

Globalni mediji

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 9

SADRŽAJ

Uvod.....	2
Novi globalni mediji.....	2
Internet.....	6
Digitalna revolucija.....	7
Kratka istorija.....	7
Tehničke baze.....	8
Socio-ekonomski uticaj.....	8
Zaključak.....	10
Literatura.....	11

UVOD

Čitajući članke i knjige o globalnim medijima, naišla sam na tvrdnju da ako želimo shvatiti same globalne medije, moramo najprije razumjeti "institucije globalnog kapitalizma".

Globalni kapital želi da međunarodna trgovina i prava ulaganja prevagnu nad željama lokalnog stanovništva/populacije. On također želi da minimalizuje troškove socijalnog osiguranja, obaveze poslovnog poreza, prijetnje od inflacije, sindikalnih organizacija i pritiska okoline, a IMF, Svjetska banka i Svjetska trgovinska organizacija teže da ostvare te ciljeve, koje dijele s nacionalnim vladama.

NOVI GLOBALNI MEDIJI

Devedesete godine su bile dekada u bar jednom važnom aspektu: područje medija je na kraju svoje potpune transformacije. Dok su prijašnji medijski sistemi bili državni, u posljednjih nekoliko godina pojavljuje se globalno komercijalno-medijsko tržište.

Zajedno, sloboda posjedovanja medija, privatizacija televizije na evropskim i azijskim tržištima i nove komunikacijske tehnologije su omogućile medijskim gigantima da uspostave moćnu distribucijsku i produkcijsku mrežu u i među nacijama. Ukratko, tržištem globalnih medija dominira osam transnacionalnih korporacija u npr. SAD-u, a to su: General Electric, AT&T/Liberty Media, Disney, Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom and Seagram, plus Bertelsmann, konglomerat sa sjedištem u Njemačkoj. U isto vrijeme, određeni broj novih preduzeća i različitih političkih i socijalnih faktora se također pokušava "ugurati" među ovih osam, tako da se nastavlja borba za dominacijom.

Nekoliko globalnih korporacija su horizontalno integrisane, drugim riječima, oni kontrolišu značajan dio određenih medijskih sektora. Npr. skoro svi glavni studiji u Holivudu su u posjedu jednog od ovih konglomerata, koji za uzvrat kontrolišu kablovske televizije i TV mreže koje emituju filmove. Glavne medijske kompanije su agresivno krenule u borbu da postanu "globalni igrači". Smisao svega je da se dobije primat na stranom tržištu, jer je američko tržište već jako razvijeno i dozvoljava samo naglu ekspanziju.

Prije 80-ih i 90-ih godina prošloga vijeka, državni mediji su bili tipični za domaće radio i televizijske stanice i za novinsku industriju. Izdavanje novina ostaje veliki državni fenomen, ali lice televizije se toliko promijenilo, da je skoro neprepoznatljivo. Neoliberalna politika slobodnog tržišta se otvorila i dozvolila velikim transnacionalnim kompanijama da privatizuju TV stanice, kao i kablovske i digitalne satelitske TV sisteme.

Dok veliki medijski konglomerati vrše pritisak kako bi ostvarili dominaciju na tržištima, nastavlja se stroga tradicionalna zaštita nad domaćom medijskom i kulturnom industrijom. Države poput Norveške, Danske i Španije pa sve do Meksika, južne Afrike i južne Koreje održavaju svoje male domaće filmske produkcije uz novčanu pomoć svojih vlada. U ljeto 1998. godine, dvadeset ministara kulture, uključujući Brazil, Meksiko, Švedsku, Italiju i Obalu Slonovače, se sastalo u Otavi da rasprave o tome kako da "izgrade neke osnovne temelje" da zaštite svoja kulturna bogatstva od "holivudskog filmskog giganta". Glavni zaključak je bio da zadrže kontrolu nad svojim kulturnim blagom. Slično okupljanje se desilo i u Štokholmu 1998. godine, sponzorirano od strane Ujedinjenih nacija. U svakom slučaju, očito se sve kreće u pravcu otvaranja tržišta. Zastupnici neoliberalizma u svakoj zemlji se svađaju oko toga da nosioci trgovine kulturom štete konzumentima i da popuštanja štete sposobnostima nacije u razvijanju njihovih vlastitih medijski kompetitivnih firmi. Često postoje jaki komercijalno-medijski lobiji unutar neke države koji su shvatili da više mogu dobiti ako otvore svoje granice nego da ih drže zatvorenim za strano tržište.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com