

ГЛОБАЛИЗАЦИЈА И ИНТЕРКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЈА

У својој студији *Судар цивилизација*, Семјуел Хантингтон (Huntington, S., 1997) полази од питања да ли ће стремљење ка стварању „новог светског поретка” кулминирати својеврсним „сударом цивилизација”, односно, да ли ће тријумф либералне демократије, учинити свет имуним на идеолошки сукоб, и тиме довести до „краја историје”?

У питању је једна од најинтригантнијих тема којом се баве не само бројни теоретичари (Barber, B., 1995, Friedman, T., 1999, Fukujama, F. 1992) већ све чешће и политичари, будући да се у оквиру овог круга питања фокусира проблем односа локалних, традиционалних или „малих” култура, према универзалном глобалном тренду тзв. „коакоонизације” и „мекдоналдизације” културе. Са отварањем ових тема, афирмисана је и обликована све израженија свест о значају културе не само у процесима међународне комуникације и симболичког „суседства” међу народима, већ исто тако и у оним процесима који се успостављају као дезинтегративни фактор на међународној културној и политичкој сцени.

Занимљиво је такође, да упркос усредсређености што теоретичара - што лаика, на економију, друштвену неједнакост, међудржавне сукобе и неправедну прераспodelу природних ресурса, што је последица транспарентности владајуће логике капитала, проучавање културе оквиру универзалног тренда глобализације, постаје све популарније.

Глобализација у култури и глобална култура

Глобализацију можемо разумети као „скуп веза које „претварају свет у једно друштвено и културолошко окружење” (Томлисон, Ј., 1999). Чињеница да је управо у оном аспекту који се односи на размену симболичких форми, савремена култура медијски детерминисана (Томић, З., 2008), упућује не на

њену садржајну монолитност, већ пре на њену контекстуалну условљеност. Иако је сасвим умесно правити разлику између *културе глобализације*, схваћене као својеврсна транснационална међузависност култура и привреда и *глобалне културе* интерпретиране као тоталитарни пројект у чијем је средишту културна хомогенизација, не треба заборавити да се концепт глобализације у својим различитим оспољењима јавља као један од најстаријих културних феномена (Кнежевић, М. 2003). Према мишљењу неких теоретичара (Berger, P., Huntington, S. 2002), глобална култура се може разумети и као америчка култура не само по свом значењу већ и по карактеру. У начелу, међутим, глобалну културу (Лечнер, Ф., Боли, Џ, 2002) је могућно разумети из њена четири аспекта:

1. „Давос”, као метафора за културу пословања на слободном тржишту, што заправо указује на културу политичких елита
2. култура „факултативног клуба”, односно напредних невладиних организација
3. популарна култура забаве и потрошње
4. нови међународни културни покрет, који пре свих ствара пентекостелизам (Лечнер, Ф., Боли, Џ, 2002:52).

Питање разлике између глобалне културе са једне и културе у доба глобализације, отвара бројна питања. Једно од њих се односи на локалну примену глобалних трендова, друго не само на проблем енглеског језика као језика глобализације, већ и на чињеницу да је приметан све јачи *глобални* покрет који се залаже за очување „малих” језика, и тиме, малих култура.

У оквиру теорије о култури могу се детектовати различите интерпретације глобализације, од којих напомињемо само неке:

1. схватање културе као збира културних појава које су конститутивни елементи глобалне културе
2. схватање културе у смислу глобалног идентитета
3. схватање према којем је концепт глобалне културе сачињен као композитни облик ширег феномена глобализације
4. становиште према којем глобална култура представља заправо глобалну цивилизацију и коначно
5. схватање глобалне културе као заједничког референтног система савременог света.

Чињеница да је појам културне политике у условима глобализације, постао један од најзначајнијих теоријских топоса савремених друштвених наука, потврђују и бројне студије које из различитих перспектива елаборирају теме локалног и глобалног, националног и интернационалног, културног идентитета и различитости, конзервативизма и либерализма итд. Међу многим приступима овим проблемима могућно је детектовати неколико теоријских орјентација.

1. Развој глобалне културе у данашњем смислу речи, према И. Валерштајну (Wallerstein, I., 1980) у директној је вези са француском буржоаском ре-

волуцијом која је своје принципе изразила на универзалистички начин, уздигавши слободу, једнакост и братство на ниво принципа новог, либералног погледа на свет. Тако се „глобална култура” начелно може разумети као идеологија капитализма. Ствар је, међутим, у томе што су либерална начела више важила за неке културе и народе, него за оне који су били колонизовани, па су следствено овој несразмери, у XX веку колонизоване културе трансформисале своју особеност у средство конфронтације. Ове промене, које су посебно наглашене у последњим деценијама XX века, манифестујући се кроз различите видове отпора глобализацији, од антисемитизма, до религиозног исламског фундаментализма, па све до широког таласа социјалног бунта који потреса развијене земље Европе, показују да је култура поново постала главно идеолошко бојиште. Према Валерштајновом мишљењу то не треба да чуди, будући да су културе одувек биле „подручја на којима се јавља отпор хегемонији” (Wallerstein, I, 1980: 65). Одређујући културу истовремено и као оружје моћних али и као средство оружја слабих, све очигледнији таласи глобалног отпора доминантној „глобалној” култури, могу се интерпретирати као покушај очувања утврђених вредности особености „цивилизација”, против супериорности тржишта.

Одређујући културу као „бојиште” Валерштајн је заправо изразио становиште према којем је она само оруђе дубљих економских механизма. Тиме се и његова теорија сврстава у ред оних, које културу разумеју као средство којим се у симболичком пољу подржава владајући систем. Према Тејлору (Taylor, P., 1996), светски систем капитализма је одувек, почев од холандске верзије из 17. века имао облик културне хегемоније. Тиме се жели рећи да је култура одувек била израз различитих врста хегемоније, будући да су најмоћније земље обезбеђивале себи морално и интелектуално вођство унутар међудржавног система, и тиме утицале на социокултурне процесе који су обележавали различите епохе. На тај начин су водеће културе у својим епохама одећивале меру „модерности”, али истовремено изазивале и реакцију у виду супарничких партикуларизама.

Отуда се може рећи да је потрошња као погонско гориво капитала, заправо владајућа идеологија глобалне медијске културе данашњице (Томић, З., 2008), што неки теоретичари сматрају ограничавајућим фактором, будући да се тиме стварају услови за настанак једне нове форме културе у форми „феминистичког социјализма” (Sklair, L, 1995) обележене истинском демократијом.

Насупрот овој перспективи, могућно је детектовати оне теоријске приступе феномену глобалне културе, који је одређују у другачијем светлу, као

1. *онтологију светског друштва*
2. *дефиницију глобалног стања и као*
3. *организацију разноликости* (Лечнер, Ф. Боли, Ц, 2002:65)

1. У првом смислу ради се о оним теоријским орјентацијама које су, увиђајући да глобална правила (на пример обавеза образовања) налажу државама да се понашају рационално у циљу сопственог напретка, интерпретирани

културу у смислу институционализма. Према овом одређењу „глобалност” културе односи се превасходно на форму, а не и на садржај, и у том смислу представља заједнички производ експерата, првенствено у оквиру међународних организација. Према овом моделу свет се заправо састоји од држава које се третирају као корпоративни учесници у неком глобалном пројекту који се темељи на уверењу о постојању универзалних људских вредности и права, као што је на пример право на образовање или право на културу уопште (ибид, 68). Представе о индивидуалној вредности и аутономији, значењу рационалности у тежњи ка световном напретку, имају своје корене у европској историји, али су се њене поставке толико прошириле на остатак света да представљају неку врсту глобалне стратешке матрице развијеног света.

2. Теорија глобализације коју је поставио Робертсон (Robertson, R, 1992), полази од тезе да је фундаментализам, са друге стране, био начин да се нека друштва изборе са дилемама на која су наилазила у процесу глобализације. Занимљива је његова опсервација, да су фундаменталисти, упркос површним интерпретацијама противника глобалног светског поретка, који су тврдили да је глобализација начин њиховог искључивања из света, заправо на тај начин били укључени у глобалну дискусију, односно „разговор” о томе како инструментализацијом „отпора”, направити нови облик светског поретка (Robertson, R, 1992: 135). Основна Робертсонова теза је да су сви аргументи на које се позивају фундаменталисти заправо само нека врста деривата из тематског корпуса који је глобалан, односно, да је сваки партикуларизам универзалан (ибид, 102). Отуда, уводећи термин „глокализација” којим означава неку врсту амалгама глобалног и локалног, који настаје у међусобној комуникацији и поређењу култура, Робертсон сматра да глобална култура није пука збирка сценаристичких решења, веч простор који је одувек био и биће предмет спорења, а глобализација појава којој се не може предвидети крај.

3. У трећем смислу глобална култура се одређује као организација разноврсности. Тако је Вотсон (Watson, J., 1997) у својој студији глобализма, на примеру ширења брзе хране а посебно Мекдоналда, показао да се упркос и захваљујући глобализацији, на различите начине конзумира и обогаћује „fast food” у различитим деловима света. Према његовом мишљењу, основа успешне стратегије ове мултинационалне компаније била је „мултилокалност”. На овај начин Вотсон је указао на глобализацију као на „двосмерну улицу” у којој оба процеса, и глобално и локално међусобно утичу један на други.

Према неким другим теоретичарима (Lečner, F, Boli, Dž. 2002), глобална култура као организација разноликости представља скуп тзв „креолизованих” култура у којима су разне заједнице ослањајући се на различите интерне оквири прихватиле разноврсне и у почетку необичне стране утицаје. Посебну улогу у овом процесу имају глобални медији и међународне миграције, што често обавезује суочавање различитих етничких или социјалних група са спољашњим културним притиском. У оквиру овог корпуса, као природне, помаљају се теме идентитета и различитости, па се у складу са овим и глобална култура одређује као нека врста њиховог конгломерата.

И мора се, међутим, рећи да је и пре него што је глобална економска криза обнародована, широм света, и у редовима левице и у редовима деснице расла свест о деликатној позицији концепта опстанка и развоја националних култура. До пре неколико месеци готово да није било адепта новог светског поретка који нас није убеђивао да је једном заувек свршено са концептом националне државе, као и са идејом да је појам културног идентитета анахрон и да му је место још једино у архивима историје.

Отуда се појам глобализације, може интерпретирати и као процес који је изникао на темељима идеје о корпоративном глобалном капиталу који се поставља као функционалан, најпре у сфери глобалне политике (Chomsky, N.1993). Упркос чињеници да концепт „глобалног друштва” није нов (Тркуља, J.2003.), будући да се нарочито међу историчарима могу наћи они који са правом указују да је доба римског царства, било доба глобалне доминације једне културе и једне власти, чини се да је савремено доба глобализације довело до екстрема концепт глобалне привреде, на чијим се темељима помаља њена специфична идеологија.

Повремени описи глобализације у модерном смислу речи, који су се до скоро појављивали како у медијима, тако и у оквиру бројних теоријских елаборација, обично су припадали најгорљивијим адептима новог светског поретка, који су у свом тријумфалистичком инструментализовњу медија развијали својеврсну позитивну утопију. Поменута еуфорија била је у савршеном дослуху са процесом тихе феудализације, који се одвијао под плаштом неолибералне доктрине а резултирао све већим друштвеним расулом, порастом сиромаштва, беземљаштва, бескућништва, насиља, отуђености и дубоке забринутости људи широм света за будућност (Mander, Dž., 2003.).

Ако се изузме технолошка подршка, брзина глобалног развоја и олакшана трговина, једна од најубедљивијих одлика савремене глобализације је видљива у наглим помацима у пољу политичке моћи. На таласу глобалне идеологије неолибералног капитала, у којем су корпорације преузеле функције државе, многе демократске земље света су биле принуђене да укину законе које су саме донеле, како би се покорице правилима нове централизоване глобалне демократије у чијем је центру тзв. „казино-економија” којом управљају берзански шпекуланти (Mander, Dž., Goldsmit, E., 2003.). Један од принципа на којима су утемељене логика и стратегија глобализације претпоставља да све земље па чак и оне чије су културе веома различите морају да прихвате исти глобални модел привреде, друштвене организације и животних стилова, а као резултат појављује се глобална хомогенизација култура, у којој постепено нестају локалне традиције, животни стилови и специфичности, или пак опстају у оквиру само у оквиру њиховог „толерисаног егзотицизма” (Томић, З.,2005). Отуда се као једно од најинтригантнијих питања поставља разумевање „интеркултурне комуникације” у новим техносоцијалним условима.

Интеркултурна комуникација

Иако је као тематски топос, релативно касно тематизован, захваљујући процесима глобализације у привреди, а посебно у сфери информационе технологије и развоја медија, интеркултурна комуникација, представља заправо један од најстаријих културних феномена. У модерном смислу речи, појам *интеркултурне комуникације* ослања се на категорију *културног плурализма* која претпоставља равноправан, толерантан и отворен однос између националних култура, што представља један од централних принципа UNESCO-а. Када се, међутим, говори о комуникацији међу културама које постоје на субнационалном нивоу, у употреби је термин *мултикултурализам* (Semprini, A., 2004), који у зависности од односа према културним различитостима у оквиру једног друштва може попримити форму *модела културне асимилације* (Нпр. Немци у САД), културне различитости после неког времена нестају, *модела интеграције у доминантну културу*, али са задржавањем властитих особености (Кинези у САД) или *модела гетоизације*, као стварања острва културе уз задржавање друштвене, културне и медијске везе са својом матичном културом (Турци Немачкој)

Чињеница да је потреба да се упознају Други, како би се са њима успешно комуницирало, од природне и саморазумљиве нужности за контактом и интеракцијом, постала предмет прокламоване културне политике на глобалном нивоу, упућује заправо на темељни проблем: како се разумеју и интерпретирају Други, као неприпадници наше заједнице (Тодоров, Ц., 1994). Проблем представе о другима, појављује се између осталог и као проблем предрасуда о неприпадницима наше заједнице, - као пријатеља или непријатеља, као блиских или далеких, као значајних или безначајних, представљајући организационе принципе савремених комуникативних стратегија заснованих на теорији интеркултурне комуникације.

Зато се интеркултурна комуникација може разумети као облик интеракција који садржи два супротна процеса: *сусретање/повезивање* и *судар/раздвајање* култура. У првом случају ради се о разлици интерпретираној као дезинтегративни фактор културног живота, а у другом, о ставу који фаворизује отвореност према разликама. За оба става, међутим, као кардинална, појављује се категорија (културног) идентитета, који се разуме с обзиром на историју, традицију, религију, обичаје, уставно-правни поредак, језик, писмо, самобитност уметничког стварања, националну припадност, друштвену моћ, економске интересе и вредносне системе (Baba. H., 2004)

У најширем смислу, теорија интеркултурне комуникације покушава да разуме како се људи из различитих земаља и припадници различитих култура понашају, како комуницирају, односно, како виде свет око себе, и како је на основу ових сазнања могућно успоставити најоптималнију, флуентну и ефикасну размену међу културама. Бројна психолошка, антрополошка и социолошка истраживања на које се ослања поменута теорија, имају своју практичну примену: најпре у сфери бизниса, трговине, маркетинга, али и у сфери политике. У политичком пољу, као централно, поставља се питање „културне синергије”,

што је посебно значајно у мултикултурним заједницама. А то свакако упућује на чињеницу, да је категорија *различитости*, централна категорија сваког дискурса интеркултуралности и мултикултуралности.

Глобални медији и интеркултурна комуникација

Ако је у питању нови колонијализам, на шта упућују неки аутори (Goldsmi, E., 2003.), који је превасходно индустријски, чини се да је много значајнији поражавајући учинак који је нова прерасподела моћи извела на плану вредносног система. У питању је, наиме, драматична ревитализација тоталитаризма, који се уз помоћ медија инструментализованих да служе логици капитала, појављује као перфидна репродукција „тоталитарне свести” (Томић, З., 2001.). Како су медији, наиме, постали предузећа, која су сходно логици капитала обавезна да тржишно послују, постепено су трансформисани у платформу за перверзно унификовање свести, за масовно једноумље у којем су светски моћници и интересне групе преузели улогу тихих идеолога (Томић, З., 2008.).

Отуда је значај поменутих питања, посведочен не само „језиком” перманентних друштвених криза, већ и медијима који га трансформишу у идеолошке конструкте. Теза да се предуслови културног ангажовања – антагонистичког или афилијативног свеједно, увек производе перформативно, односно, да захтевају репрезентацију, нужно упућује на питање шта заправо значи терминолошки инструментаријум који се посредовањем медија поставља као хоризонт који се не може превазићи? Нису ли и сами термини мултикултурности, глобализације, толеранције, културног идентитета, политичке коректности исл, само „жаргон” нашег времена којим се легитимише софистицирани агон између *глобализма* са једне и *трибализма* као облика отпора са друге (Barber, B. 1995.)?

Готово је са добом у којем су класични медији функционисали као лиферанти информација или слика стварности. Данас они у својој пенетрантности, претендују не само да структурално организују стварност и свет искуства, већ и да их креирају. Медији доминирају не само слободним временом обликујући политичка гледишта или моделе понашања, већ нуде материјал који постаје конститутиван за изградњу личног идентитета. Као инструменти најглобалније савремене индустрије, а то је индустрија културе у најопштијем смислу речи, у којој „се одвија производња садржаја, идеолошких конструката, „новоговора” и „жаргона аутентичности”, исто као и промоција „вредности”, „узорних модела”, стратегија комуникације, као и методологије „укључивања и искључивања”, медији обезбеђују и производе не само знаковне системе већ претендују да структуришу и само питање смисла” (Томић, З. 2008:13).

Мимо сваке критичке опције која указује на феномен „*brain washing*”, орвелијанску перспективу застрашујућих тоталитарних политика као и на све видове „отуђења” на које је указала марксистички орјентисана критика друш-

тва (Adorno&Horkhaj-mer, 1968.), извесно је да су медији, постали само срце стварности. Софистицирано спајајући технологију и културу, лахорасту забаву и нову писменост, перверзију прикривених и откривених манипулативних техника и логику потрошње, медији данас представљају универзални модел хаотичне културне педагогије, омогућавајући озбиљење стратегија потрошње, елегантно маскираних различитим идеолошким конструктима.

„*New(s) Age* је и буквално ново доба, али доба обележено превасходно владавином медија, владавином информација, а тиме и владавином новог вредносног поретка. Ако се питамо у каквој су вези медијска култура (*News Age*) и Ново Доба (*New Age*) онда се можемо сложити са Еком (Еко, У. 2001.) да су управо медији, као савремени чувари идеологије и памћења, као функционални посредници између човека и света, постали истовремено и инструмент и садржај, а тиме заправо погонско гориво савремене културе. Са друге стране, огроман проток информација, као и прокламована слобода избора која изазива својеврсну „панику” пред енормним бројем могућности посебно у епохи која је раскрстила са крајем „великих прича”, обнародујући „истину” да више ни једна категорија, попут Истине, Правде, Лепоте, или Доброте, не постоји по себи, већ да се конституишу зависно од логики интереса, условио је појаву неке врсте симболичког уточишта у Секти, Традицији или Моду. Ове сфере се тако појављују у функцији ауторитета способног за филтрирање информација, успостављање вредносног система и осмишљавање света” (Томић, З., 2008:15), па се тензија међу овим сферама може идентификовати као напон између „лексуса (глобално) и маслиновог дрвета (локално)” (Friedman, Т.1999.).

Може рећи да се у савременом добу глобалне информатичке културе одвија нова и парадоксална друштвена диференцијација на богате знањем и образовањем и тиме способне за критичку селекцију информација, и на оне који то нису. Као последица, појављује се огроман број различитих идеолошких процедура селекција, а тиме и друштво састављено од низа индивидуалних идентитета, у којем се друштвеност обезбеђује искључиво посредовањем медија. Перформансе Интернета који се појављује као нови миље друштвености и као најотворенија јавна сцена, парадоксално, сведочи о томе како се у игри великих бројева, сама друштвеност миноризује, а јавност секвенционара на хиљаде независних микро енклава, међу којима не постоји никаква комуникација (Томић, З. 2004.)

Доба медијске културе такође показује да је упркос несумњивој технолошкој револуцији, највећа промена видљива на плану поимања категорије идентитета (Poster, М.1999.), нових социјалних односа, као и у помагању пермисивног друштвеног обрасца, у којем „све изгледа и лепо и добро, чак и само зло, све се може лепо рећи, чак и оно ружно, стварно изгледа мање истинито од виртуалног, фикција замењује стварност, историја и памћење више нису узор у свету оданом садашњем тренутку, отргнутом од прошлости и без веза према будућности” (Onfre, М., 2007.).

Информатизација и интеркултурна комуникација

Глобани процес информатизације у фокус савремене теорије интеркултурне комуникације поставља питање о томе на који начин култура утиче на успешну трансмисију порука у радикално другачијем техно-социјалном окружењу, а посебно с обзиром на традицију. Полазећи од темина „*конективитет*” (Tomlison, J., 1999), којим се глобализација одређује као комплексан процес транснационалног умрежавања капитала, добара, информација, знања, људи и култура, као релевантна постављају се три питања:

1. однос културе и компјутерски посредоване комуникације
2. способност нове комуникационе технологије да реализује оптимизам у вези са поројектованим политичким и социо-културним променама
3. улога вештина интеркултурне комуникације у бизнису

1. Теорија интеркултурне комуникације (Bradford, J.H., 2002) се у највећој мери темељила на изучавању понашања и интерперсоналне комуникације између припадника различитих култура. Са појавом нових медија однос између културе и комуникационих технологија долази у фокус, посебно с обзиром на питање универзализације комуникативних процедура и стандарда, односно, новог поимања културних граница и појма „културног идентитета” (Jackson, M., 1997.) И мада су темељна питања о култури инхерентна сваком поимању комуникације, морамо се запитати да ли се овај категоријални апарат мења са процесом технолошке глобализације.

Тако на пример, дистинкција између високих и ниских културних контекста мора бити преиспитана из перспективе интернета као нове комуникативне платформе. Отуда се као природно поставља питање о томе да ли посредовање компјутерских система олакшава или отежава интеркултурну комуникацију, посебно с обзиром на чињеницу да се она темељи превасходно на познавању разлика у културним контекстима (често утемељеним на невербалној комуникацији)? Да ли се у оквиру електронског окружења појављују нове, чак „виртуелне” форме невербалне комуникације? Шта конституше комуникативну компетенцију у новом контексту? Да ли се може рећи да универзални комуникативни стандарди и кодови на које макар у једном свом делу обавезује електронско окружење, опозивају идеју интеркултурне комуникације?

2. Иако потенцијали за даљу и снажнију интеракцију међу људима који припадају различитим културама расту напоредо са развојем и доступношћу технологије, отворено је питање да ли у новој социо-технолошкој парадигми, каква је Интернет, људи збиља жуде за разликама или, пак, радије остварују интеракције са онима који су им слични? Иако, са друге стране, као најотворенији медиј, Интернет пружа могућност за јачање процеса демократизације широм света, није извесно у којој мери ће неприпадници неке културе, вере или нације, бити мотивисани да се заиста укључе у одређне политичке процесе или културне пројекте који се, иако су присутни „на мрежи” ипак у стварности, одвијају на неком другом крају света? Који је степен важности „интеркул-

турног” умрежавања на интернету? И да ли се полагање наде у пројекте оваквог типа, ослања на веру да је „светско јавно мњење” могућно и пожељно?

3. Коначно, остаје питање о смислу вештина интеркултурног комуницирања у глобализованом и технологизованом социјалном контексту. Једна од последица ширења глобализације и информатизације јесте стварање доминантне класе „експерата”, која се ствара искључиво учешћем у новим информационим индустријама. Нова форма глобалне културе која се може означити и као *култура информатизације* не само зато што је хомогенизујућа по својој природи већ и зато што из свог окружења сасвим природно искључује оне којима нова технологија није доступна.

На крају, можемо ли се сложити са Томилисоном (ибид) да је, без обзира на утопијски или дистопијски сценарио глобализације у култури, теза о деструктивном утицају глобализације и информатизације на „локалне традиције”, претерана? Да ли чињеница њихових перманентних промена и својеврсне „дестеритоирјализације” под утицајем глобализације, чини беспредметним како катастрофични, тако и тријумфалистички приступ, остављајући теорију интеркултурне комуникације само уз њеним дескриптивним оквирима?

Литература:

1. Baba, H.(2004) *Smeštanje kulture*, Beograd, Fond za otvoreno društvo
2. Barber, B.(1995), *Jihad vs McWorld*, New York: Times Books,
3. Berger, P., Huntington, S (ed).(2002), *Many globalisations: Cultural Diversity in the Contemporary World*. Oxford, Oxford University Press
4. Bradford, J.H. (2002), *Among cultures: The Challenge of Communication*, Fort Worth, Tex, London: Harcourt
5. Chomsky, N. (1993), *The Prosperous Few and the Restless Many*, Berkeley, CA, Odonian Press
6. Eko, U., (2001), *Razgovori o kraju vremena*, Narodna knjiga, Beograd
7. Friedman, T.(1999), *The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalisation*, New York: Farrar, Straus, Giroux,
8. Fukuyama, F.(1992), *The End of History and the last man*, New York, Free Press
9. Huntington, S.(1997), *The Clash of Civilisations and the Remaking of World Order*, New York, Touchtone.
10. Jackson, M. (1997), „Assessing the structure of communication on the world wide web”, *Journal of Computer Mediated Communication*, 3,1
11. Knežević, M. (priredivač), (2003), *Vreme Globalizacije*, Beograd, Dom kulture Studentski grad
12. Lečner, F., Boli, Dž.(2002), *Kultura sveta*, Klio, Beograd
13. Lull, J.(2000), *Media, Communication, Culture: A global Approach*, Cambridge: Polity
14. Mander, Dž, Goldsmith, E., (ed.) (2003), *Globalizacija*, Beograd, Klio
15. Mostow, J. (2008) *Soft Borders- Rethinking Sovereignty and Democracy*, Palgrave Macmillan, New York).
16. Onfre, M. (2007), *Hedonistički manifest*, Beograd, Rad
17. Poster, M. (1999), „National identities and communication technologies”, *The Information Society*, 15(4)