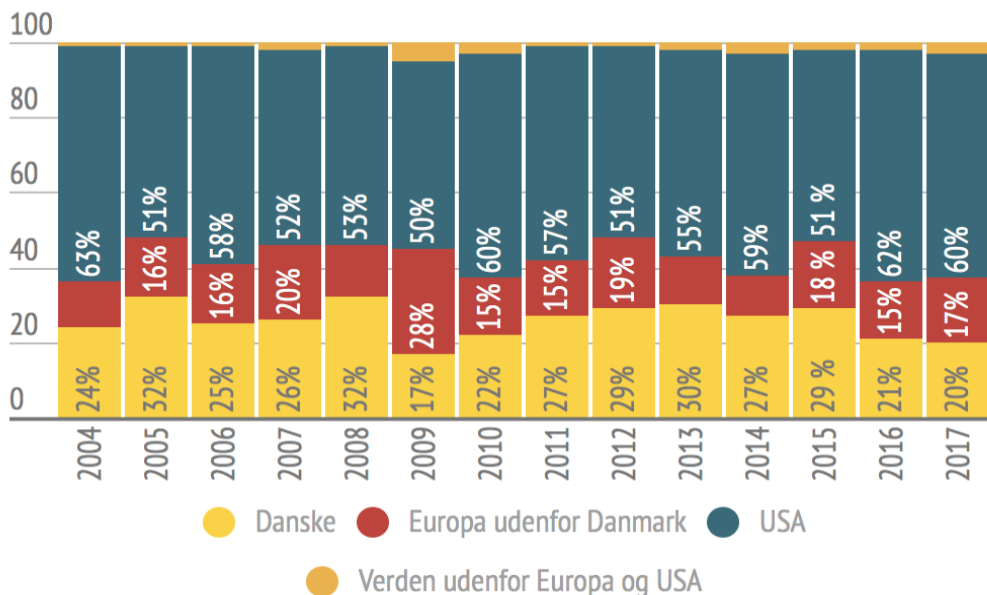


# Kulturel globalisering

Verdens store byer ligner hinanden mere og mere. Man kan finde de samme mærkevarer og restaurantkæder i York, Beijing og Paris. Selv en mini-storby som København er på mange områder international. Og snart er det nationale udbud af flow-tv fortid: Netflix og Apple arbejder på at tilbyde samme udbud af streamede serier over hele verden.

Verdenssproget engelsk gør, at amerikanske film og serier dominerer i en stor del af verden. Det påvirker selvfølgelig de nationale kulturer, at tv og biografer bringer amerikansk kultur bringes ind i hverdagslivet.

Film i danske biografer fordelt på oprindelsesland.



Kilde: Dansk Filminstitut

Og hvis man kigger frem i tiden vil den internationale indflydelse blive endnu mere markant. Hvis man spørger danskerne, hvilke medier de ville savne mest svarer de unge: Netflix og Youtube. Det såkaldte flow-tv er presset af multinationale streamingtjenester. Det nationale islet vil blive svagere, efterhånden som internetgenerationerne tager over.

Netflix streamer i dag til 190 lande og arbejder på at komme ind på det kinesiske marked også. I dag er verden opdelt i licensområder, så man kun kan streamer film og serier, som Netflix har en licens på i ens område. Men Netflix arbejder på at få globale licenser, så alle kan se det samme i hele verden. Markedet for film og serier bliver for alvor globalt.

Globalt betyder ofte engelsksproget. Engelsk går frem, og det gør andre store sprog som swahili og mandarin også. De 11 største sprog bliver talt af ca. halvdelen af verdens befolkning. De små blandt verdens 6000-7000 sprog vil til gengæld nok forsvinde. Selv de mest optimistiske af sprogforskerne skønner, at halvdelen af

de sprog, som eksisterer i dag, risikerer at være uddøde om 100 år. Engelsk er ikke bare mediernes sprog, det er også sproget for forskning og undervisning i mange lande og internationalt.

Man har brugt udtrykket en *smeltedigel* om kulturel globalisering. De forskellige kulturer mødes og blandes sammen, og noget nyt opstår. Kritikere siger imidlertid, at globaliseringen ikke er en smeltedigel, men derimod en énvejs-spredning af vestlig kultur. De multinationale selskaber sælger samme produkter over hele verden og med dem én bestemt kultur. Hvis man går en tur i verdens storbyer, kan man se tendensen. Man møder i høj grad de samme butikker, barer og restauranter. Folk går temmelig ens klædt, varerne på hylderne og bilerne er de samme. Og alle ved, hvem Kim Kardashian og Justin Bieber er.

Kritikerne frygter en kulturel amerikanisering. Det vil sige, at lokale kulturer bliver fortrængt til fordel for amerikanske produkter som McDonald's. Andre påpeger, at man også kan få sushi, thaimad, shavarma, burritos og pizza. Det samlede udbud er simpelthen blevet større.

Opgave:

Forbered dig på at genfortælle det vigtigste fra teksten i en gruppe.

Lav 2-3 diskussionsspørgsmål om globalisering med fokus på det emne, du her har læst om.