

Globalizacija je:

- društveni **fenomen** povlačenja geografskih ograničenja društvenih i kulturnih procesa (Voters, 1998)
- **proces** u kome društva idu zajeničkim evolucionim putem, što dovodi do sličnosti i mehaničke solidarnosti (Parson, 1965)
- **kompresija sveta** i svest o svetu kao celini u kome postoji globalnameđuzavisnost (Robertson 1992)
- aktivan **proces** rasprostiranja zajedničkih praksi, vrednosti, tehnologija u drugih ljudskih proizvoda širom planete (Elbrou, 1977)
- **intenzifikacija** društvenih odnosa širom sveta koja povezuje udaljena mesta na način da lokalni događaji budu oblikovani događajima koji se odvijaju daleko i obrnuto (Gidens, 1990)
- **fenomen** širenja, prdubljenja i ubrzavanja svetske međuzavisnosti i povezanosti u svim aspektima modernog društvenog života – od kulture i kriminala do finansija i duhovnosti (Held, 1999)

Pristupi globalizaciji (po Heldu)

- **Hiperglobalizam** – novo doba globalne kulture i ekonomije, komunikacije, informatičkih tehnologija i stvaranja globalne civilizacije, korporatokratija;
- **Skepticizam** - sumničavost prema globalizacionom procesu i neprihvatanje globalnih ekonomskih integracija, već samo regionalnih;
- **Transformacionizam** – globalizacija je realan proces, istovremeno kompleksan i protivrečan. Antiteza globalizaciji je lokalizacija, pa tako nastaje pojam „glokalno“ (prožimanje lokalnog globalnim i obrnuto);
- **Antiglobalizam** – pristup suprotstavljanja globalizaciji (potčinjenost siromašnih u ekonomskom i tehnološkom smislu, eksploatacija jeftine radne snage iz nerazvijenih zemalja).

Osnovni aspekti globalizacije

- **Ekonomski aspekti** – globalna ekonomija – multinacionalne kompanije – globalni protok novca, roba, usluga, globalni brendovi – slobodno tržište;
- **Ideološko-politički aspekti** – univerzalizacija liberalnog kapitalizma, prava radnika, ljudskih prava i sloboda, prava manjina, dominacija zapadne civilizacije;
- **Komunikacioni aspekti** – mediji, satelitska i kablovska televizija, informatizacija, digitalizacija, internet, društvene mreže;
- **Kulturni aspekti** – homogenizacija kultura, stvaranje globalne kulture, konzumerizam, brendomanija, kosmopolitizam, transformacija lokalnih kultura;

Osnovni aspekti globalizacije

- **Geografski aspekti** – geografsko sužavanje prostora i kompresija sveta – vazdušni saobraćaj, globalna dostupnost i pristupačnost različitih geografskih prostora;
- **Ekološki aspekti** – briga za okruženje, fizičku infrastrukturu, ekosisteme, međunarodne organizacije i inicijative;
- **Vojno-bezbednosni aspekti** – globalni stavovi i borba protiv svetskog terorizma, ratova, preteranog naoružavanja, narko-mafije;
- **Individualni aspekti** – formiranje ukusa, građenje ili menjanje kulturnog i ličnog identiteta, stila života, provođenja slobodnog vremena, ponašanja u potrošnji;

Osnovni aspekti globalizacije

- **Virtuelni aspekti** – uticaj masovnih elektronskih medija na kosmopolitizam i kulturnu raznovrsnost kao integralne komponente globalne kulture; uranjanje u sopstveni kibernetički prostor kreira sopstvenu virtuelnu realnost (izbor omiljenih radio stanica ili TV kanala, web. sajtova); putovanje kroz kibernetički prostor suprotstavlja se putovanju kroz fizički prostor; umanjenje realnih socijalnih kontakata i povećanje virtuelnih kontakata (prijateljstva na Facebook-u; konekcije na LinkedIn-u i sl.); relativizuju se prostorne razdaljine; dolazi do anihilacije (totalnog uništenja) prostora u realnom svetu postojanjem simuliranog, virtuelnog sveta; „hiper – deteritorijalizacija“.

Globalizacija i turizam

Turizam kao globalna pojava



- **UNWTO - 2017:**
- **1.323 miliona** međunarodnih turističkih dolazaka, ili **84 miliona** više nego u 2016. godini;
- **1.332 milijarde** američkih dolara ostvarene turističke potrošnje, ili **52 miliona** više nego u 2016. godini;
- **WTTC / svetski savet za putovanja i turizam/ - 2017:**
- **10,2%** ukupan (direktan i indirektan) udeo turizma u globalnom društvenom proizvodu za **2016.;**
- **4,4%** ukupnih svetskih investicija činile su investicije u putovanja i turizam **2016.;**
- **9,6%** ukupne svetske zaposlenosti ili preko 292 miliona poslova direktno i indirektno podržanih od strane putovanja i turizma u **2016.;**
- **6,6%** svetskog izvoza činio je izvoz od turizma u **2016.**

Zajednička obeležja globalizacije i turizma

- *Širenje svesti o pripadnosti globalnom selu* - (ljudskoj vrsti, planeti zemlji, o postojanju drugih kontinenata, naroda, država, jezika i kultura – od antičkog doba, preko velikih geografskih otkrića, telefona, radija, televizije do interneta); **podsticanje potreba za putovanjima – razvoj turizma;**
- *Razvoj interpersonalnih komunikacija* – kroz razvoj medija; komuniciranje u kibernetičkom prostoru podstiče potrebu za komuniciranjem u fizičkom prostoru; **podsticanje potreba za putovanjima – razvoj turizma;**
- *Širenje prostornog obuhvata i rušenje geografskih granica* – trenutna informisanost o globalnim dešavanjima putem digitalnih medija; **podsticanje potreba za putovanjima – razvoj turizma;**
- *Kontrakcija prostora i vremena* - sužavanje prostora, smanjivanje razdaljina skraćivanjem vremena putovanja sa jednog na drugi kraj sveta; **podsticanje potreba za putovanjima – razvoj turizma;**

Zajednička obeležja globalizacije i turizma

- **Sukob globalizacije i tribalizacije:**

- globalizacija – teži objedinjavanju sveta;
- tribalizacija (*po Tribalima, srednjobalkanskim plemenima iz predrimskog perioda, tribalizam – plemenski način života, retrogradni, nazadni*) – teži jačanju lokalnog identiteta;
- **Mešavina rizika i poverenja** – Janusovo lice globalizacije; Janusovo lice turizma (*Janus starorimsko božanstvo sa dva lica – simbol svih stvari i pojava koje imaju i dobru i lošu stranu*);
- **Fuzija nacionalnih kultura** – međuzavisnost i preklapanje nacionalnih kultura – težnja ka nastanku globalne kulture; globalne komponente turističke kulture (kulture putnika, hotelskog gosta);
- **Međuzavisnost globalnog i lokalnog** – lokalni prirodni, epidemiološki, ekonomski, politički, kulturni procesi mogu postati globalni i obrnuto; turizam afirmiše i globalizuje lokalne vrednosti, istovremeno težeći da očuva njihovu autentičnost.

10 najvećih svetskih korporacija

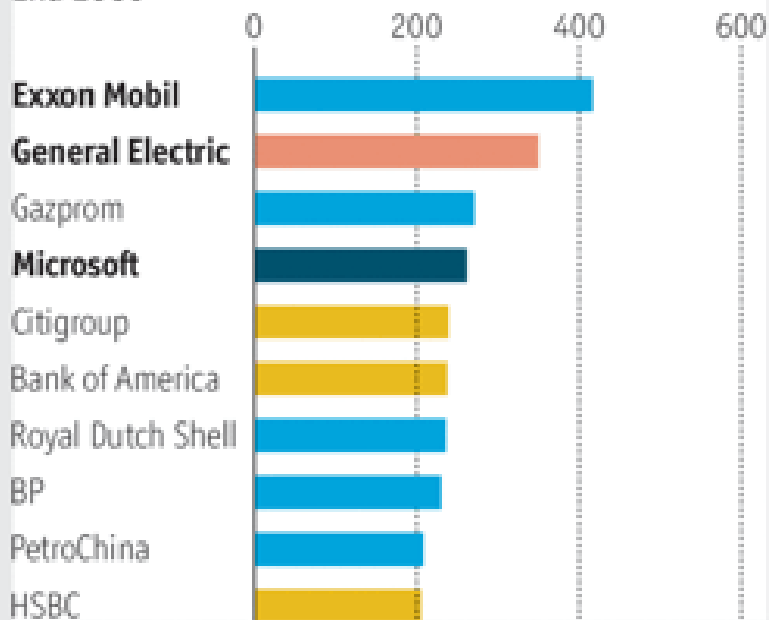


A virtually new world

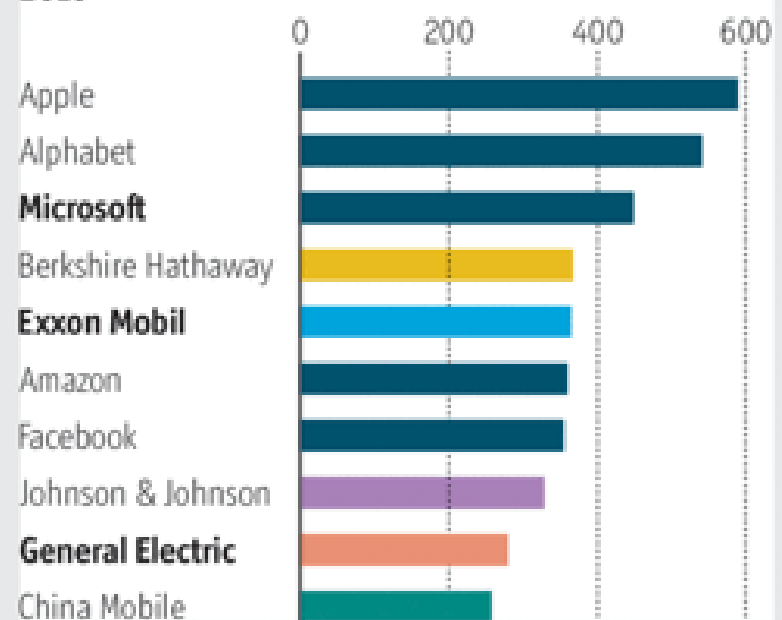
World, largest listed companies by market capitalisation, \$bn

Sector: ■ Energy ■ Financials ■ Health care ■ Industrials ■ IT ■ Telecoms

End 2006



2016*



Source: Bloomberg

*At August 24th 2016

Kompanija	Sedište	Vreme osnivanja	Broj zaposlenih	Industrija
1. Apple	SAD	pre: 41 godinu	66,000	IT
2. Alphabet	SAD	pre: 2 godine	69.953	IT
3. Microsoft	SAD	pre: 42 godine	114000	IT
4. Berkshire Hathaway	SAD	pre: 128 godina	360.000	Finansije
5. Exxon Mobil	SAD	pre: 135 godina	73.500	Energetika
6. Amazon	SAD	pre: 22 godine	222.400	IT
7. Facebook	SAD	pre: 13 godina	15.724	IT
8. Johnson and Johnson	SAD	pre: 131 godinu	128.000	Zdravstvena nega
9. General Electric	SAD	pre: 139 godina	333.000	Prerađivačka
10. China Mobile	NR Kina	pre: 20 godina	438.000	Telekomunikacije