kupcev, hkrati pa mora nenehno optimizirati tudi vse prvine svojega poslovanja, da ohranja svojo konkurenčnost. S spremembo tržnih pogojev so se spremenili subjekti, načini in oblike tekmovanja, ki je postalo vse bolj globalno in vse ostrejšo. Transnacionalna podjetja razpolagajo z izdelki in s standardiziranimi proizvodnimi procesi za posamezne nacionalne trge (Žlebnik 1994: 358).



Hans Multscher, *Kristusovo rojstvo*, 1437,
panelna plošča, 148 x 140 cm, Staatliche Museen, Berlin.

Njihova strategija trženja in lociranja proizvodnih faktorjev je sočasno usmerjena na ključna svetovna tržišča.

Globalno podjetje

Z multinacionalnimi korporacijami se srečujemo vsakodnevno, ko opravljamo nakupe ali ko se le sprehajamo po mestu ali vozimo naokrog. Postale so del sodobne družbe v najširšem smislu in dejansko tudi sooblikujejo številne aspekte vsakdanjega življenja. Multinacionalke niso le svetovno znana podjetja, kot so Nike, Microsoft ali McDonald's, temveč tudi številne medijske hiše (časopisne in televizijske), letalske družbe, tovarne, ki proizvajajo najrazličnejše izdelke in živila, in

celo nekatere samopostrežne trgovine, v katerih dnevno nakupujemo. Kot vidimo, se vsak dan srečujemo z multinacionalko že, ko jemo, beremo časopis, gledamo informativne in ostale oddaje, potujemo ...

Multinacionalke so nosilci globalizacije, to so t. i. globalna podjetja, po Dunningu (1993: 3) multinacionalna ali transnacionalna. Po njegovem je to podjetje, ki se udeleži v tujih neposrednih investicijah in ima v lasti ali nadzira dejavnosti, ki ustvarjajo dodano vrednost v več kot eni državi. Po Svetličiču (1985: 168) je najpogostejša definicija transnacionalnega² ali globalnega podjetja tista, po kateri zadošča, da ima podjetje svoje afilije v vsaj dveh tujih državah. Dejanskih razlik

med multinacionalnimi in transnacionalnimi ali globalnimi podjetji ni, če ne vpeljemo razlike na temelju stopnje internacionalizacije, velikosti, zemljepisne razprostranjenosti, organizacije ali pomembnosti tržišč, na katerih podjetja delujejo. Po tem kriteriju so multinacionalna podjetja najmanj, transnacionalna srednje, globalna pa najbolj internacionalizirana (glej Dunning 1993: 3).

Za globalna podjetja ni nujno, da delujejo v vseh državah sveta, temveč le na vseh pomembnejših trgih, pa četudi samo v dveh državah, če sta ti dve največji porabnici določenega izdelka ali storitve (Svetličič 1999: 95). Torej je v osnovi globalno usmerjeno že tisto podjetje, ki večino svojih izdelkov ali storitev izvaša na globalno pomembne trge in ima v tujih državah svoja predstavništva in prodajna podjetja. Sicer pa po Svetličiču (1996: 74) globalna podjetja izpolnjujejo naslednje kriterije: dober položaj na vseh strateško pomembnih trgih, globalna integracija in koordinacija poslovanja, proizvodnja izdelkov in storitev, ki so namenjeni tako svetovnemu kot lokalnim tržiščem, nacionalnega porekla pa ni več mogoče jasno ugotoviti.

Globalizacija namreč odpravlja pomen učinka države izvora, ker sestavni deli posameznih produktov prihajajo iz različnih držav. Zaradi tega dobiva blagovna znamka in s tem ugled lastnika izdelka ali storitve vse večji pomen. Razločevalno znamko »*Made in ...*« (izdelano v državi X), ki jo je v 19. stoletju uvedla Velika Britanija, da je ločila svoje proizvode od tistih, ki so bili narejeni v Nemčiji, danes vse bolj zamenjujeta »*Made by...*« (izdelal proizvajalec X) in »*Made for...*« (izdelano za proizvajalca X). Izdelka torej ne proizvaja več lastnik blagovne znamke sam, še posebej, če prihaja iz države z visoko ceno delovne sile, ampak izdelek zanj proizvajajo drugi proizvajalci iz držav s cenejšo delovno silo, predvsem iz Azije.

Različno dojemanje procesa globalizacije

Zaradi kompleksnosti sodobnih globalizacijskih procesov so se razvile številne interpretacije. Njihove zagovornike v grobem razdelimo na globaliste in antiglobaliste. Prvi globalizacijo odobravajo in vidijo v njej predvsem pozitivne vplive, drugi pa z ji z različnimi protesti in protiglobalizacijskimi aktivnostmi nasprotujejo.

Antiglobalisti z uporabo neposredne akcije, mednarodnih kampanj in politike protesta, v okviru določenih združenj³ in skupin pritiska, koordinirano na lokalni in globalni ravni opozarjajo na podrejenost ljudi delovanju globalnega trga. V zadnjih letih so bile organizirane številne množične demonstracije, ki redno spremljajo predvsem srečanja Svetovne trgovinske organizacije, Mednarodnega denarnega sklada, Svetovne banke, G8 (sedem industrijsko najrazvitejših držav in Rusije), Svetovnega ekonomskega foruma in Evropske unije.

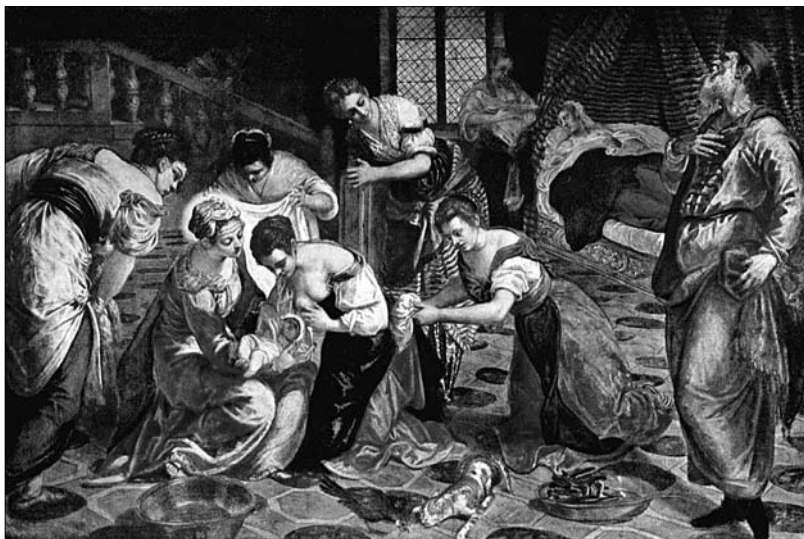
Opozarjajo na neenakosti med revnimi in bogatimi, kar velja tako za neenakosti med državami kot tudi za neenakosti med prebivalci istih držav. Svetovna konkurenca negativno vpliva na gospodarske razmere v razvitem in v nerazvitem svetu. Prebivalci slednjega živijo v revščini, zato prodajajo svojo poceni delovno silo, ker jim le-to omogoča preživetje sebe in družine. Delovni dan je dolg,⁴ večina zaposlenih so mlade ženske,⁵ splošne delovne razmere so zelo slabe, za svoje delo pa prejemajo zelo nizke mezde. »Ko so delavcem na Haitiju, ki šivajo za Disney, pokazali ceno majice iz Wal-Marta, so bili šokirani. V enem dnevu naredijo na stotine enakih majic, če bi pa hoteli eno kupiti, bi zanje odšteli petdnevni zaslužek« (Klein 2002: 255). Tudi socialne pravice so v teh državah, kjer multinacionalke izkoriščajo poceni delovno silo, neznanka. »Delavci pravzaprav živijo v »brez-zakonitem« območju. Stavke so večinoma

prepovedane, mnogi delavci nimajo niti osnovne varnosti pri delu niti zdravstvenega zavarovanja ... Znani so celo primeri, ko so delavcem dajali injekcije amfetamina, da so zdržali 48-urni maraton za strojem ... Šest najstnic iz Cavite spi v isti sobi, ki ima dve postelji» (glej Klein 2002: 157-160).

Sklicujejo se na več primerov opeharjenja že tako revnih narodov, kar kažejo naslednji primeri. V Ekvadorski Amazoniji so naftne družbe (Texaco) staroselcem onesnažile vodo.⁶ Podobno je škodo je povzročil Shell Oil v delti reke Niger v Nigeriji. V severozahodni Sibiriji so nafta, zemeljski plin in hidroelektrarne uničili domačo ekonomijo, ki je slonela na ribištvu, lovu in reji severnih jelenov (Watson 2003: 403). Omenjena je tudi privatizacija vodnih virov v Afriki, zaradi katere mnogi ljudje ne morejo več do pitne vode, izsilil pa naj bi jo Mednarodni denarni sklad. Azijski kmetje pa ne smejo več pridelovati tradicionalnih sort svojih kulturnih rastlin, ki so že stoletja temelj preživetja, ker so zahodna podjetja te sorte registrirala.

Tudi delavci na Zahodu izgubljajo službe zaradi zapiranja tovarn določenih industrijskih panog ali pa se njihove mezde znižujejo. Izdelki posameznih panog, ki so se dolga desetletja proizvajali v tovarnah Zahoda, niso več konkurenčni izdelkom proizvedenim v državah s cenejšo delovno silo. Kitajska je danes zaradi velikega števila prebivalstva, torej posledično zaradi visoke koncentracije delovne sile, ki je za naše razmere zelo poceni, država z najhitrejšim gospodarskim razvojem. Enega izmed poglavitnih vzrokov za njihov uspeh predstavlja tradicionalna kitajska konfucijanska ideologija istovetenja posameznika z družino (podjetjem) in državo (političnimi avtoritetami) ter podrejanja specifičnih potreb (pravic) posameznika avtoritetam izjemno hierarhično strukturirane skupnosti. Tak način dela in življenja pa povsem ustreza postkolonialnemu kapitalističnemu sistemu.

Vedno znova lahko v poročilih zasledimo razprave v vrhu Evropske unije glede tekstilnih kvot o uvozu kitajskega tekstila. »V Bruslju so junija znova uvedli kvote za deset ka-



Tintoretto, **Rojstvo Janeza Krstnika**, 1540,
olje na platnu, 181 x 266 cm, Ermitaž, St. Petersburg.



Jan Steen, **Praznovanje rojstva**, 1664,
olje na platnu, 89 x 109 cm, zbirka Wallace, London.

tegorij oblačil, s katerimi naj bi v prihodnjih treh letih omejili uvoz kitajskih tekstilnih izdelkov, ki so po odstranitvi še zadnjih trgovinskih ovir za tovrstno kitajsko blago v začetku leta preplavili evropske trge. To so storili predvsem na zahtevo članic, kot so Italija, Francija in Španija, ker poceni kitajska oblačila ogrožajo njihove domače izdelovalce tekstila« (BBC Slovene, 2005). Kitajski tekstil resno ogroža evropsko tekstilno industrijo, ki mu cenovno ni konkurenčna.

Poleg tekstilne industrijske panoge je ogrožena tudi kovinskopredelovalna, ki pa v Sloveniji zaposluje precejšen del delovne sile. Posledice se pri nas že čutijo pri zniževanju plač zaposlenih v tej industrijski panogi, kmalu pa bo potrebna tudi selitev dela proizvodnje v azijske države. Čeprav se pri tem postavlja vprašanje izkoriščanja, je to edina možnost, da tovrstna industrijska panoga pri nas dolgoročno preživi.

Homogenizacija vs. diverzifikacija kulturne raznolikosti

V okviru navidez enotnega procesa globalizacije se oblikujejo različni mednarodni sistemi, kot so politični, kulturni, ekonomski, vojaški itd. Gre za nastanek t. i. svetovne kulture. Teorija svetovne kulture označuje posebno interpretacijo globalizacije, ki se nanaša na proces, v katerem udeleženci pridobijo zavest o življenju v enotnem svetu – homogeni celoti. Vprašanja, ki se nanašajo na pomen življenja in urejenost življenja, postanejo predmet globalnega razmišljanja. Odgovori na ta vprašanja so raznoliki, ker jih dajejo različni posamezniki in družbene skupine z različnimi vrednotami. Po Ronaldu Robertsonu (1994: 49-50) gre pri tem za soočenje različnih pogledov, kar pomeni, da povzroča globalizacija »primerjalno interakcijo različnih oblik življenja«. Homogeni postajajo proizvodi, saj se oglašujejo globalni in ne več lo-

kalno, način življenja, navade ljudi in svetovni standardi.

Razvoj tehnološke iznajdbe televizije, radio, predvsem pa razmah filmske industrije in radijskega ter televizijskega oglaševanja je največ prispeval k širjenju kulturnih vplivov in homogenizaciji kulture. Televizijski programi so s svojim vedno večjim dometom širili po svetu najmočnejši tehnološki sistem za prenos idej in kultur. Tukaj gre predvsem za ameriške televizijske programe,⁷ s katerimi se po svetu povečuje dominanten položaj angleškega jezika, še posebej v poslovnem svetu, politiki, administraciji, znanosti, na akademskem področju in na področju računalništva (glej Held & McGrew 2002: 34).

Coca-colanizacija, kulturni imperializem, mcdonaldizacija in amerikanizacija so štirje glavni razlogi, ki kažejo na to, da globalizacijski vplivi spodkopavajo temelje kulturne raznolikosti (glej The Globalization Website; <http://www.sociology.emory.edu/globalization/issues.html>, 21. 7. 2005). *Coca-colanizacija* označuje promoviranje kulture potrošništva s strani multinacionalk, kjer se standardne proizvode oglašuje z globalnimi marketinškimi kampanjami, ki z izkoriščanjem osnovnih materialnih potreb oblikujejo podobne življenjske stile svojih potrošnikov. *Kulturni imperializem* se kaže v tem, da so zaradi moči določenih držav ideali zahodne družbe postali univerzalni in postopoma uničujejo ideale lokalnih tradicij. *Mcdonaldizacija* v osnovi pomeni globalno širjenje hitre hrane. Gre za podružnice, ki poslujejo širom po svetu in proizvajajo novo kategorijo standardizirane oblike zaposlitev, ki zahtevajo nizko stopnjo izobrazbe in izkušenj, t. i. McJobs, namenjene predvsem mladim, nove izdelke, ki radikalno spreminjajo prehranjevalne navade ljudi, in nov način življenja in prehranjevanja, kot je npr. prehranjevanje s hitro prehrano na način »odnesi s seboj« (glej Urry 2004: 56-57). V McDonald's restavracijah

niso standardizirani le izdelki, temveč tudi način strelbe in sprejema strank, t. i. storitev z nasmehom, saj morajo biti zaposleni v tej prehranjevalni verigi vedno nasmejani. *Amerikanizacija* je sinonim za širjenje ameriške kulture, torej njihovih vrednot in navad po vsem svetu preko medijev (film, televizija) in popularne kulturne industrije.

So pa tudi razlogi, ki govorijo v prid pospeševanja kulturne raznolikosti (glej The Globalization Website; <http://www.sociology.emory.edu/globalization/issues.html>, 21. 7. 2005), in sicer *pluralizacija* se kaže v čezmejni interakciji, ki vodi do mešanja kultur na določenem kraju in v določenem primeru, *diferenciacija* pomeni, da kulturni tokovi vodijo do različnosti v različnih sferah in imajo tudi korenine na različnih mestih, pri *nasprotovanju* oziroma *tekmovalstvu* gre za integracijo in širitev idej in predstav, ki izzivajo določene reakcije in upiranje, *glokalizacija* označuje globalne norme ali prakse, ki so različno interpretirane glede na lokalno tradicijo; »univerzalnost si nadene lokalnost« in *institucionalizacija*, kjer različnost sama po sebi postane globalna vrednota, ki jo promovirajo mednarodne organizacije in gibanja, da nacionalnih držav sploh ne omenjamo.

Razlogi, ki govorijo v prid vedno večji kulturni diverzifikaciji in etnični identifikaciji, nam kažejo, da v prihodnosti ni mogoče pričakovati umirjanja etničnih napetosti. Sodobne informacijske tehnologije omogočajo zблиževanje ljudi z različnih kontinentov, vendar se bo kulturna raznolikost različnih narodov in njihovih civilizacij prav gotovo ohranila. »Evropske države priznavajo bogastvo multikulturalizma, v stvarnosti pa krepijo nacionalni položaj države« (Vreg 2001:15).

Kulturno globalizacijo danes ne oblikujejo in narekujejo države, temveč podjetja. Svetovne korporacije so zaradi svoje moči tako po obsegu svoje mednarodne razsežnosti kot po velikosti kapitala postale oblikovalci in po-

sredovalci kulturne globalizacije in v tej vlogi popolnoma nadomestile nacionalne države. Zaradi moči multinacionalnih podjetij se tako zmanjšuje vloga države, vendar njena vloga ne bo povsem izginila, ker so najpomembnejši politični procesi še vedno »nacionalni«, saj imamo ekonomsko in pravno unijo, politične pa verjetno nikdar ne bo. S tem bi bila popolnoma uničena suverenost držav članic, kar pa si nobena od njih ne želi.

Zbliževanje ali vse večja polarizacija?

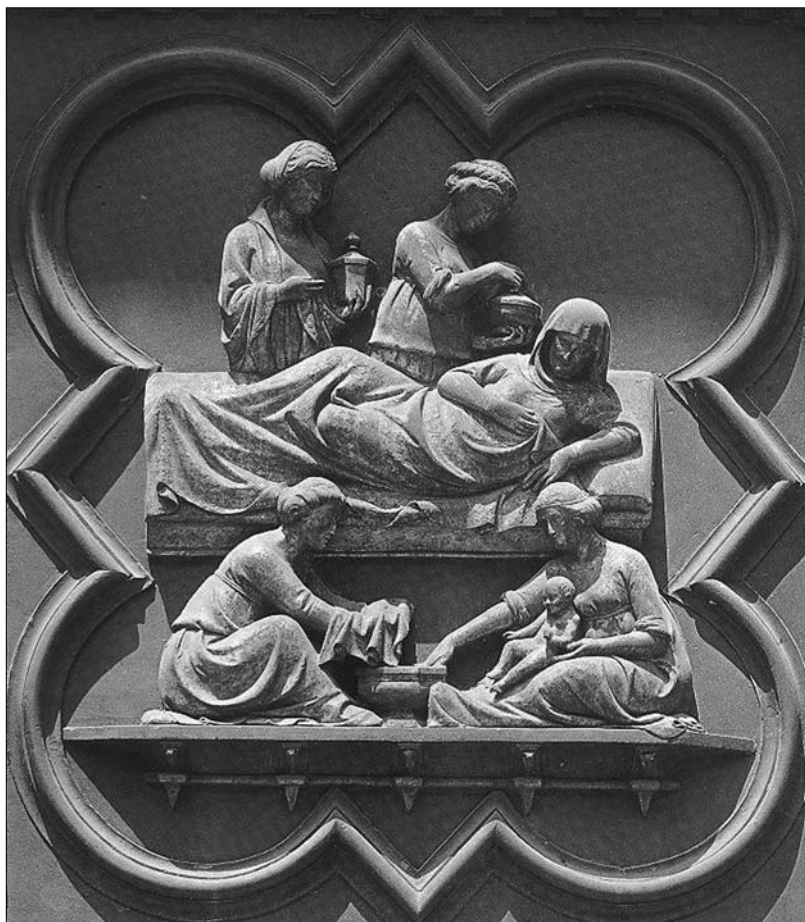
Nastanek globalnega ekonomskega in političnega prostora so povzročili trije glavni dejavniki: nove informacijske in telekomunikacijske tehnologije, kompetitivnost in konkurenčnost ter liberalizacija prostega trga (glej Vreg 2001: 6). Nove tehnologije omogočajo posamezniku dostop do globalne mreže podatkov, komuniciranje z nekom, ki je na drugi polobli, mu olajšajo delo in skrajšajo čas dostopa do najnovejših informacij. Tehnološke inovacije, predvsem uporaba najnovejših informacijskih tehnologij, kot so internet, elektronska pošta, mobilni ipd., so povsem spremenile doživetje časa in prostora med ljudmi. Že v 90-ih letih se je pokazalo, da je porast interneta povzročil bolj hiter razvoj kot katera koli od prej razvitih tehnologij. Internet bo kmalu uporabljala milijarda ljudi po svetu (glej Urry 2004: 1,2).

V današnji postindustrijski družbi se kapital globalizira, revščina pa lokalizira. To je povezano z izginevanjem dela (Bauman v Ule 2000: 43) v klasičnem smislu, ki zahteva vse manj delovne sile. Zaradi tehnološkega napredka in vse večje avtomatizacije delovnega procesa se bo v prihodnosti potrebovalo vedno manj delovne sile. Vse pomembnejša z vidika dostopnosti dela pa postaja izobrazba ljudi, predvsem vseživljenjsko učenje. Za pridobitev delovnega mesta in prav tako za njegovo ohranitev bo potrebno vse bolj osveže-

vati in predvsem nadgrajevati znanje posameznika. Pri nekaterih dejavnostih (informacijsko-komunikacijska tehnologija) znanje zastara že v roku krajšem od dveh let. »Manj izobraženi na dolgi rok zgubljajo delo, bolj izobraženi pa le, če se stalno ne izpopolnjujejo in posodabljaajo svoja znanja. Vse to je posledica tektonskih tehnoloških premikov in brzine sprememb pa tudi odpiranja konkurence na trgu dela neposredno ali pa posredno z izjemno visoko gibljivostjo dejavnosti v svetu« (Svetličič 2004b: 11).

Zaradi teh trendov vpelje Roland Robertson (1992) koncept »glokalizacije«, kjer gre za poudarek na integraciji oziroma prežemanju globalnega in lokalnega ter za nastanek nove samoreproducirajoče se hierarhije. Naslednji termin, ki ga prav tako uvede Robertson, pa je »grobarizacija«. Gre za neke vrste dodatek glokalizaciji, ki je v svojem pomenu osredotočen na imperialistične težnje narodov, korporacij in organizacij. Njihov glavni interes je v njihovi moči, vplivu in v številnih primerih v rasti profitov⁸ po vsem svetu. V okviru procesa globalizacije potekajo še številni drugi podprocesi, kot so kapitalizem, amerikanizacija in mcdonaldizacija. Ti trije procesi so osrednje vodilne silnice globalizacije (glej Robertson 1995: 26, 28-36), kjer je edini cilj minimizacija stroškov in maksimizacija profitov.

Globalizacijske težje po minimiziranju stroškov in povečevanju profitov svoje negativne posledice kažejo v vse večjem onesnaževanju okolja. Države Evropske unije se tega zavedajo, saj so že podpisale Kyotski protokol, ki jih zavezuje glede določenih okoljskih standardov. Vse ostale države, vključno z največjo svetovno velesilo Združenimi državami Amerike, pa teh standardov še ne spoštujejo in Protokola vsaj zaenkrat še ne želijo podpisati, ker bi to pomenilo pomembno oviro pri minimiziranju njihovih stroškov.



Andrea Pisano, **Rojstvo Janeza Krstnika** (panelna plošča na ju•nih vratih), 1330, Gilded bronze Baptistry, Florence.

Čeprav globalizacija ljudi zaradi tehnološkega razvoja vse bolj zbližuje, jih na drugi strani tudi vse bolj ločuje. Vendar ne fizično, temveč le operativno. Na eni strani namreč živi 20 odstotkov prebivalstva, ki mu pripada 78 odstotkov svetovnega bogastva, in ki zaradi zmožnosti uporabe in dostopa do sodobnih informacijskih tehnologij, v osnovi pa do samega dela, obvladuje ves svet. Na drugi strani pa živi 80 odstotkov prebivalcev le z 22 odstotki svetovnega bogastva v nerazvitem svetu, omejenim le na lokalno področje in s popolno nemočjo, da bi kar koli spremenili.

Tudi pozitivne in negativne posledice globalizacije se vse bolj polarizirajo. Na eni strani imamo majhno skupino razvitih držav, kjer se kopiči vse več kapitala, na drugi pa veliko skupino nerazvitih držav, ki se čedalje bolj pogrezajo v revščino. Podatki Organizacije Združenih narodov (OZN) kažejo, da revne države dnevno izgubljajo okoli 2 milijardi ameriških dolarjev zaradi neprilagojenih pravil trgovanja, kar je 14-krat več, kot prejmejo pomoči. Tako je pomoč revnim državam mnogokrat le politična poteza gospodarsko razvitih držav, ne pa dejanska pomoč.

Literatura:

- BBC Slovene 2005: »Dogovor o kitajskem tekstilu«. Dostopno na: http://www.bbc.co.uk/slovene/news/story/2005/09/printable/050905_china_eu.shtml, 19. 9. 2005.
- Dunning, J. H. 1993: *Multinational Enterprises and the Global Economy*. New York: Addison Wesley Publishing Company, Reading.
- Held, David in Anthony McGrew 2002: *Globalisation/Anti-globalisation*. Cambridge: Polity Press.
- Klein, Naomi 2002: No logo: bez prostora, bez izbora, bez posla, bez logotipa. Zagreb: Tridavajedan.
- Rizman, Rudi 2001: Nacionalna država v času globalizacije. V: Zajc, Drago (ur.): *Slovenska država ob deseti obletnici*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Robertson, Roland 1995: Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. V: M. Featherstone, S. Lash in R. Robertson (eds.): *Global Modernities*. London: SAGE Publications, 25-44.
- Svetličič, Marjan 1985: *Zlate mreže transnacionalnih podjetij*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Svetličič, Marjan 1996: *Svetovno podjetje*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Svetličič, Marjan 1999: Organizacijski ustroj transnacionalk. V: Turk, I. (ur.): *Zbornik referatov. Simpozij o sodobnih metodah v računovodstvu, financah in reviziji*. Portorož, 57-107.
- Svetličič, Marjan 2004a: *Globalizacija in neenakomeren razvoj v svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Svetličič, Marjan 2004b: *Sodobni trendi in izzivi globalizacije*. Statistični dnevi, Radenci, 2004. Dostopno na: http://www.stat.si/radenci/program_2004/vri-svetlicic.doc, 27. 9. 2005.
- Ule Nastran, Mirjana 2000: *Sodobne identitete v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Urry, John 2004: *Global Complexity*. Cambridge: Polity Press.
- Vreg, France 2001: Globalizacija in elektronska demokracija. *Teorija in praksa* 38, 1/2001, 5-28.
- Watson, Douglas 2003: Indigenous Peoples and the Global Economy. V: Robertson, Roland and Kathleen E. White (eds.): *Globalisation: Critical Concepts in Sociology* Vol. 3. London, New York: Routledge, 403-407.

Žlebnik, Zvezdan 1994: Vloga in pomen mednarodnega trženja v razvojni strategiji podjetja. *Naše gospodarstvo* 40, 3/4, 356-365.

The Globalization Website. Dostopno na spletni strani: <http://www.sociology.emory.edu/globalization/issues.html>, 21.7.2005.

1. Pojem globalizacija je treba ločiti od pojma globalizem, ki po svetovnopolitičnem pristopu obravnava svet kot idealno celoto, ki naj se ji deli te celote podrejuje (Svetličič 2004a: 23).
2. Svetličič (1985:168) uporablja izraz transnacionalno podjetje, ker predpona trans pomeni delovanje preko nečesa, torej preko nacionalnih meja. Izraz multinacionalen (mnogonacionalen) bi lahko navajal na odnose soupravljanja ali celo enakopravnosti med partnerji iz različnih dežel, kar pa je danes bolj izjemno stanje kot pravilo, saj gre predvsem za nacionalna podjetja, ki delujejo preko nacionalnih meja.
3. Najbolj poznano je t. i. Gibanje za globalno pravičnost, ki poskuša z množičnimi demonstracijami in kampanjami spremeniti globalne institucionalne programe. Razvijati se je pričelo v poznih osemdesetih letih, široke razsežnosti pa je dobilo na protestih v Seattlu leta 1999.
4. »14 ur na Šri Lanki, 12 ur v Indoneziji, 16 ur v južni Kitajski, 12 ur na Filipinih« (Klein 2002: 152).
5. Izkušnje delavk v Calvite – eni izmed industrijskih con na Filipinih – kažejo, da dekleta najpogosteje izgubijo službo pri petindvajsetih letih. To je način, da zmanjšajo število mater na plačilnih listah. V teh conah materinstvo še zdaleč ni zaželeno in dogaja se celo, da morajo ženske pred zaposlitvijo opraviti test nosečnosti in/ali z mesečnim pregledom higienskih vložkov dokazovati svoje menstrualne cikle (glej Klein 2002: 162, 163).
6. V zadnjih 30-tih letih je bilo v ekvadorske reke razliti vsaj 16,8 milijonov galonov surove nafte.
7. Ameriško serijo Baywatch je leta 2001 redno spremljalo 2 milijardi ljudi po vsem svetu (glej Held & McGrew 2002: 34).
8. Iz tega izhaja tudi samo poimenovanje globalizacija; »profit grow« oziroma rast profitov.