



Mediji i globalizacija

Miloš Lalošević

“Globalizacija” karakteristike:

- ❧ Ljudi širom sveta povezani su međusobno više nego ikad ranije. Informacije i novac teče brže nego ikad.
- ❧ Roba i usluge proizvedeni u jednom dijelu svijeta sve su više dostupni u svim dijelovima svijeta. Međunarodna putovanja su češća
- ❧ Međunarodna komunikacija je uobičajena.

Među faktorima koji doprinose razvoju globalne komunikacije je i međunarodno izlaganje vesti štampanim i elektronskim medijima.

Agencije za štampu u medijima poput Associated Press, Reuter i Agence France Press, dok elektronski vizuelni mediji poput Reuters i World Television Network (WTN) bile su među međunarodnim medijskim firmama koje igraju glavnu ulogu u ovom procesu.





- ❖ Praktično da ne postoji globalizacija bez medija i komunikacija (Rantanen, 2004).
- ❖ Sektor elektronskih medija i komunikacija, koji se kreće od telekomunikacionih mreža i interneta, preko radija, televizije i filma, sam je među najaktivnijim u trenutnom naumu za globalizacijom proizvodnje, tržišta i trgovine.
- ❖ Proces je omogućen svetskim trendom ka deregulaciji i privatizaciji masovnih medija.
- ❖ Širenje informacija - brzo(npr. Vesti o smrti Steve-a Jobs-a)



- ❖ posebna karakteristika globalizacije medija i komunikacionog sektora je snažno sredstvo u transformaciji društvenih, kulturnih i političkih struktura.
- ❖ uticaj postepene komercijalizacije medija i komunikacija na kritične društvene funkcije, kao što su formiranje identiteta pojedinca i zajednice, kulturna i jezička raznolikost, sposobnost za učešće u političkom procesu i integritet javne sfere, dostupnost informacija i znanje iz javne domene i upotreba medija u razvojne, obrazovanje i ljudska prava.

- ❖ Socijalne posledice globalizacije samog sektora su uporedive sa posledicama mnogih drugih sektora, i uključuju restrukturiranje radnih odnosa i uslova i međunarodnu konkurenciju za slobodni kapital na osnovu jeftinije radne snage.
- ❖ Na primer, društvene posledice omogućavanja pojave globalizovanih finansijskih transakcija (e-trgovina) i prerađivačke industrije otvaraju tržišta za proizvode „životnog stila“ (Dan zaljubljenih, Dan majki itd.), Popularnu kulturu (k-pop kulturu), koja uključuje brzu hranu (KFC, McDonald itd.) rezultat su rasta ovih sektora (omekšavanje kultura za konzumerizam).

- ❖ U kulturnom smislu globalizacija je uslovljena agresivnom kulturnom politikom kolonijalnih sila , nastavljeno imperijalističkim težnjama Zapadnih društava i novim oblicima neokolonijalizma i tehničkog kolonijalizma.
- ❖ Takođe , uslovljena je i većom slobodom kretanja ljudi , kulturnih i medijskih sadržaja , pa danas imamo pozitivne oblike globalizacije , poput međunarodne kulturne saradnje i međunarodne razmene kulturnih sadržaja.

- ❖ Tradicionalni prenosioci kulturnih obrazaca , kao što su religija , prosveta i druge društvene institucije sve više gube na značaju , a sve više masovni mediji (internet , TV...) preuzimaju njihovu ulogu i postaju osnovni kreatori društvene stvarnosti.
- ❖ Mediji , osim novih načina kreiranja vladajućih društvenih obrazaca ponašanja i mišljenja , preuzeli su tehnike i metode tradicionalnih institucija , pa imamo fenomene teleevangelizma , istorijsko-naučno-dokumentarno kanale , koji prenose , opravdavaju i nameću zapadnjački način razmišljanja kao jedini ispravan , moguć i društveno poželjan.

THE SUN NEVER SETS

Murdoch's worldwide distribution footprint for satellite and cable systems (in red)—including DirecTV, BSkyB, Sky Italia, Star TV, Innva, Sky Brasil, Sky Chile, Sky Colombia, Foxtel, and DirecTV Latin America



News Corporation



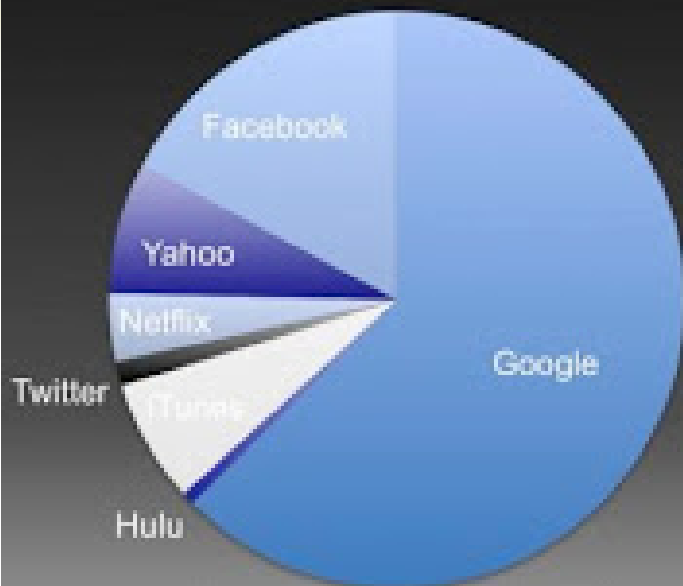
The Walt Disney Company



Time Warner

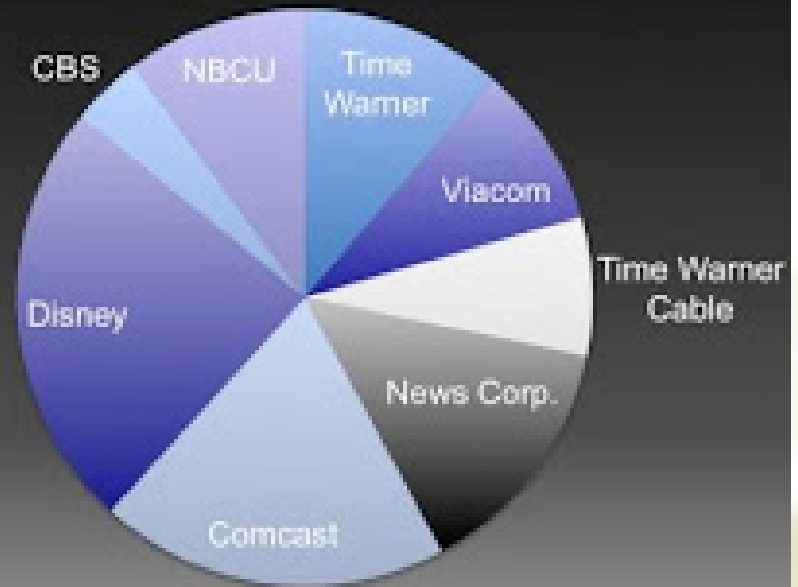


“New Media”

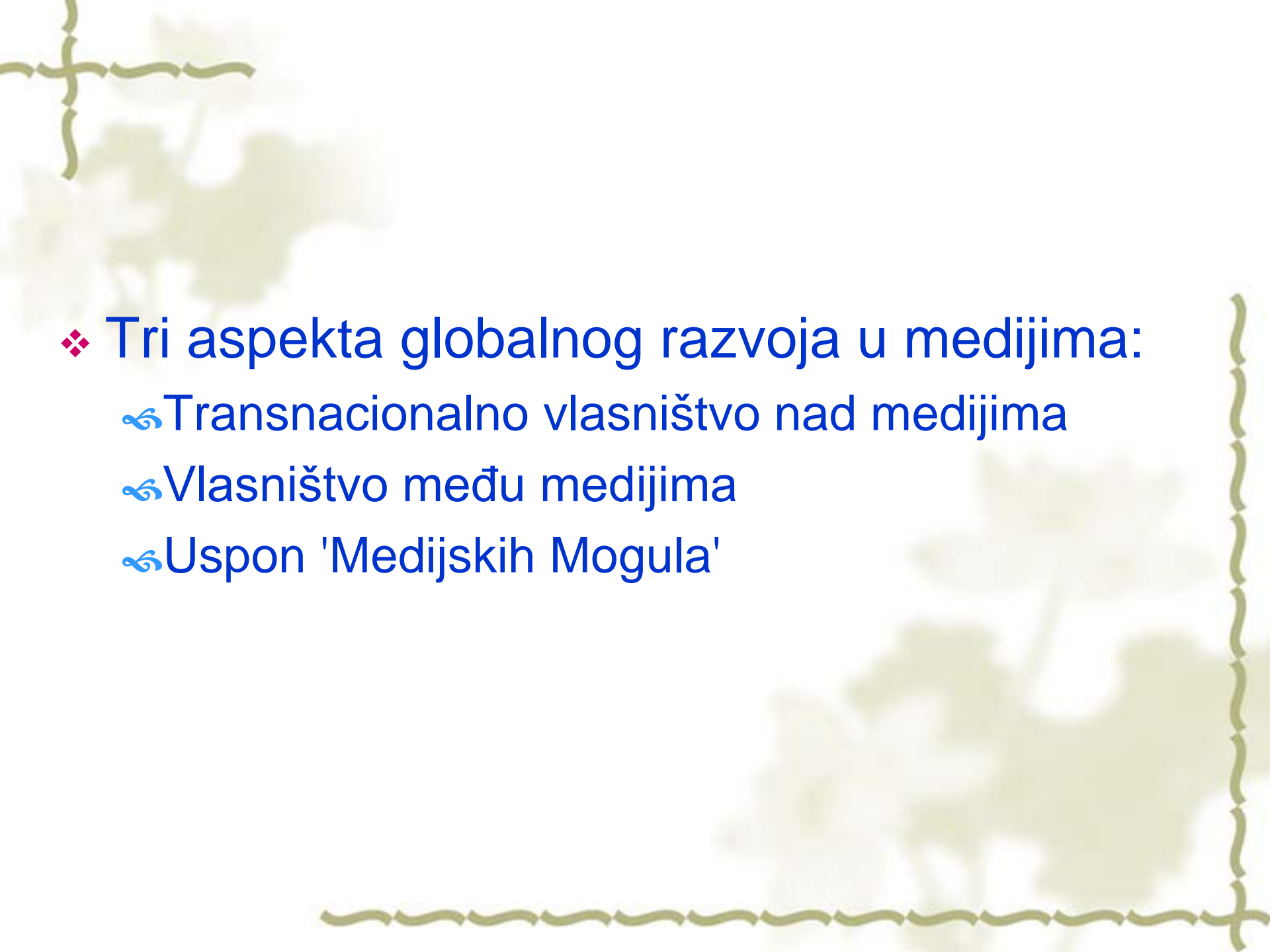


\$289 Billion Market Value

“Old Media”



\$296 Billion Market Value

- 
- ❖ Tri aspekta globalnog razvoja u medijima:
 - ↪ Transnacionalno vlasništvo nad medijima
 - ↪ Vlasništvo među medijima
 - ↪ Uspon 'Medijskih Mogula'

Uzroci globalizacije medija

Ekonomski interes

Razvoj informatičko-telekomunikacijske tehnologije

Novinske agencije

Transnacionalne medijske kompanije

Liberalizacija i deregulacija medija

Koncentracija medija



Posledice globalizacije medija

Komercijalizacija medija

Uticaj na kulturne i tradicionalne vredosti

Uticaj na sadržaj medija

Politizacija komercijalnih medija

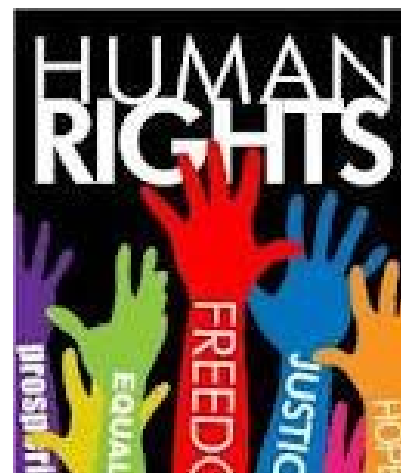
„Stvaranje digitalnog rasepa”

„Milioneri koje nije moguće kontrolisati”

- ❖ informacije takođe izazivaju Media Imperializam (zbunjuju ceo svet u pogledu stvarnih činjenica)
- ❖ **McLuhan (1964) i Meirovitz (1985) „Global Village“ koncept - postojeći IKT ima gusti prostor i vreme omogućava društvima širom sveta koja žive u svetu bez granica.**
- ❖ Neravnomerni razvoj IKT-a (digitalna podela) ukazuje na to da će prednosti nove tehnologije osetiti samo nekoliko inovativnih kompanija koje su usvojile na štetu veće grupe zaostalih radnika.

- ❖ Ova koncentracija , odnosno grupisanje globalnih medija u transnacionalne kompanije i struktura medijskog tržišta , po modelu oligopola , negira pluralitet medija i ukida njihovu demokratsku , što je osnovna ideja medija i time sprečava mogućnosti slobode govora i javnog mišljenja , iako pod plaštom „govora političke korektnosti“ deluju protiv sukoba između ljudi zagovarajući poštovanje različitosti

Trenutni problemi



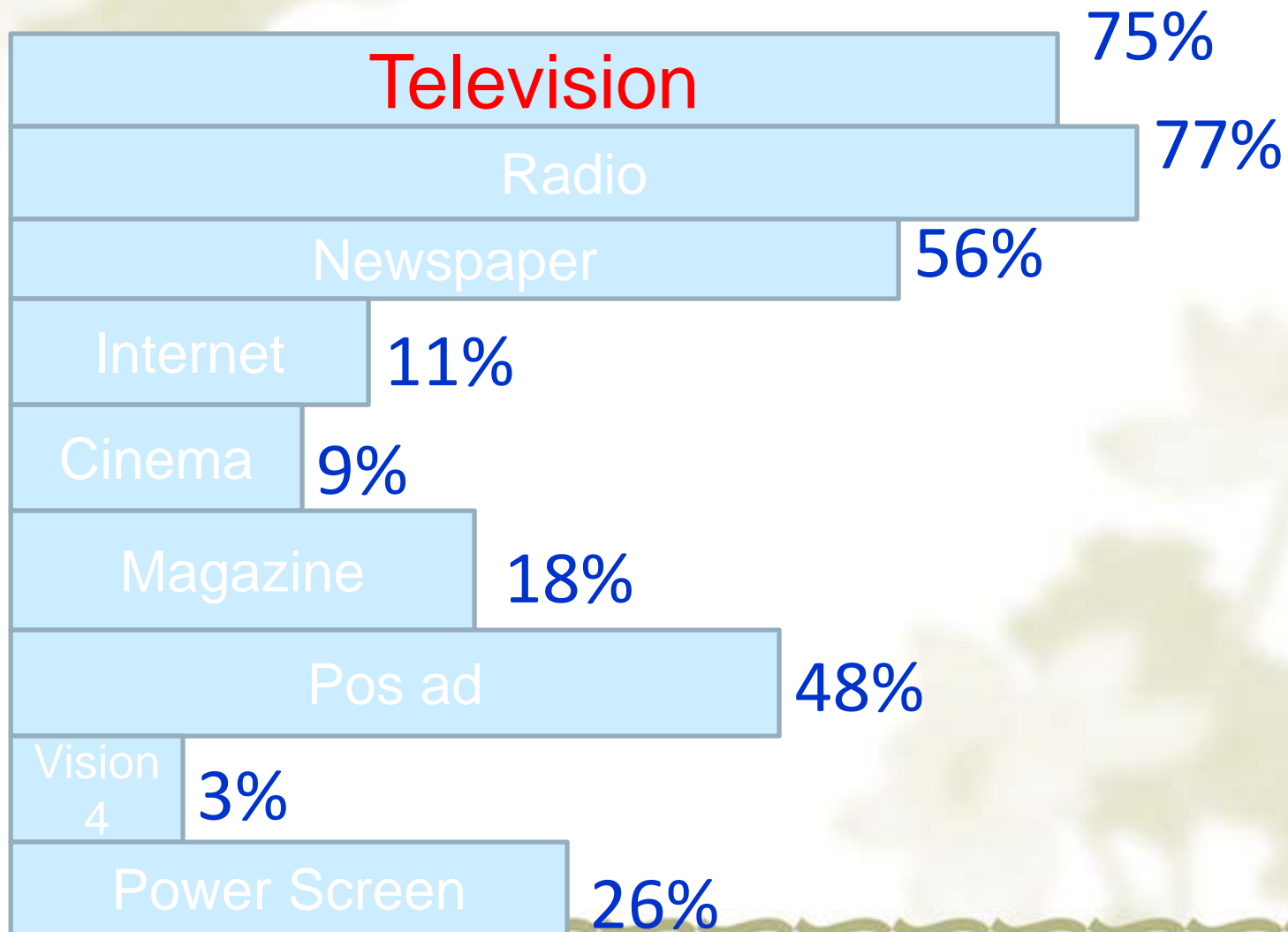
Clean up



the world



Media Coverage Among Adults (%) (2010 – 14,943)



↪ Četiri glavne međunarodne organizacije koje su uključene u regulisanje i upravljanje medijima na globalnom nivou su:

1. Međunarodna unija za telekomunikacije (ITU);
2. Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO);
3. Internet korporacija za dodeljena imena i brojeve (ICANN); &
4. Svetska trgovinska organizacija (VTO).

- ❖ Globalizacija je mnogo poput vatre. Sama vatra nije ni dobra ni loša
- ❖ IKT kao alternative jačaju nacionalni razvoj, nacionalno jedinstvo,.
- ❖ Dok neki ljudi smatraju da je globalizacija uglavnom sinonim za globalno poslovanje, ona je mnogo više od toga.
- ❖ Kao što Friedman kaže: "[Globalizacija] može biti neverovatno osnažujuća i neverovatno prisilna. To može demokratizovati priliku i demokratizovati paniku. To čini kitove većim i minoru jačim. Ostavlja vas brže i brže, a hvata vas brže i brže brže. Iako je to homogenizacija kultura, omogućava i ljudima da dele svoju jedinstvenu individualnost na šire i šire. "

❖ Globalni mediji će nastaviti da evoluiraju ,a trend je razvoj prenosivih(mobilnih) komunikacijskih uređaja , koji nam omogućavaju konstatnu uključenost na mrežu (online) i pojačavaju zavisnost od informacija , medijskih sadržaja i kulturnih proizvoda , te se može reći da moderan čovek nikad ne može biti oslobođen negativnih uticaja globalnih medija , koji utiču na njegovu svest i podsvest.

Pitanja

- ❖ Koje organizacije regulišu medije na globalnom nivou?
- ❖ Koja su tri aspekta globalnog razvoja u medijima?