

# MÉDIAS ET GLOBALISATION MÉDIÁ A GLOBALIZÁCIA

Mária ROŠTEKOVÁ  
Gilles ROUET

**umb**  
UNIVERZITA  
MATEJA BELA  
V BANSKEJ BYSTRICI

2016

Mária ROŠTEKOVÁ  
Gilles ROUET

MÉDIAS ET GLOBALISATION  
MÉDIÁ A GLOBALIZÁCIA



ISBN 978-80-557-1207-9



Chaire Jean Monnet  
*in personam*  
Identités et Cultures en Europe

**ELIANUM**



MÉDIAS ET GLOBALISATION

MÉDIÁ A GLOBALIZÁCIA



AUTORI: PaedDr. Mária Rošteková, PhD.  
Prof. Gilles Rouet, DrSc.

NÁZOV: Médias et globalisation  
Médiá a globalizácia

VYDAVATEL: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja  
Bela v Banskej Bystrici

RECENZENTI: Doc. PhDr. Martin Klus, PhD., MBA  
Doc. PaedDr. Radovan Gura, PhD.

NÁVRH OBÁLKY: Quentin Bedar

Táto publikácia bola schválená ako monografia na zasadaní Edičnej  
komisie FPVaMV UMB dňa 17.2.2016.  
ISBN 978-80-557-1207-9

MÁRIA ROŠTEKOVÁ  
Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov UMB

GILLES ROUET  
Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov UMB  
Chaire Jean Monnet *ad personam*

# MÉDIAS ET GLOBALISATION MÉDIÁ A GLOBALIZÁCIA

Publikácia venovaná pamiatke  
**prof. Ing. Igora KOSÍRA, CSc.**



FPVaMV UMB  
Banská Bystrica  
2016

## TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b>	<b>6</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : MONDIALISATIONS DES MÉDIAS</b>	<b>10</b>
1) <i>De la mondialisation économique à la globalisation</i>	10
2) <i>Les médias de masse internationalisés puis mondialisés</i>	30
3) <i>Quelles mondialisations des médias ?</i>	46
4) <i>Une mondialisation globalisée ?</i>	66
<b>DEUXIÈME PARTIE : MÉDIAS ET INFORMATION EN SLOVAQUIE</b>	<b>74</b>
1) <i>Spécificités du marché médiatique slovaque</i>	74
2) <i>Le paysage médiatique en constante mutation</i>	78
3) <i>Pluralité, propriété et modèles économiques des médias slovaques</i>	124
4) <i>Les médias et la diversité culturelle</i>	168
<b>TROISIÈME PARTIE : (NOUVELLE) ÉCONOMIE DES (NOUVEAUX) MÉDIAS ?</b>	<b>224</b>
1) <i>La crise des modèles économiques des médias</i>	224
2) <i>La presse écrite : petite histoire de l'évolution d'un modèle économique dominant</i>	228
3) <i>L'économie des médias en ligne</i>	238
4) <i>Recettes publicitaires, systèmes payants et subventionnements</i>	254
5) <i>La grande convergence</i>	284
<b>CONCLUSION</b>	<b>296</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>303</b>
<b>INDEX TERMINOLOGIQUE</b>	<b>315</b>

## OBSAH

<b>ÚVOD</b>	<b>7</b>
<b>PRVÁ ČASŤ: MONDIALIZÁCIA MÉDIÍ</b>	<b>11</b>
1. <i>Od ekonomickej mondializácie ku globalizácii</i>	11
2. <i>Internacionalizácia a mondializácia masových médií</i>	31
3. <i>Formy mondializácie médií</i>	47
4. <i>Globalizovaná mondializácia</i>	67
<b>DRUHÁ ČASŤ: MÉDIÁ A INFORMÁCIE NA SLOVENSKU</b>	<b>75</b>
1. <i>Špecifiká slovenského mediálneho trhu</i>	75
2. <i>Média v premenách času a spoločnosti</i>	79
3. <i>Pluralita, vlastníctvo a ekonomické modely médií</i>	125
4. <i>Médiá a kultúrna diverzita</i>	169
<b>TRETIA ČASŤ: (NOVÁ) EKONOMIKA (NOVÝCH) MÉDIÍ</b>	<b>225</b>
1. <i>Kríza ekonomických modelov médií</i>	225
2. <i>Tlačené médiá: stručná história dominantného ekonomického modelu</i>	229
3. <i>Ekonomika internetových médií</i>	239
4. <i>Príjmy z reklamy, systémy spoplatnenia a zdroje verejnej podpory</i>	255
5. <i>Konvergencia</i>	285
<b>ZÁVER</b>	<b>297</b>
<b>POUŽITÁ LITERATÚRA</b>	<b>303</b>
<b>VECNÝ REGISTER</b>	<b>315</b>

## INTRODUCTION

Mettre en relation les médias avec la globalisation semble aller de soi. En effet, la diffusion digitale s'affranchit facilement des frontières politiques et culturelles traditionnelles. De plus, le modèle économique de ce secteur induit des coûts marginaux assez faibles et donc une possibilité d'atteindre des marchés plus larges, et de prévoir des marges de profit importantes.

Bien entendu, l'information n'est pas un bien gratuit, mais la digitalisation réduit les coûts de diffusion. La globalisation induit aussi une demande, certes partielle, mais bien réelle, d'information à l'échelle planétaire et les médias peuvent atteindre une portée mondiale avec des informations pertinentes dans beaucoup de pays simultanément, une fois réglés les aspects linguistiques.

Pour autant, la question de savoir si les médias et leur développement, en particulier, constituent une cause au moins partielle de la globalisation reste ouverte. On peut aussi soutenir que les mondialisations ont été le terreau du développement de cette nouvelle industrie mondialisée.

De plus, comme les médias peuvent véhiculer des produits culturels, leur influence sur les populations et leurs cultures est importante, mais l'avenir d'une hypothétique « culture monde » est-il vraiment radieux ? Il faut relativiser ces hypothèses, car si la technologie a véritablement changé les modalités de communication, en favorisant le transport et l'évolution vers un modèle économique basé sur un marketing efficace, dans le cadre notamment d'un assujettissement volontaire aux techniques prédictives, les usages restent en grande partie inscrits dans le local. Cette même technologie permet aussi à des populations de publier plus facilement dans leur langue des informations qui les concernent.

La technologie est bien un des éléments déterminants de la globalisation, et de l'émergence d'une culture mondialisée, mais, en même temps, permet de valoriser des cultures locales et contribue au maintien des diversités culturelles et linguistiques.

Beaucoup de médias médiatiques mondialisés proviennent du monde « occidental », en particulier des États-Unis, et véhiculent une tendance consumériste évidente : la consommation toujours croissante de biens et services, vertu économique, est en effet encouragée. Pour autant, est-il vraiment possible de mesurer les effets d'une incitation des cultures étrangères à développer de plus en plus ces idéaux consuméristes ? Et, en allant plus loin, est-il si évident que l'origine des médias mondialisés induit une demande pour des produits originaires des pays qui les organisent ?

## ÚVOD

Dávať do súvislosti médiá s globalizáciou je úplne prirodzené, pretože digitálna komunikácia prekonáva politické a kultúrne hranice v ich tradičnom ponímaní. Ekonomický model tohto sektoru je založený na pomerne nízkych hraničných nákladoch a relatívne vysokých ziskových maržiach, čo mediálnym spoločnostiam umožňuje ľahšie sa presadiť na trhu.

Informácie nie sú bezplatným tovarom, ale digitalizácia zásadným spôsobom znížila náklady na ich distribúciu. Globalizácia priniesla aj nový typ dopytu, konkrétne po informáciách svetového rozmeru, aj keď zatiaľ iba v obmedzenom rozsahu. Mediá totiž dokážu šíriť informácie do viacerých krajín súčasne, samozrejme, ak odhliadneme od jazykových bariér.

Otázkou zostáva, či médiá a ich rozvoj budeme považovať za jednu z príčin globalizácie, aj keď iba čiastočne, alebo naopak, práve mondializácia nesie priamu zodpovednosť za vznik nového priemyselného odvetvia.

Mediá sú významným nositeľom kultúrnych tovarov s veľkým dosahom na ľudí a ich kultúry. Zatiaľ ale nevieme odhadnúť, čo môžeme očakávať od budúcej „svetokultúry“. Hoci technológie zmenili spôsoby komunikácie, napr. tým, že prispeli k vzniku ekonomického modelu s efektívnym marketingom, ktorý sa prispôbuje prediktívnym technikám, spôsoby používania médií nemôžeme vyňať z lokálneho kontextu. Tie isté technológie totiž ľuďom umožňujú publikovať v ich vlastnom jazyku. Ide pritom o informácie, ktoré sa ich bezprostredne týkajú.

Nové technológie sú bezpochyby jedným z významných faktorov globalizácie a stoja za vznikom mondializovanej kultúry. Na druhej strane tieto technológie dávajú priestor kultúrnym prejavom na lokálnej úrovni, čím vlastne prispievajú k udržaniu kultúrnej a jazykovej diverzity.

Globalizované mediálne spoločnosti, ktoré pochádzajú zo „západnej kultúry“, predovšetkým z USA, podporujú šírenie konzumných hodnôt. Ide predovšetkým o rastúcu spotrebu produktov a služieb, kde sú ekonomické dôsledky evidentne prítomné. Je však možné merať dopady šírenia konzumných ideálov na cudzie kultúry? Zaujímavé by bolo aj zistenie, či médiá v kontexte mondializácie majú priamy vplyv na zvyšovanie dopytu po výrobkoch pochádzajúcich z krajín, ktoré tieto médiá riadia. Odpovedať na tieto otázky nie je jednoduché. Mondializované médiá totiž nezabezpečujú iba šírenie rovnakého obsahu do ďalších krajín, ani automaticky nevedú k zvýšeniu dopytu po západných výrobkoch, ktoré sú mondializované minimálne v spôsobe ich výroby. Prenos myšlienok a hodnôt nemôžeme považovať za jednosmerný.



Ce n'est pas si simple : la mondialisation des médias ne fournit pas uniquement des contenus uniformes dans des pays étrangers ni ne crée de manière mécanique de demande pour les produits occidentaux. D'ailleurs, ces mêmes produits sont eux-mêmes mondialisés dans leur fabrication. La transmission des idées et des valeurs n'est donc pas si unidirectionnelle qu'elle apparaît.

Ainsi, du fait des différences culturelles en particulier, la mondialisation des médias ne suit pas un modèle identique à celui d'autres mondialisations, financières ou d'autres produits. La mondialisation des médias est bien plus manifeste au niveau structurel, des modes d'organisations, qu'au niveau même des contenus, voire des usages. Une entreprise de médias peut décliner de nombreuses marques différentes dans une structure mondialisée d'un point de vue économique. Une concentration d'un nouveau type, avec des acteurs nouveaux qui diffusent et organisent.

Le livre propose un tableau général de cette globalisation, en mettant en perspective le phénomène avec des éléments historiques, économiques et sociologiques. Il s'agit aussi de faire le point sur l'état des médias en Slovaquie.

Les auteurs dédient la présente publication à la mémoire du professeur Igor Kosír.

Vzhľadom na existujúce kultúrne špecifiká sa mondializácia médií v mnohých aspektoch odlišuje od mondializácie v ostatných oblastiach, predovšetkým finančnej, alebo v ďalších priemyselných odvetviach. Je omnoho viac viditeľná na úrovni štruktúry, v spôsoboch organizácie, v obsahoch alebo spôsoboch používania. V mediálnych podnikoch môže byť niekoľko značiek spojených v rámci jednej štruktúry, ktorá je mondializovaná v ekonomickom ponímaní. Ide o koncentráciu nového typu, s novými aktérmi, ktorí sú zároveň šíriteľmi a organizátormi.

Cieľom tejto monografie je prehľadným spôsobom priblížiť problematiku vyššie uvedených foriem globalizácie, a to v historickom, ekonomickom a sociologickom kontexte a analyzovať aktuálny stav slovenských médií v ére globalizácie.

Autori túto publikáciu venujú pamiatke prof. Ing. Igora Kosíra, CSc.

## PREMIÈRE PARTIE MONDIALISATIONS DES MÉDIAS

*La mondialisation, les mondialisations, sont à la fois bien présentes et contestées dans leurs perspectives. Globalisation économique ou mondialisation des usages sociaux de nouveaux outils, les libres circulations des capitaux, puis des biens et, moins abouties, des personnes, s'intègrent désormais dans un flux de communications numériques qui concerne une grande partie de l'humanité. Depuis le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, puis au cours du XX<sup>e</sup> siècle, la planète devient un « village global » et les médias, localement, nationalement ou internationalement accompagnent cette évolution en même temps qu'ils y participent, avec des logiques industrielles et politiques spécifiques. Certains médias de masse ont évolué vers une mondialisation des structures, de l'organisation, des technologiques et, parfois, des contenus, mais avec le XXI<sup>e</sup> siècle naissant, des usages sociaux et politiques nouveaux s'installent et utilisent un nouveau média global, l'Internet, au point où c'est le marché lui-même, globalisé au sens du monde comme au sens d'une intégration gigantesque, qui est devenu média.*

### **1) De la mondialisation économique à la globalisation**

Le terme « mondialisation » s'est largement diffusé, à partir des années 1980, dans le cadre de nombreux travaux économiques et géopolitiques, puis par les journalistes. Il s'agissait alors de résumer une tendance constatée d'accroissement des échanges commerciaux de capitaux, de biens, de services, de technologie, de main-d'œuvre<sup>1</sup>. Un phénomène évidemment déjà envisagé à l'échelle des Communautés européennes<sup>2</sup> depuis le Traité de Rome de 1957 qui prévoyait cette triple libre circulation des capitaux, des biens et des personnes.

---

<sup>1</sup> Cf. pour une présentation de base, Laurent Carroué, *Géographie de la mondialisation*, Armand Colin, Paris, 2<sup>e</sup> édition, 2006 ; Isabelle Lefort & Vincent Moriniaux (dir.), *La mondialisation*, Éditions du Temps, Paris, 2006 ; Christian Grataloup, *Géohistoire de la mondialisation, Le temps long du monde*, Armand Colin, Paris, 2007 ; Jean-Pierre Paulet, *La Mondialisation*, collection Synthèse, Armand Colin, Paris, 3<sup>e</sup> édition, 2005 ; Claude Manzagol, *La Mondialisation. Données, mécanismes et enjeux*, collection Campus, Armand Colin, Paris, 2003.

<sup>2</sup> La Communauté européenne, organisation supranationale, réunissait des États européens dans le cadre d'un important transfert de compétences. Depuis l'entrée en vigueur du Traité de Lisbonne, le 1<sup>er</sup> décembre 2009, la Communauté européenne a été dissoute en tant qu'entité juridique et sa personnalité juridique a été transférée à l'Union européenne qui n'en disposait pas jusque-là. Cette dénomination « Communauté européenne » avait remplacé celle de « Communauté économique européenne » depuis le 1<sup>er</sup> novembre 1993, après le Traité de Maastricht de 1992 (Acte unique européen).

# PRVÁ ČASŤ MONDIALIZÁCIA MÉDIÍ

*Mondializácia, alebo mondializácie, predstavujú fenomény, dôsledky ktorých sú dnes všadeprítomné, hoci ich niektorí odborníci spochybňujú. Ekonomická globalizácia a mondializácia spôsobov používania nových zariadení, slobodný pohyb kapitálu, tovaru a menej úspešne aj osôb, vyústili do digitálnych komunikácií, ktoré sa týkajú veľkej časti ľudstva. V druhej polovici 19. stor. a v priebehu 20. stor. sa naša planéta stala „globálnou dedinou“. Médiá, či už na lokálnej, národnej alebo medzinárodnej úrovni, sa na tomto vývoji podieľajú so svojou priemyselnou podstatou a špecifickými politikami. Niektoré masmédiá prešli významným vývojom, hlavne pokiaľ ide o mondializáciu štruktúr a organizáciu ich fungovania, ale aj technológií a niekedy i obsahov. Začínajúce sa 21. storočie však prináša nové sociálne a politické správanie spojené s používaním nového typu globálneho média, internetu. Tento dokázal zmeniť trh, ktorý je globalizovaný v zmysle svetového rozšírenia ako i obrovskej integrácie, na médium.*

## 1. Od ekonomickej mondializácie ku globalizácii

Výraz „mondializácia“ sa rozšíril v 80. rokoch minulého storočia, a to hlavne prostredníctvom diel odbornej literatúry v oblasti ekonómie a geopolitiky a neskôr i prostredníctvom médií a novinárov. Používal sa v súvislosti s nárastom obchodnej výmeny kapitálu, tovaru, služieb, technológií a pracovnej sily.<sup>3</sup> Už pri podpise Rímskych zmlúv v roku 1957, ktoré viedli k vzniku Európskych spoločenstiev,<sup>4</sup> bolo hlavným cieľom vytvorenie spoločného vnútorného trhu, ktorého prvkami sú práve slobodný pohyb kapitálu, tovaru a osôb.

---

<sup>3</sup> Laurent Carroué, *Géographie de la mondialisation*, Armand Colin, Paris, 2. vydanie, 2006; Isabelle Lefort - Vincent Moriniaux (dir.), *La mondialisation*, Éditions du Temps, Paris, 2006; Christian Grataloup, *Géohistoire de la mondialisation, Le temps long du monde*, Armand Colin, Paris, 2007; Jean-Pierre Paulet, *La Mondialisation*, collection Synthèse, Armand Colin, Paris, 3<sup>e</sup> édition, 2005; Claude Manzagol, *La Mondialisation. Données, mécanismes et enjeux*, collection Campus, Armand Colin, Paris, 2003.

<sup>4</sup> Európske spoločenstvo je nadnárodná organizácia, ktorá združovala európske štáty na princípe transferu kompetencií. Od vstúpenia do platnosti Lisabonskej zmluvy 1. decembra 2009 bolo Európske spoločenstvo zrušené ako právnická osoba a prenesené na Európsku úniu. Európske spoločenstvo nahradilo starší výraz „Európske hospodárske spoločenstvo“ od 1. novembra 1993 po podpísaní Maastrichtskej zmluvy v roku 1992 (Jednotný trh EÚ).

Dans les années 1990, les médias popularisent, dans les pays de langue française, les deux termes de mondialisation et de globalisation, en même temps que l'expression à succès « village global » s'articule avec ces deux autres : « société de l'information » et « économie de la connaissance », trois constructions qui connaissent une telle inflation d'usage dans les années 2000 que la précision de leurs sens apparaît comme superflue, l'implicite prend le dessus et ces expressions délimitent progressivement des concepts « mous » et consensuels, en quelque sorte.

Pour Alain Bertho, « *qu'est-ce que la mondialisation ? Les sciences humaines tentent d'en nourrir des définitions toujours marquées par l'espace disciplinaire de leur énonciation. La mondialisation des économistes ne sera pas celle des politistes ni celle des sociologues de la culture. D'autres en contestent la pertinence et la réalité, soulignant la continuité de certains phénomènes ou la marginalité relative des ruptures observées et mises en évidence*<sup>5</sup>. »

Les auteurs anglo-saxons, très généralement, utilisent uniquement le terme « globalization », mais il en va autrement des auteurs français, en particulier, qui souvent distinguent « globalisation » de « mondialisation ». Cette question peut paraître triviale, car « mondialisation » n'est rien d'autre qu'une traduction en langue française de l'anglais « globalization ». Les Français utilisent pourtant ces deux termes, soit en leur affectant des significations distinctes, contribuant alors avec cette sémantique doublée à approfondir les cadres conceptuels des analyses. Il est en effet possible de donner un contenu différent à chacun de ces deux termes.

Commençons par « mondialisation » : il s'agit d'une unification de l'espace et du temps, constat géopolitique depuis les années 1990 avec ces libres circulations décrites plus haut. La mondialisation serait alors une conséquence, notamment, de cette « accélération de l'histoire » après la chute de l'URSS et la fin supposée de la division du monde en blocs bien séparés. La mondialisation est à la fois économique, politique, culturelle et géographique.

---

<sup>5</sup> Alain Bertho, « La mobilisation altermondialiste, analyseur du contemporain », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 29, n°3, 2005, p. 19, disponible sur : <<http://id.erudit.org/iderudit/012605ar>> (19/02/2011).

Vo francúzsky hovoriacich krajinách sa obidva výrazy, t.j. mondializácia a globalizácia, rozšírili trochu neskôr, presnejšie v 90. rokoch minulého storočia. Stalo sa tak v čase, kedy sa zaužíval výraz „globálna dedina“ spolu s ďalšími dvomi výrazmi, ako sú „informačná spoločnosť“ a „poznatková ekonomika“. Príliš časté používanie týchto výrazov na začiatku tretieho milénia spôsobilo ich sprofanovanie do tej miery, že ich význam stratil hodnotu. Postupne začali označovať pojmy, ktoré boli „neurčité“ a konsenzuálne.

Alain Bertho si kladie otázku *„čo vlastne znamená mondializácia. Humanitné vedy ponúkajú množstvo definícií, ktoré sú poznačené vedným odborom, z ktorého vychádzajú. Mondializácia pre ekonómov nebude znamenať úplne to isté čo pre politológov alebo sociológov kultúry. Niektorí ju spochybňujú, buď poukazujú na kontinuálnosť niektorých fenoménov alebo relativizujú, príp. marginalizujú pozorované javy.“*<sup>6</sup>

Anglosaskí autori vo všeobecnosti používajú iba výraz „globalization“. Naopak, francúzski odborníci vo svojich prácach bežne uvádzajú obidva tvary, pričom jasne rozlišujú „globalizáciu“ od „mondializácie“. Táto otázka sa môže javiť ako triviálna, nakoľko francúzske slovo „mondialisation“ je vlastne prekladom anglického slova „globalization“. Niektorí francúzski odborníci ich uvádzajú iba ako synonymá slúžiace na obohatenie slovnej zásoby, iní zase na opísanie fenoménov, ktoré pomenúvajú odlišnú realitu. My budeme rovnako používať obidva výrazy na pomenovanie odlišnej skutočnosti.

Začneme výrazom „mondializácia“, ktorý budeme definovať v časovo-priestorových súvislostiach, ako geopolitický fenomén prítomný od 90. rokov minulého storočia v súvislosti s vyššie uvedeným slobodným pohybom kapitálu, tovaru, služieb, technológií a pracovnej sily. V tomto prípade je mondializácia vnímaná ako dôsledok „akcelerácie vývoja“ po rozpade ZSSR a po skončení rozdelenia sveta na dva súperiace bloky. Mondializácia môže byť ekonomická, politická, kultúrna a geografická zároveň.

---

<sup>6</sup> Alain Bertho, La mobilisation altermondialiste, analyseur du contemporain, *Anthropologie et Sociétés*, vol. 29, č. 3, 2005, s. 19, dostupné na: <http://id.erudit.org/iderudit/012605ar>, (19.02.2011).

La mondialisation culturelle n'aboutirait pas à une uniformisation, mais au contraire à un enrichissement mutuel rendu possible par l'accès d'une très large partie de la population mondiale à des éléments de culture d'autres populations parfois très éloignées, voire inconnues. De plus, cette « mondialisation culturelle » permettrait une prise de conscience de la nécessaire défense des diversités culturelles au niveau mondial<sup>7</sup>.

Autre aspect important de la mondialisation : la géographie. Le monde ne s'uniformise pas, il se structure différemment. Les territoires ne disparaissent pas, mais s'intègrent dans une logique d'intégration et de fragmentation qui aboutit à la mise en place de hiérarchisations et de polarisations nouvelles.

La mondialisation, au niveau économique, est donc un processus historique qui n'est évidemment pas récent. Fernand Braudel, après avoir dressé une histoire des hommes par rapport à leur milieu et entre les groupes sociaux des pays de la Méditerranée du XVI<sup>e</sup> siècle, soutient ensuite, à la fin des années 1950, que le capitalisme n'est pas une idéologie, mais un système résultant d'un jeu de stratégies de pouvoirs<sup>8</sup>. L'historien distingue alors le capitalisme de l'économie de marché et invite à reconstruire l'histoire du monde du XV<sup>e</sup> au XVIII<sup>e</sup> siècle : un monde (Asie, Amérique, Afrique) transformé par l'expansion de l'Europe, dans lequel la production paysanne, globalement structurée dans un système de troc et d'autosuffisance, reste à l'écart du marché. La Méditerranée est également au centre des travaux de Bartolomé et Lucile Bennassar qui décrivent l'interaction entre le religieux (le culturel) et l'économique dans le cadre des échanges commerciaux d'un bord à l'autre de la Méditerranée<sup>9</sup>.

L'économique est évidemment indissociable du culturel et du politique. Il s'agit avant tout d'échanges. Les évolutions du social et la transformation des usages, avec l'Internet notamment, permettent de mettre en évidence cette confusion, la « crise » de la presse écrite est bien plus une crise d'un modèle économique qu'une crise des médias, ou de l'information (au sens journalistique du terme).

---

<sup>7</sup> Cf. <[http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=31038&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)> (20/02/2011).

<sup>8</sup> Fernand Braudel, *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II*, Armand Colin, Paris, 1949, 2<sup>e</sup> édition révisée, 1966, et *Civilisation matérielle, économie et capitalisme (XV<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle)*, 1. Les Structures du quotidien, 2. Les Jeux de l'échange, 3. Le Temps du monde, Armand Colin, Paris, 1967 à 1979, réédition 1993.

<sup>9</sup> Bartolomé & Lucile Bennassar, *Les chrétiens d'Allah : l'histoire extraordinaire des renégats XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles*, Perrin, Paris, 2006.

Pod kultúrnou mondializáciou nemáme na mysli uniformizáciu ale naopak, vzájomné obohacovanie sa. Toto je možné vďaka prístupu veľkej časti ľudstva ku kultúrnym prvkom iných skupín obyvateľstva, ktoré sú od seba často veľmi vzdialené, alebo ktoré sa navzájom nepoznajú. Okrem toho môžeme „kultúrnu mondializáciu“ chápať aj v súvislosti s uvedomovaním si potreby ochraňovať kultúrnu diverzitu na svetovej úrovni.<sup>10</sup>

Iným spôsobom budú na mondializáciu pozerat' geografi. Svet sa podľa nich nezjednocuje, iba sa mení jeho štruktúra. Územia nezanikajú, ale spájajú sa na princípe integrácie, alebo naopak, dochádza k ich fragmentácii. V oboch prípadoch sa však vytvárajú nové hierarchické vzťahy alebo polarizácie.

V ekonomickej rovine je mondializácia výsledkom dlhšieho procesu, teda nie je úplne novým javom. Koncom 50. rokov to dokázal už Fernand Braudel, autor knihy histórie ľudstva. Jeho práca je spracovaná na princípe závislosti od prostredia, v ktorom ľudia žijú, so zameraním na vzťahy medzi sociálnymi skupinami v krajinách Stredomoria 16. storočia. Kapitalizmus podľa neho nie je ideológiou, ale systémom, ktorý je výsledkom strategických hier o moc.<sup>11</sup> Tento historik teda jasne odlíšil kapitalizmus od trhovej ekonomiky a ponúkol analýzu svetových dejín v období od 15. do 18. storočia. Svet (Ázia, Amerika, Afrika) je podľa neho transformovaný európskou expanziou, v ktorom poľnohospodárska produkcia, ktorá vo všeobecnosti funguje na princípe hospodárskej výmeny a sebestačnosti, zostáva mimo trhu. Stredomorie priťahuje pozornosť ďalších vedcov, ako sú Bartolomé a Lucile Bennassar, ktorí opisujú vzájomné pôsobenie religióznej (kultúrnej) a ekonomickej sféry prostredníctvom obchodnej výmeny medzi obidvomi brehmi Stredozemného mora.<sup>12</sup>

Ekonomická oblasť je teda neoddeliteľná od kultúrnej a politickej oblasti a vždy ide predovšetkým o výmenu. Vývoj nastal aj v sociálnej sfére, kde môžeme konštatovať transformáciu sociálneho správania, predovšetkým vďaka internetu. „Kríza“ dennej tlače je však viac krízou ekonomickeho modelu, ako iba krízou médií, alebo krízou informácií (v žurnalistickom chápaní tohto slova).

---

<sup>10</sup>[http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=31038&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html), (20.02.2011).

<sup>11</sup> Fernand Braudel, *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II*, Armand Colin, Paris, 1949, 2. vydanie, 1966 a *Civilisation matérielle, économie et capitalisme (XV<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle)*, 1. Les Structures du quotidien, 2. Les Jeux de l'échange, 3. Le Temps du monde, Armand Colin, Paris, 1967 à 1979, reedícia 1993.

<sup>12</sup> Bartolomé Bennassar - Lucile Bennassar, *Les chrétiens d'Allah: l'histoire extraordinaire des renégats XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles*, Perrin, Paris, 2006.