

Od distinkcije prema srodnosti: model „nacionalne kulture” Geerta Hofstede

Vjeran Katunarić
Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Odsjek za sociologiju

Sažetak

O modelu „nacionalne kulture” Geerta Hofstede raspravlja se u ovom članku s tri aspekta. Sa sociološkog aspekta, model je izraz interesa multinacionalnih korporacija u eri globalizacije za uklanjanjem kulturnih prepreka poslovanju, koje su uspostavili modeli značenja kulture u sklopu carstava i nacija-država, preferirajući oštre distinkcije i fundamentalnu neusporedivost kultura. Drugi aspekt rasprave je metodološki, gdje se upozorava na problem odnosa između empirijskih varijacija i tipičnosti u Hofstedeovu modelu, budući da on zanemaruje promjenjivost i proturječja u kulturnom obrascu. I treći aspekt, pedagoški, odnosi se na pitanje može li se ili na koji način model upotrijebiti kao predložak za izradu odgojno-obrazovnog kurikuluma, odnosno pedagoški preporučljivog vrijednosno-normativnog obrasca orijentacije (učenika), u demokratskom i pluralističkom, ali i sve više tržišno povezanom i neizvjesnom svijetu.

Ključne riječi: nacionalna kultura, Hofstede, multinacionalne korporacije, interkulturno obrazovanje, sociokulturni kapital.

Summary

FROM DISTINCTION TOWARDS RELATEDNESS: GEERT HOFSTEDÉ'S MODEL OF „NATIONAL CULTURE”

Vjeran Katunarić
Faculty of Philosophy, University of Zagreb, Croatia
Department of Sociology

Geert Hofstede's model of "national culture" is discussed from three aspects. From the sociological aspect, the model represents the expression of multinational companies' interests for the removal of cultural barriers to business in the era of globalization, the barriers established by the models of importance of culture within empires and nation-states, preferring strict distinctions and fundamental incomparability of cultures. The second aspect of the discussion is methodological, pointing to the problem of relationship between empirical variations and typicalnesses in Hofstede's model, since it does not sufficiently allow for variability and discrepancies in cultural pattern. The third, educational aspect, considers the question whether it is or how is it possible to use this model as a sample for an educational curriculum, i.e. pedagogically recommendable value-normative pattern of students' orienta-

tion in the world which is democratic and pluralistic, but at the same time more and more market-united and uncertain.

Key words: national culture, Hofstede, multinational corporations, intercultural education, sociocultural capital

Inflatorna značenja kulture

Iz nekada ekskluzivnog prostora značenje pojma „kultura” prelilo se u mnoštvo drugih prostora, te kao da, poput inflatornog novca, zbog toga gubi vrijednost. Povjesničar zapadne visoke kulture Jacques Barzun primjećuje: „Donedavno je /kultura/ značila dvije ili tri međusobno povezane stvari koje je lako razumjeti i držati zasebno. Sada je to komad žargona za sve namjene... Ljudi govore i pišu o kulturi skoro svih segmenata društva: o kontrakulturi... i mnogim supkulturama: etničkim kulturama, korporacijskim kulturama, kulturama tinejdžera i popularnoj kulturi” (Barzun, 2000, xiv).

Ovaj članak govori o glavnim putanjama značenja kulture od stare uzvisine do arhipelaga suvremenog svijeta. U tim putanjama više dolazi do izražaja instrumentalnost kulture nego njezina samosvrhovitost. Kultura najčešće služi strategijama društvenih aktera — elita, država, korporacija — koji u njoj vide priliku da svoju moć dopune simboličkom moći kulture (usp. Volkerling, 1996). Tako su učenost i znanje, kao okosnica prvorazrednog značenja kulture, o čemu će uskoro biti riječi, posjed iznimnih (ljudi ili država), nacionalni jezik ili pripovijest znak zajedničkog identiteta naroda nedjeljivog s drugim narodima, a društveni mentalitet, osim što je „besplatan” posjed svih članova društva, postaje sve više područje interesa međunarodnog poslovnog menadžmenta.

O odnosu između kulture i razvoja napisani su mnogi radovi, među kojima raste broj onih koji, za razliku od Barzuna, u sveopćoj „kulturalizaciji” strategija suvremenih aktera, od politike do biznisa, od manjina koje teže „kulturnoj autonomiji” do japanskog menadžmenta koji svoju uspješnost smatra i uspjehom tradicionalne japanske kulture — ne vide ništa loše, nego naprotiv istinsko bogatstvo raznolikosti čovječanstva (usp. Lewis, 2003; Katunarić, 1996). Ta raznolikost, međutim, izborna je u sudaru sa starim kulturnim hegemo-

nima, i stoga ju valja zaštititi da bi se očuvala. Svaki govor o kulturi povezuje njezin unutrašnji s vanjskim integritetom, smisao kulture s funkcijama njezina održavanja. Prema riječima vodećeg teoretičara nacionalizma Ernsta Gellnera, da bi opstala, svaka nacionalna kulturna ustanova „traži svoje ministarstvo unutrašnjih poslova” (Gellner, 1966, 13). Međutim, moćnog pokrovitelja ne traže samo nacionalni teatar, muzej i druge ustanove visoke kulture, nego i pristaše trivijalizacije kulture. Na primjer, kada ekonomski teoretičar Michael Walker kaže da je kultura „naprosto širok društveni zbroj individualnih izbora koji ljudi čine” (Walker, 1992,1), tada kao arbitra uzima slobodno tržište na kojem svatko ima pravo kupovati ono što mu se sviđa, tj. ono što odgovara njegovoj „kulturi”. Naravno, nad takvim srozavanjem značenja kulture na razinu „suverenog potrošača” zgraža se (opravdano) svatko tko u kulturi vidi nešto više (vrijednosti) nego u običnoj robi. Možda i shvaćanje kulture kao skupa pravila ponašanja, o čemu će najviše biti riječi u nastavku, također predstavlja način trivijaliziranja kulture. Međutim, te i druge devolucije značenja kulture valja prije svega razumjeti unutar borbi za moć u području kulture u proteklih nekoliko stoljeća na crti carstvo — nacionalna država — transnacionalne korporacije. Najzad, valja razlučiti posao istraživača kulture i onih koji pojam kulture primjenjuju u obrazovanju od tog determinizma moći, pa ćemo pokušati na primjeru relativno novog modela značenja kulture vidjeti da li je ili u kojoj mjeri to moguće.

Kultura i sustavi društvene moći

Bitna značenja kulture nastala su u povezanosti s interesima povijesno različitih sustava moći, pa ih možemo slikovito označiti kao „salonska”/aristokratska/elitistička, „himnička”/nacionalna/populistička, i „poslovna”/korporacijska/neokapi-