Prof. Dr. Alexander Deichsel

Universität Hamburg

Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschafen

КОММУНИКАЦИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ

Рост значения коммуникации локальных достижений имеет геофизическое

основание. Человек возник на поверхности сферы. Она является единственной евклидовой поверхностью, на которой нельзя определить геометрический центр. С математической позиции все точки такой поверхности равнозначны. Иными словами, любая точка может быть центром. Однако социально-антропологическая позиция

приводит к тому, что на данной поверхности есть бесконечное множество центров. Люди действительно считают место, в котором живут, центром мироздания.

Отсюда ясно, почему нравы и культура были созданы на местах и места все стремительнее выступают на историческую сцену. Экономические достижения также возникают в местном контексте. Признание достижения неразрывно связано с местом его открытия, разработки и

производства работающими там людьми. Желая причаститься к тому, что создается в других местах природой и тамошней культурой, люди изобрели торговлю. Покупая и продавая вещи и услуги, они могут участвовать в том, что экзистенциально упустили бы раз и навсегда.

Таким путем люди развивают обмен товарами и экономику мирового обмена Нового времени. Так как все везде становится доступным все быстрее и в большем количестве, потребитель желает точно знать: откуда продукт? Так как места накопили в ходе истории значительную репутацию, происхождение играет огромную роль. Таким образом, глобализация требует от продукта более четкого указания своего происхождения, потому что оно усиливает вероятный сбыт. Виски из Польши приходится труднее, чем виски из Шотландии, а оборудованию из Германии легче, чем таковому из Ирака. Таким образом: чем больше глобализации, тем важнее происхождение, ведь мировой рынок все больше становится конкуренцией происхождений. Поэтому коммуникация локальных достижений является столь

релевантной экономически.

März 2014