

SADRŽAJ

Uvod

U eri modernizacije, razvoja sofisticiranih tehnologija, a sa njima i masovnih medija kao vodećeg promotera i implementatora promjena u kontekstu komunikacijskih procesa, nameće se problematika očuvanja, odnosno prihvatanja novih kultura, kao aspekta globalizacije.

Plemenit cilj globalizacije koji podrazumijeva povezivanje svih ljudi na planeti bez nacionalistički, rasističkih i ekstremističkih aspiracija, uz upotrebu masovnih medija kao kanala, u svojoj naprednoj fazi dotiče kritičnu tačku gdje nacije, kulture i društva „osjećaju“ ugroženost vlastitog identiteta i tradicije pred masovnim trendom prihvatanja novih standarda. Novi trendovi, najčešće prozapadno orijentisani, zadiru u dubinu kulturnog i historijskog, a samim tim i nacionalnog identiteta manjih, ili manje razvijenih naroda. U ovom procesu, stavljajući na skalu gubitak u odnosu na dobit, teško da jedan narod može u potpunosti prihvatiti globalizaciju kao apsolutno pozitivnu ili negativnu.

Definicije

Globalizacija

Riječ globalizacija prvi put se pojavila u Websterovom rječniku „American English“ iz 1691. godine, a termini 'globalno' i 'globalizam' javili su se tek 1940- tih godina. Do 1980-tih riječ 'global' nije označavala 'cijeli svijet', već 'zemaljsku kuglu'. Globalizacija je, u ekonomskom smislu, proces kojim se smanjuju ili potpuno ukidaju prepreke u međunarodnoj ekonomskoj razmjeni, i povećava ekonomska integracija među zemljama. (Turek, 1999: 16).

Takođe, globalizaciju definišu i kao: “Skup razvoja koji čine svijet jednim mjestom, mijenjajući značenje i značaj udaljenosti i nacionalnog identiteta u svjetskim poslovima.” (Šolt, 2000: 44). U domenu komunikacija, odnosno masovnih medija, globalizacija se ogleda u medijskom širenju korporativne ideologije kroz prenošenje određene kulture, stila i pogleda na svijet, kao modela života.

Kulturni imperijalizam

„Kulturni imperijalizam predstavlja praksu promocije, isticanja, odvajanja, ili vještačkog umetanja kulture jednog društva u drugo i može imati oblik aktivnog, formalnog pravila ili generalnog stava“ (Wikipedia, par. 1). Obično se se dešava da nadmoćnija nacija primjenjuje ovu praksu nad slabijim namećući svoju dominaciju uz upotrebu svih raspoloživih sredstava komunikacije.

Masovni mediji

Masovni mediji kao sredstva komunikacije širokog opsega, koja dopiru do velikog broja recipijenata, uključuju: štampane medije (novine, magazini, časopisi, i dr.), televiziju, radio, film i internet. U kontekstu globalizacije, za masovne medije možemo reći da: „nisu samo transportno sredstvo masovne kulture, takođe i profitabilna industrija, nego i instrument kulturne i informativne hegemonije“ (Šijaković, 2008: par. 6). Širok je opseg djelovanja masovnih medija, kako na lokalnom i nacionalnom nivou, a sa razvojem novih tehnologija, ovo djelovanje je postalo jednostavnije i na globalnom nivou. Tako da se u praksi sve češće susreće termin globalni mediji „kao dio opšteg procesa ekspanzije i širenja globalnih korporativnih sistema“ (MekČesni i Herman, 2004: 23).

Masovni mediji i kulturna globalizacija

Prvi oblik masovnih medija, telegrafske novinske agencije koje su osnovane u 19. vijeku su se primarno bavile proizvodnjom i distribucijom vijesti. Nastanak filma i radija u prvoj polovini 20. vijeka doprinosi daljem razvoju masovnih medija. Filmska industrija postaje prva industrija koja komunicira na globalnom nivou, dok radio tek uvođenjem kratkotalasnih radio stanica, krajem 20. vijeka, postaje globalni medij. Dalji razvoj medija se odvija paralelno sa tehnološkim razvojem, ali i promjenama u ideologiji i ekonomiji razvijenih zemalja, a koje se reflektuju na stanje u medijima. Polazeći od toga da korporativne ideologije zastupaju širenje tržišta, koje se u domenu medija ogleda kroz reklamiranje. U ovom procesu, proizvodi se

predstavljaju gledaocima – potencijalnim potrošačima, pretvarajući publiku u pasivne absorbere svega što im moćne korporacije, putem masovnih medija plasiraju.

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

www.maturskiradovi.net

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