



---

# STRATEGIJA NOVOGA SVJETSKOG PORETKA U GLOBALNIM KOMUNIKACIJAMA

Vitimir GRBAVAC  
Agronomski fakultet, Zagreb  
Krunoslav ANTOLIŠ  
Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb

UDK: 007  
Stručni rad

Primljeno: 29. 10. 1999.

Ovaj rad bavi se ključnim pitanjima globalizacije u komunikacijama koja se krupnim koracima odvija u gotovo svim krajevima svijeta. Početno se uobličuju četiri glavna trenda sveprisutna u svjetskim komunikacijama, a zatim se svaki od njih posebice definira i raščlanjuje, s težnjom prinosa razjašnjenju osnovnih problema i aktualnih rješenja u svezi s tim područjem. Digitalizacija će se, primjerice, nesumnjivo potvrditi kao jedan od sveprisutnih generičkih trendova koji je u velikoj mjeri uvjetovao i nastanak ostalih. U radu se također razmatraju i neki od specifičnih info-fenomena suvremenoga društva, poput Interneta ili tržišta vijesti koji imaju golem utjecaj na modernu kulturu te se s pravom smatraju bitnim čimbenicima zahuktale informacijske revolucije. Neslućeni razvoj globalnih komunikacija iznio je na vidjelo potrebu za ustanovljavanjem određenih pravila i standarda, što je također tema jedne od raščlamba ovoga rada koja se bavi problematikom međunarodne povelje i njezinih postavka, posebice s aspekta eurointegracija. Svi ti elementi na poseban način daju prinos ostvarivanju globalnoga multikulturalnoga informacijskog društva koje nastaje kao krajnja rezultanta svekolikih događanja u ovom znanstvenom području, što je predmetom razmatranja u završnom dijelu rada.

✉ Vitimir Grbavac, Agronomski fakultet, Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb, Hrvatska.

## UVOD

---

995

Dok se svjetski društveni procesi gibaju od industrijskoga ka informacijskomu društvu, pokretani snagama konvergencije digitalne tehnologije i globalizacije, većina zemalja sve teže uspijeva održati korak s nastupajućim promjenama i sve teže

uspijeva definirati pravilnu politiku kao odgovor na ovaj civilizacijski izazov.

Tako u cijelom svijetu informacijske i komunikacijske tehnologije stvaraju novu informacijsku revoluciju, jednako važnu i dalekosežnu kao i dvije prethodne. Ta je revolucija temeljena na informacijama, a sama je izraz ljudskoga znanja. Takav tehnološki napredak omogućava nam da razvijamo, spremamo, vraćamo i komuniciramo informacijama u bilo kakvom obliku, pismenom, usmenom ili vizualnom, nesputani daljinom, vremenom i obujmom. Nastupajuća revolucija pridonosi povećanju kapaciteta ljudske inteligencije i utvrđuje nove izvore koji mijenjaju način zajedničkoga života i rada (Austen, 1998.). Stoga će one zemlje koje prve uđu u informacijsko društvo poželjeti najveće koristi. One će odrediti program rada za sve koji ih moraju slijediti. S druge strane, zemlje koje oklijevaju mogu se za manje od desetljeća suočiti s užasnim nedostatkom poslova. Naime, informacijska revolucija ubrzava iskonske promjene i načine na koje mi promatramo naše društvo i njegovu organizaciju i strukturu. To nas stavlja pred veliki izazov u kojem ćemo ili ugrabiti prilike koje su pred nama i svladati rizike, ili ćemo im podleći, zajedno sa svim nesigurnostima koje to može uzrokovati. Zapravo, nadolazeće informacijsko društvo javlja se zajedno s promjenama u zakonskom području novih profesija i vještina. Stoga će neprekidni dijalog između socijalnih partnera biti iznimno važan ako želimo kontrolirati neizbježne promjene radnih mjesta, potaknuti promjenama okoline koje bi se trebale odraziti u novim odnosima na radnim mjestima.

Novi su komunikacijski sustavi, povezani s naprednim informacijskim tehnologijama, ključevi informacijskoga društva. Ograničenja vremena i daljine nestaju u mrežama (npr. telefoni, sateliti, kabela TV) koje prenose informacije, osnovnim uslugama (npr. elektronska pošta, interaktivni video) koje omogućuju ljudima uporabu mreža i aplikacijama (npr. učenje na daljinu, rad na daljinu) koje nude rješenja prikladna korisnicima. Tradicionalna mreža također mijenja svoj karakter. Prije je bila izgrađena kao univerzalni nosač zvuka, dok se sada mora suočiti s komunikacijskim potrebama moderne ekonomije koja ide dalje od običnih telefonskih poziva. Važna je novost bila i Integrirana Uslužna digitalna mreža, ISDN (engl. *Integrated Service Digital Network*). Ona nudi mogućnost slanja glasa i podataka te čak i pomičnih slika telefonskim linijama. ISDN pokazuje put, a sljedeći tehnološki val teži prema multimedijalnom svijetu. Zapravo, to su uklopljene širokopolasne komunikacije koje omogućavaju slaganje svih medija na fleksibilan način. Vodeća tehnologija za upotpunjavanje zove se asinkroni prijenosni oblik, ATM (engl. *Asynchronous Transfer Mode*).

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 9 (2000),  
BR. 6 (50),  
STR. 995-1017

GRBAVAC, V., ANTOLIŠ, K.:  
STRATEGIJA NOVOGA...

Mobilna komunikacija raste golemom brzinom. Stoga se danas može reći kako Europa zauzima važno mjesto u mobilnoj komunikaciji, a njezine standarde digitalnih komunikacija usvaja cijeli svijet. GSM je, posebice, izvrstan primjer kako privatna ili javna europska inicijativa može biti uspješno pretvorena u tržištem vođenu operaciju koja otvara radna mjesta. Danas se sateliti većinom upotrebljavaju za televizijsko emitiranje, promatranje Zemlje i telekomunikacije. Glavna prednost satelita je u njihovu širokom zemljopisnom pokrivanju bez potrebe za skupim mrežama na zemlji, a imaju mnoge prednosti kod pokrivanja ruralnih i udaljenih područja razvijenim komunikacijama. Stoga potpuno iskorištavanje satelita može biti postignuto samo novom fazom u satelitskoj politici, a cilj bi trebao biti razvijanje transeuropskih mreža (Anderson i sur., 1995.).

Danas smo također svjedoci novih komunikacijskih usluga u području e-maila, razmjene podataka i interaktivnih multimedija. Potrebna tehnologija za takve oblike komunikacije je dostupna (ISDN) uklanjajući sadašnja ograničenja telefonskih mreža.

Stoga današnji Internet, kao mreža svih mreža koju nitko ne posjeduje, nudi elektronsku poštu, diskusije, razmjenu podataka. Internet je toliko velik i raste takvom brzinom da ga se ne može zanemariti. Bilo kako bilo, on ima mana, poput zamjetljivih problema s osiguranjem. No, bez obzira na to, i mi u Europi trebamo pažljivo razmotriti praćenje evolucije Interneta, igrajući pri tome aktivniju ulogu u razvoju ere međusobnoga povezivanja.

Europska sklonost sudjelovanju, prilagodbi i izvozu nove tehnologije i mogućnosti koje one stvaraju činit će nužnim partnerstvo između pojedinca, poslodavca, unija i vlada posvećenih nadgledanju promjena. Stoga, ako prihvatimo promjene koje su pred nama s odlučnošću, uz razumijevanje društvenih posljedica, svi ćemo dugoročno biti na dobitku.

## **TRENDOVI U SVJETSKOJ KOMUNIKACIJI**

U proteklim desetljećima svjetska komunikacija razvila se u brzo rastući sektor s velikim brojem sudionika. Današnja komunikacija između država sastoji se od tijeka riječi, slika, teksta i podataka između pojedinaca, vlada, društvenih pokreta i poslovnih organizacija. Tijekove svjetskih vijesti po čitavom globusu iznose najtiskanije novinske agencije (Associated Press, Reuters i Agence France Press) i vodeće agencije za vizualno izvješćivanje (Reuters Television i World Television Network te nešto manje CNN i BBC). Tijekove zabavnih i izobrazbenih materijala, koji uključuju glazbu, film, knjige i TV-zabavu, pronose najveće svjetske tvrtke. Reklamne materijale, koji se sas-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 9 (2000),  
BR. 6 (50),  
STR. 995-1017

GRBAVAC, V., ANTOLIŠ, K.:  
STRATEGIJA NOVOGA...

toje uglavnom od komercijalnoga oglašavanja u međunarodnim novinama, časopisima i elektronskim medijima, proizvođače najveće svjetske promidžbene agencije. Podatke u razmjenu elektronskih podataka, transferima elektronskih dobara, satelitskoj komunikaciji i elektronskoj pošti iznose svjetske računalne mreže kao što su Internet ili mreže između tvrtka, kao što je najveća mreža između svjetskih banaka, SWIFT. Glasovne poruke, bilo individualne bilo komercijalne, omogućavaju najveće svjetske telekomunikacijske ustanove. Tekstualne poruke prenose se medijima kao što su telefaks, teleks i pošta.

"Proizvođači poruka", mrežni operateri i proizvođači opreme koji omogućuju ove tijekom informacija zajednički tvore multimilijunsko dolarsko svjetsko komunikacijsko tržište. To tržište uobličuju četiri glavna trenda koja potječu iz 80-ih, a sazrijevaju u 90-ima. To su: digitalizacija, liberalizacija, konsolidacija i globalizacija.

## Trendovi prema digitalizaciji

### Što je digitalizacija?

Izraz digitalizacija odnosi se na rastuće značenje digitalnih tehnologija u skladištenju i prijenosu slika, riječi, teksta i podataka. Te tehnologije (poput digitalnih kamera, digitalnih računala ili digitalnih diskova) kodiraju informacije u binarnom obliku. To znači da su informacije sadržane u da/ne, ili uključeno/isključeno signalima. Skladištenje i prijenos informacija mnogo su brži, lakši i pouzdaniji nego konvencionalne analogne tehnologije.

Digitalizacija znači da su tehnologije za obradu i prijenos informacija počele rabiti isti jezik. To omogućava konvergentnost telekomunikacija, računala, uredskih tehnologija i odabranih audiovizualnih elektronskih uređaja. Ova integracija nudi brzinu, fleksibilnost, pouzdanost i male troškove. Prevladavajuće načelo u trendu digitalizacije jest "brže, manje i jeftinije". Komunikacijski kanali šire svoje kapacitete, postoji cilj većega izbora za korisnike i većih mogućnosti interaktivnih sustava. Digitalne tehnologije stvaraju multimedijalne interaktivne sustave sa širokom lepezom mogućnosti. Kreću se od virtualnoga (tj. elektronskoga) kupovanja do interaktivne komunikacije znanstvenika u stvarnom vremenu, bez obzira na njihovu udaljenost. Današnji najveći korisnici telekomunikacijskih usluga zahtijevaju pristupačne, pouzdane i fleksibilne elektronske autoceste po čitavom planetu. Samo digitalna, svjetska mreža može udovoljiti tim zahtjevima razvojem novoga *hardwarea* i *softwarea*. Integrirana digitalna mreža prenosit će podatke od, primjerice, ljudskoga glasa do TV signala visoke rezolucije, što je moguće jedino povezivanjem optičkim putem.

Digitalizacija pruža tehničku infrastrukturu za dugo najavljivanu "globalnu elektronsku superautocestu". To je projekt koji je snažno podupirala administracija Clinton-Gore u SAD-u, gdje je 1993. prihvaćen plan djelovanja Nacionalne informacijske infrastrukture. Al Gore je rekao: "Predsjednik Sjedinjenih Država i ja vjerujemo da je esencijalna potreba za održiv razvoj za svakoga pripadnika ljudske obitelji stvaranje globalne informacijske infrastrukture. Ona će okružiti čitav planet informacijskim superautocestama po kojima će ljudi moći putovati." Kao odgovor na inicijativu SAD-a, u drugim zemljama počele su mahnite aktivnosti. U Japanu je Telekomunikacijsko vijeće pri Ministarstvu pošte i telekomunikacija u svibnju 1994. objavilo izvješće s naslovom *Reforma prema intelektualno kreativnom društvu XXI. stoljeća*. U Kanadi je osnovano Vijeće za informacijsku autocestu. Europska Unija osnovala je Grupu za europsku informacijsku infrastrukturu.

Stoga je na sastanku grupe G-7 glede informacijske superautoceste, u Bruxellesu u veljači 1995., postalo jasno da projekt globalne informacijske mreže dobiva snažnu podršku sa samih vrhova najsnažnijih zemalja svijeta. Na tom političkom sastanku dogovoreno je da se surađuje u razvoju globalnoga informatičkog društva. Usprkos tome, bilo je nekih nesporazuma u svezi s brzinom kojom bi se ono trebalo početi ostvarivati. SAD su zahtijevale brzu liberalizaciju tržišta i otvorenu konkurenciju. Japan i Europa bili su oprezniji i tražili lakši tempo. Završna Deklaracija grupe G-7 sadržavala je zaključke kako su glavni elementi dinamična konkurentnost i privatna ulaganja. Iako se očekuje da će informacijsko društvo obogatiti ljude širom svijeta, ipak postoji zabrinutost zbog nejednakosti informacijski bogatih i informacijski siromašnih te zbog budućeg zapošljavanja.

### **Pitanja digitalizacije**

Mnoštva pitanja koja su vezana uz nastupajuću digitalizaciju svakako se odnose na posljedice utjecaja digitalizacije na privatnost i sigurnost pojedinca i društva.

*Privatnost.* Digitalne tehnologije dramatično šire kapacitete za spremanje i obradu informacija. Točno praćenje pojedinčeva kretanja postalo je moguće pomoću "elektronskoga traga" koji ostavljamo svaki put kad koristimo kreditnu karticu, unajmljujemo automobil, kupujemo zrakoplovne karte ili stvari u trgovinama. Podaci o ljudskom ponašanju na digitalnoj superautocesti bit će dostupni na dosada neviđene načine.

Digitalno doba je ujedno i velik pritisak na ljudsku privatnost. Brzo rastuće količine osobnih podataka skupljaju se, spremaju i prodaju preko velikih elektronskih sustava koje kontroliraju državne agencije (porezne, sigurnosne, policija itd.)

i privatne tvrtke. Godine 1992. u Španjolskoj je izbio skandal kad je policija uhitila Joaquina Gonzaleza koji je napravio vrlo profitabilan posao na ljudskoj privatnosti. Njegov posao bio je kupovina osobnih podataka iz javnih i privatnih baza podataka i njihova prodaja marketinškim kompanijama. Gonzalez je imao podatke o tome koji Španjolci imaju ljubavnice. Njegove baze podataka obuhvaćale su oko 21 milijun španjolskih državljana. Međutim, digitalizacija je proširila izbor poslova koje ljudi mogu obavljati i kod kuće, uz pomoć računala. Telebanking i rad preko telefona samo su neki od primjera. Sve to otvara i neke druge mogućnosti upada u ljudsku privatnost.

*Sigurnost.* Činjenica je da uporaba digitalnih tehnologija uvjetuje rizike. Digitalni sustavi mogu se iznenada "srušiti" ili obavljati nelogične operacije. Malo je vjerojatno da će analogni sustavi koji imaju tek nekoliko diskontinuiteta prestati funkcionirati ili da će raditi na neke potpuno nepredvidljive načine. Kod digitalnih sustava je to, pak, vrlo moguće, s obzirom na to da kod njih provođenje svakoga koraka ovisi o točnosti prethodnoga koraka. Tako su mogućnosti pogrešaka praktično neograničene. Pogreške u *softwareu*, pogreške sustava, računalni kriminal i "probijanje sustava" danas odnose milijune dolara i ljudske živote.

No, posebnu opasnost za računalne sustave čine tzv. virusi. Virus su posebna vrsta računalnih programa koji prouzrokuju značajnu štetu na čvrstim i mekanim diskovima, brišući ili iskrivljavajući podatke. Virus može zaraziti druge programe kopirajući se u njih. Kada je u studenome 1988. virus napao američki računalni sustav ARPANET, oko 6 000 računala moralo je biti isključeno dva dana, što je prouzročilo ukupnu štetu od 99 milijuna USD. Virus "Michelangelo" prouzročio je mnogo manje štete nego što je mogao, zahvaljujući upozorenjima po čitavu svijetu. Međutim, procjenjuje se da je oko 10 tisuća računala u svijetu stradalo od toga virusa koji je izbrisao sve podatke s čvrstih diskova. Temeljem kazanoga može se zaključiti da se s porastom uporabe računala i povećanjem znanja o njihovom ustroju povećava i mogućnost njihove zlouporabe. Međutim, danas ne postoje pouzdani podaci o razmjerima računalnoga kriminala, kao ni o opsegu tako nastalih šteta. No, kako rizici od digitalne tehnologije mogu biti uzrokom značajnih šteta, pojavila se potreba za međunarodnim pravilima koja bi osigurala pouzdanost i kompenzaciju štete. Ustanovljavanje tih pravila za zaštitu podataka naišlo je na gomilu zamršenih problema. Na primjer, operateri internacionalnih mreža ne bi odgovarali za štete nastale u prijenosu. U većini zemalja ti operateri su poštanska i telekomunikacijska poduzeća, a ona, prema zakonu, ne mogu biti odgovorna.

## Trend prema liberalizaciji

### Što je liberalizacija?

Liberalizacija znači uvođenje kompetitivnosti u trgovinu informacijskim i telekomunikacijskim uslugama. Činjenica je da informacijsko društvo nadolazi, svidjelo se to nama ili ne, taj proces treba biti vođen tržištem, a liberalizacija je ključna riječ budućega informacijskog društva. Zapravo, mnoge države preispituju svoje informacijske i telekomunikacijske strukture. Čini se da je vodeća strategija "više tržišta, manje države", a ključna riječ "deregulacija". Prvo razdoblje deregulacije počelo je u SAD-u u kasnim 1950-ima kada su korisnici telekomunikacija postali svjesni svoje sve veće ovisnosti o telekomunikacijama te su se organizirali kako bi nagovorili državne vlasti da počnu raditi na dalekosežnim promjenama u pravilima koja određuju provizije u kućanskim telekomunikacijama. Nadaleko i naširoko telekompanije su udovoljavale prijedlozima svojih korisnika. Tako se, primjerice, američka telekomunikacijska tvrtka AT&T 1. siječnja 1984. raspala na 22 lokalne kompanije, a zauzvrat je dobila mogućnost sudjelovanja u drugim poslovima. Glavna smjernica politike u multilateralnim trgovinskim pregovorima "GATT Uruguay Round", završenima u prosincu 1993., bila je liberalizacija svjetskih tržišta za pružatelje komunikacijskih usluga (uključujući telekomunikacijske i audiovizualne usluge).

### Pitanja liberalizacije

Među temeljnim pitanjima liberalizacije svakako su sljedeća: univerzalni servisi (usluge) i pristup tržištu.

*Univerzalni servisi (usluge).* Već u ranoj povijesti telekomunikacija glavna namjera bila je "univerzalne usluge" (Powell, 1990.). Komunikacijske bi usluge trebale biti dostupne malim korisnicima po razumnim cijenama. Postavlja se pitanje hoće li liberalizacija moći ići ruku pod ruku s generalnom dostupnošću telekomunikacijskih usluga malim korisnicima. Velike tvrtke otkrile su da mogu smanjiti troškove ako se koriste uslugama alternativnih, privatnih telekomunikacijskih tvrtka umjesto državnih, što ide na štetu malih korisnika. Države za većinu tih pitanja smatraju da bi njihovi problemi bili riješeni kada bi država platila poticaje kako bi cijene usluga za kućanske telekomunikacije ostale iste. Također postoji velik broj inicijativa razvijenih kako bi se odgovorilo potrebama kao što su sheme za poticaje za uporabu hitnih služba, no postoje i velike skupine malih korisnika koji smatraju da takve mjere nisu dostatne. Argument usvojen od većine korisničkih skupina u SAD-u je da pristup takvim uslugama nije "univerzalni servis" te da bi uporabu telefona trebalo naplaćivati po cijenama dostupnim određenim skupinama radi uporabe u soci-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 9 (2000),  
BR. 6 (50),  
STR. 995-1017

GRBAVAC, V., ANTOLIŠ, K.:  
STRATEGIJA NOVOGA...

jalne svrhe, a ne samo u pozivima hitnim službama. Također se tvrdi da je bitno smanjena uporaba telefona od pripadnika ugroženih socijalnih skupina (kao što su umirovljenici), upravo zbog visokih cijena. U studenome 1984. predsjednik Reagan pokrenuo je projekt *Otvoreno nebo* koji je trebao promovirati internacionalnu kompetitivnost u telekomunikacijama i u isto vrijeme održanje tvrtke Intelsat, gotovo monopolskoga obavljачa svih internacionalnih telekomunikacijskih usluga iz SAD-a koji je u to vrijeme dobio mnoštvo žestokih konkurenata.

*Pristup tržištu.* Kakav je utjecaj liberaliziranoga tržišnoga okružja na tržišta zemalja u razvoju? Kakve su posljedice globalnoga otvorenog tržišta na lokalnu kulturalnu industriju? Hoće li liberalizacija tržišta koristiti državama koje inače imaju deficitaran izvoz usluga? Kada se smanje cijene telekomunikacijskih usluga, može se očekivati brz rast informacijski temeljenih usluga koje prenose telekomunikacijski temeljeni opskrbeni sustavi. Davatelji takvih usluga tražit će dalekosežne promjene u zakonskim sustavima kako bi se uklonile internacionalne trgovinske barijere. Jedan od glavnih problema je u tome što su u mnogim zemljama zakoni o ograničenjima u komunikacijskom sektoru povezani sa specifičnim nacionalnim ciljevima. Glavno pitanje je jesu li oni razumni ili predstavljaju protekcionizam. Izazov će biti pronaći ravnotežu između opravdanih nacionalnih interesa i pravila o slobodnoj trgovini.

U multilateralnim GATT pregovorima o trgovini uslugama snažan je naglasak stavljen na standarde kao što su "pristup tržištu" i "nacionalno tretiranje". Ovo posljednje znači da bi se strane kompanije trebale tretirati kao domaće tvrtke. Promicanje otvorenoga tržišta potaknulo je mnoge zemlje na komercijaliziranje svojih informacijskih sustava.

Liberalizacija potiče eksplozivan rast komunikacijskog tržišta i tako se postavlja pitanje koje će kompanije pobijediti u utrci. Mnoge od njih nadaju se savezništvima koja bi im pružila bolji položaj na tržištu, što rezultira time da liberalizacija neće nužno značiti i demonopolizaciju. Kako spajanje tehnologija vodi k spajanju institucija, može se dogoditi da čitav niz nekada odvojenih komunikacijskih kanala (telefon, elektronski mediji, računala, tisak) završi pod jednim krovom kao megakonglomerat (Fuller i Smith, 1991.).

## Trend prema konsolidaciji

### Što je konsolidacija?

Svi signali, bilo da prenose zvuk, podatke ili sliku, prelaze u digitalni oblik. Koliko god su u biti različiti, s tehničkog stajališta oni predstavljaju samo niz bitova. Kao rezultat toga, spajaju se telekomunikacije i elektronski mediji. Vlast nad svjet-



skim komunikacijskim tržištem ubrzano se okuplja oko nekoliko megakonglomerata. Sredinom 1990-ih postoje dokazi po cijelome svijetu o novomu procvatu konsolidacije, što utječe i na telekomunikacije. U svim njezinim segmentima postoji očita tendencija prema koncentraciji.

*Tržište vijesti.* Tržište međunarodnih vijesti također pokazuje sklonost prema konsolidaciji. Na području tiskanih vijesti postoje samo Associated Press, Reuters i Agence France Press. Na području TV-vijesti postoje dvije tvrtke: Reuters Television i World Television Network. Drugi su BBC i CNN. Za pružanje svjetskih novosti za europsko tržište osnovana su nova savezništva između Reuters Holdinga i British Sky Broadcastinga, Pearsona i BBC-a, NBC-a i Financial Timesa.

*Računalno tržište.* Činjenica je da 20 najvećih kompanija drže 80 posto udjela, a među njima su: IBM, Toshiba, Fujitsu, Apple Computer, Unisys i Compaq Computer.

Među glavnim čimbenicima koji objašnjavaju konsolidaciju su:

1. Posljednjih godina primjetan je značajan porast komunikacijskoga tržišta. Mnoge su tvrtke počele integrirati dotada nepovezane djelatnosti kako bi zadržale tržišnu kompetitivnost.

2. Da bi tvrtke uspješno djelovale na međunarodnom, moraju biti kompetitivne na domaćem tržištu i tako istisnuti konkurenciju na domaćem terenu.

3. U posljednje vrijeme neki sektori postali su vrlo profitabilni. Kupovina konkurentskih kompanija činila se dobrim potezom.

U nekim slučajevima ujedinjavanje se činilo jedinim načinom borbe protiv inozemnoga konkurenta.

### **Pitanja konsolidacije**

Temeljna pitanja konsolidacije su pitanja pristupa i izbora te pitanja neovisnosti nastupa.

*Konsolidacija: pristup i izbor.* Ključno pitanje ovog rada je što konsolidacija predstavlja za potrošački pristup svijetu te koliko će izbor postojati u svijetu komunikacija. No, svako sprečavanje konsolidacije unutar konkurencije rezultira stvaranjem monopola i oligopola. U mnogim sektorima gospodarstva to su značajni nedostaci potrošača. Konglomerati koji kontroliraju tržište mogu svoju snagu usmjeriti na napuhavanje cijena što je, naravno, vrlo nepovoljno za sve segmente potrošača. To znači da je prva faza konsolidacije padanje cijena usluga i dobara, ali nakon stabilizacije tržišta javlja se tendencija prema rastu cijena, što rezultira rastom troškova subjekata.

Zaključak je da pristup i dostupnost informacija ovisi o raspoloživom dohotku korisnika informacije.

Također, vrlo je bitno rješavanje pitanja garantira li konsolidacija dosta mjesta neovisnim medijima, osigurava li dos-

tatan broj kanala za korisnike i izvore informacija te pruža li dovoljnu zaštitu od monopola i oligopola, odnosno dopušta li nove subjekte unutar tržišta. No, čak i kad bi oligopolistički konglomerati pokazali zavidnu kvalitetu, korektnost, objektivnost, istraživanja i otpornost, upitno je postojanje prave slobode tržišta, podjednake za sve čimbenike.

Proces konsolidacije može uroditi velikim razlikama u informatičkim i kulturnim procesima, iako to uvijek nije slučaj, i to pogotovo u velikim oligopolnim organizacijama – multinacionalnim tvrtkama.

Stoga rastući utjecaj investitora i komercijalnih interesa sve više rezultira pojačanim istraživanjima informatičkih djelatnosti koje donose sve veći profit, što utječe na smanjenje socijalno-kulturnih kvaliteta. Cilj je što veća prodaja na globalnom tržištu po najvećoj mogućoj cijeni.

Navedeni vrlo uspješni uradci industrije umjetnosti uspjeli su izvršiti homogenizaciju svjetskoga tržišta u smislu izjednačavanja ukusa te su na tim zaslugama ostvarili vrlo visok profit. Određeni proizvodi možda neće moći zadovoljiti ukuse različitih ljudi svijeta, nego će ostvariti mnogo manji uspjeh koji će rezultirati manjim profitom, tako da se nastoje izbjeći takvi polovični uspjesi. Ova se teza u pravilu odnosi na cjelokupno svjetsko gospodarstvo, jer, iako postoji vrlo velika konkurencija na određenom području djelatnosti, konkurenti će među sobom nastojati jedni druge kopirati, ako na tržištu postoji zasićenost. Tu bi se kao primjer mogao navesti televizijski program u zapadnoj Europi. Nastojeći privući i održati broj gledatelja, dolazi do kopiranja određenih popularnih emisija, koje s kopiranjem uglavnom ostaju na istoj razini kvalitete, pa se javlja konstantan broj gledatelja. Prije stvaranja konkurencije u tom segmentu gospodarstva televizije su pod državnom upravom imale velike razlike, što je značilo veće bogatstvo za gledatelje, ali i velike oscilacije u gledanosti.

*Neovisnost nastupa.* Vrlo važna tema je i neovisnost u uslugama pružanja informacija. Velike multinacionalne kompanije koje se bave proizvodnjom sirovina, poluproizvoda, finalnih proizvoda, njihovom distribucijom i marketingom imaju svoje putove informiranja javnosti preko različitih medija za promidžbu svojih proizvoda i usluga. Mnogi finalni potrošači nisu niti svjesni povezanosti između tih kompanija koje se bave posve različitom djelatnošću te nisu u stanju shvatiti njihov subjektivan pristup proizvodima i uslugama. Kao primjer možemo navesti NBC (National Broadcasting Corp.) koja je u vlasništvu tvrtke General Electric. Tako su pri izvještavanju iz Zaljevskoga rata reporteri NBC-a posebno naglašavali proizvode General Electrica koji se bavi proizvodnjom različitoga oružja za upotrebu američke vojske.

Ovim primjerom prikazala se vrlo velika važnost neovisnoga pristupa informiranju u demokratskim zemljama, pa se može zaključiti da se ne može izvršiti objektivno informiranje iz izvora pod nečijim utjecajem.

### **Trend prema globalizaciji**

Kad bismo ukratko htjeli objasniti pojam globalizacije danas, moramo kazati da globalizacija znači sve veće ujedinjenje broja lokalnih tržišta radi integracije jednog velikog svjetskog tržišta na kojem djeluju brojni subjekti, ostvarujući i svoje ciljeve (Bagguley, 1991.).

Kao primjer valja navesti da je najveći američki izvoz danas pop kultura. U proteklih pet godina prihodi su se udvostručili. Od ukupnoga prometa američke glazbene produkcije koja iznosi oko 20 milijardi USD, 70 posto prometa ostvareno je izvan SAD-a. Takav izvanredno velik promet rezultirao je povećanim ulaskom europskih i japanskih tvrtka u taj uspješan posao. Vrlo je zanimljiva činjenica da su od pet uspješnih glazbenih kuća čak četiri u vlasništvu japanskih tvrtka koje su investirale 12 milijardi USD u te tvrtke (Kling, 1992.).

Te multinacionalne kompanije prešle su kapacitete domaćih tržišta te se, radi povećanja prometa i profita proširuju po svijetu, što i nije vrlo teško zbog njihova vrlo izdašnog proračuna (Knights i Morgan, 1991.). Taj trend globalizacije započeo je u Japanu kupovinom nekih velikih tvrtka te je polako iz Amerike prešao u Europu u kojoj mnoge američke tvrtke imaju velike interese u svim sferama gospodarskoga djelovanja.

Tako valja istaknuti da je trend globalizacije postao moguć zadovoljavanjem sljedećih uvjeta:

- Razvojem tehnologija. Razvojem tehnoloških inovacija na području informatičkih djelatnosti i telekomunikacija, razvila se infrastruktura nužna za poslovanje velikih multinacionalnih tvrtka. Danas se iz bilo kojega dijela svijeta može nesmetano komunicirati s ostalim svijetom te vršiti razne poslovne transakcije.

- Razvojem finacijskog poslovanja. U 1970-im godinama počeo je razvoj tvrtka čije su se finacijske aktivnosti obavljale u raznim *off-shore* zemljama te su tako počele izbjegavati kontrolu državnih financija. Takav način poslovanja ubrzao je uspostavu svjetskoga finacijskog poslovanja što je, pak, ubrzalo svjetsku trgovinu. Velike uštede počele su se javljati u putnim troškovima ljudi i roba, pa su se ubrzano počeli iskorištavati resursi radnika i sirovina u drugim zemljama.

U takvim poslovnim odnosima danas veliku ulogu igra politika, jer su mnoge zemlje jedva dočekale velike kompanije koje su spremne ulagati u izgradnju tvornica i zapošljavanje domicilnog stanovništva.

Stvaranje globalnih elektronskih mreža, na primjer, uvelike je utjecalo na privatizaciju nacionalnih telekomunikacijskih poduzeća, na liberalizaciju elektronskoga tržišta i deregulaciju tarifnih struktura. Sve takve političke odluke utjecale su na ubrzan razvoj svjetskoga tržišta.

### Koliko je "globalno" zapravo globalno?

S današnjega stajališta neosporiva je činjenica da su u tijeku globalizacijski procesi, ali je isto tako neosporna njezina realizacija u globalu. To je pitanje koje se postavlja imajući u vidu činjenicu da u svijetu postoji velika fragmentiranost, i naroda i njihovih financijskih struktura. Stoga velike oscilacije ovih iznimno važnih parametara potiču stvaranje "fragmentirane globalizacije" koja će za posljedicu imati još veću podjelu po različitim stajalištima (Miller i Rose, 1990.).

Kao primjer mogu se navesti distribucije postojećih telefonskih linija u svijetu (vidi: tablica 1.).

↻ **TABLICA 1**  
Telefonske regije (%) u cijelom svijetu (100%)  
(Izvor: Međunarodna udruga telekomunikacija)

ZEMLJ(A)E	%
1. Europa	31,9
2. Sjeverna Amerika	30,2
3. Japan	10,5
4. Azija	8,7
5. Latinska Amerika	3,8
6. Afrika	1,7
7. Bliski Istok	1,6
8. Ostale zemlje	11,6

U današnjem trendu globalizacije većina ljudi i organizacija u svijetu još ne može pristupiti tom pokretu. Razlog tome leži u činjenici da integracija telekomunikacija zahtijeva velika sredstva, što je ograničenje velikoga broja zemalja u razvoju.

### O globalnoj kulturi

Kako konglomerat kompanija u svijetu raste, a zajedno s tim i pojam globalizacije, javlja se pojava koju možemo nazvati i "globalna standardizirana kultura". Ta najnovija kultura teži prema homogenizaciji svih postojećih kultura svijeta u jednu, univerzalnu, koja će biti temeljni oslonac budućega razvoja svih zemalja u svijetu (Kling, 1980.).

Nova se kultura ne zadržava samo na ujednačenim filmovima i glazbi te općenito poimanju umjetnosti, već nastoji uvesti standardni jezik te ponašanje u poslovnim komunikacijama i transakcijama. Danas se kao standard uzima engleski jezik te anglosaksonski način poslovanja. Tako su, na određeni način, neke velike svjetske kompanije već uspjele postaviti standarde u svojem segmentu poslovanja. Najbolji pri-

mjer za to je McDonald's, koji je u zemljama na svim krajevima svijeta ponudio jedinstveni način pripreme jela te je s uspjehom prihvaćen. No, ovaj pothvat nije i ne mora biti pravilo. Primjer negativnoga kulturnog ispada je otvaranje Disneyeva parka istočno od Pariza (EuroDisney). Ulaganja i izrada toga tematskog zabavnog parka premašili su stotine milijuna USD-a, a izgradnja je trajala nekoliko godina. U susret je izašla i francuska vlada koja je smanjivanjem poreza od 10 posto za takve zabavne parkove i izgrađivanjem infrastrukture (autoceste, željezničke pruge i dr.) gotovo osigurala uspješnost projekta. Do danas je EuroDisney u gubitku milijardu USD-a, a jedan od glavnih razloga slabe posjećenosti je u tome što je u parku zabranjeno konzumiranje alkohola što se kosi s kulturnim naslijeđem Francuza.

U Sjedinjenim Američkim Državama krajem 80-ih godina javio se velik strah od ulaska japanskoga kapitala u sve pore američkoga gospodarstva, pa tako i u njihovo najveće bogatstvo – filmsku industriju. Razlog je bio donekle opravdan. Danas škole nemaju toliku moć kao nekad. Danas najveću moć svakako imaju mediji koji informacijama obasipaju ljude širom svijeta. Na temelju primljenih informacija ljudi donose zaključke te tako i postupaju. Toliko velika moć vrlo se lako može iskoristiti i u neželjene svrhe, ako se mediji nalaze u krivim rukama. Dobar primjer za prikaz moći medija je i azijski MTV. Glavni odašiljači te glazbene televizije nalaze se u Hong-Kongu i obuhvaćaju oko 3,75 milijuna ljudi. Oko 20 posto programa je regionalno, što znači da se emitira lokani glazbeni program i reklamiraju domaći proizvodi, ali ostalih 80 posto programa služi za promidžbu američke glazbe, američke kulture i američkih proizvoda.

Također, što se tiče globalnih programa koji se mogu pratiti u cijelom svijetu, uglavnom postoje regionalne podjele određene televizijske kuće u smislu prilagodbe jezika i običaja. Kao primjer se može uzeti američka televizija CBS koja također ima program koji emitira vijesti 24 sata na dan na španjolskom jeziku, ali je izvršena prilagodba u izgledu i odijevanju voditelja. Na taj je način dobiven vrlo velik krug potencijalnih potrošača koji su vrlo interesantni velikim multinacionalnim tvrtkama. Tako, posredno i neposredno, u to područje ulazi i politika. U SAD-u, gdje vrijede ugovori o potpuno slobodnoj trgovini između saveznih država nema nikakvih carina i kvota, a u Europi one još postoje i postojat će još bar neko vrijeme. Ako govorimo o globalizaciji i standardizaciji, takve velike razlike zasada su nepremostive te se javljaju različita uvjerenja o ispravnosti ovakve ili onakve politike. Kao primjer možemo uzeti igrane filmove. U Americu ulazi samo 2 posto igranih filmova iz Europe, dok u Europi postoje vrlo velike

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 9 (2000),  
BR. 6 (50),  
STR. 995-1017

GRBAVAC, V., ANTOLIŠ, K.:  
STRATEGIJA NOVOGA...

razlike između gledanosti američkih filmova. Na primjer, u Velikoj Britaniji gledanost je 84 posto, u Njemačkoj 82 posto a u Francuskoj 58 posto (Collis, 1991.).

Zaključak je da pitanje globalne kulture treba prihvatiti kao zajedničku bazu koja kao takva mora biti satkana od nacionalnih kultura koje se međusobnim povezivanjem obogaćuju pod naletom informacijskoga društva.

## **TEŽNJA ZA MEĐUNARODNIM DOKUMENTIMA O GLOBALNOJ KOMUNIKACIJI**

### **Potreba i funkcioniranje**

Činjenica je da je nekakav napredak ipak napravljen u pogledu ustanovljavanja globalnih pravila na području intelektualnoga vlasništva i tržišnoga pristupa. Rezultate su ostvarili WTO i WIPO. Europska zajednica trenutačno potiče važne bilateralne razgovore sa svojim susjedima i partnerima kao što su SAD (npr. *New Transatlantic Agenda*, *The Information Society Dialogue* i *Trans Atlantic Business Dialogue* (TABD)), Kina, Japan, zemlje u razvoju, zemlje srednje i istočne Europe i mediteranske zemlje. Ti su razgovori nužni za ostvarivanje potpunoga razumijevanja, razmjenu informacija i praktičnih rješenja te trebaju poslužiti kao platforma za multilateralne sporazume.

No, također su, kao na području tržišnoga pristupa i intelektualnoga vlasništva, združeni naponi vidljivi i u borbi protiv računalnoga kriminala. Međunarodna suradnja je također poodmakla u nekim područjima, npr. u borbi protiv organiziranoga, transnacionalnoga kriminala u novim komunikacijskim mrežama (Bowker i sur., 1997.).

Širenje elektronske trgovine i komunikacije podjednako najvešću novu eru u svjetskoj civilizaciji s dalekosežnim posljedicama za društvene, ekonomske i političke organizacije.

Tehnološka konvergencija znači da postoji porast problema na raznim područjima kojima se bavi sve više raznih organizacija. Na primjer, u području djelovanja WTO-a teško je razlučiti razliku između prijenosa multimedijalnih sadržaja preko satelitskih mreža i međunarodnih zakona vezanih uz izdavaštvo. Tijelima za standardizaciju bit će vrlo teško osigurati zaštitu intelektualnoga vlasništva, a da se ne povežu s već prihvaćenim standardima WIPO-a. Internet također uzrokuje mnogo problema vezanih uz pitanje intelektualnoga vlasništva.

Zaključak je da postojeća situacija može dovesti do usvajanja izoliranih pravila od raznih zemalja koje jednostavno potpisuju zaključke raznih međunarodnih organizacija, specijaliziranih za određenu vrstu rada i usluga.

## Postavke međunarodne povelje

Činjenica je da bi međunarodna povelja globalnih komunikacija, posebice vezana uz problematiku Interneta, mogla osigurati odgovarajuću regulativu pokrivajući područja zakonske verifikacije digitalnih potpisa, zaštite privatnosti, zaštite od štetnih i ilegalnih sadržaja, zaštite podataka i kupaca. Sredstva za ostvarivanje toga cilja su vrlo složena i ona mogu uključivati uzajamno priznavanje, samoregulaciju i, kad bi bilo potrebno, regulaciju. Međunarodna povelja bi kreirala i priznala postojeće sporazume, kao što su oni u pravilniku WTO-a, WIPO-a, ITA dogovora i drugi.

To bi osiguralo dogovor na međunarodnoj razini, a njegova uloga ne bi bila da nametne detaljna pravila, osim pri posebnim okolnostima tamo gdje je to nužno potrebno, kao u borbi s dječjom pornografijom i terorističkim mrežama. No, mora se imati na umu da ova načela neće jednostavno pasti s neba. Neka od pravila već su bila usvojena, i u zaključku G-7 konferencije u Bruxellesu 1995. godine i u izvršnoj deklaraciji na *Global Information Network* konferenciji u Bonnu.

Danas postoji očita napetost između, s jedne strane, tržišnih interesa forsiranih od poduzetnih pojedinaca i brzoga razvoja koji djelomično ide neočekivanim smjerom te, s druge strane, potrebe za očuvanjem društvenih interesa i kreiranja predvidljivoga zakonskog okvira. Novi međunarodni okvir za komunikaciju mora biti kreiran tako da nam omogući nove komercijalne prigode, ali na način da zaštiti ljude od mogućih zlouporaba. Iznad svega, kako bi takav skup pravila mogao biti prihvaćen na globalnoj razini, on mora biti pokrenut od industrije. Zato se pred multinacionalni industrijski sektor postavljaju novi zahtjevi za samoregulaciju i standardizaciju u partnerstvu s vladinim i međunarodnim organizacijama za konstruiranjem efektivne zakonske regulative unutar koje će biti moguće ostvariti takvo globalno društvo.

*Sljedeća međunarodna povelja globalnih komunikacija mora omogućiti ekspanziju konkurencije i ne bi trebala ublažavati ili prikrivati pravu konkurenciju, nego kreirati normalni zakonski okvir koji bi ostavljao dosta prostora za tržišne subjekte.*

Cilj svjetskih lidera mora biti rad usmjeren ka ostvarivanju dogovora o tom dokumentu koji bi mogao predstavljati okvire za uspostavu globalne operativnosti s globalnim tehnološkim standardima i uzajamno priznavanje autorizacija i dozvola, a koji ostvaruje pravila koja se tiču sadržaja, sigurnosti mreže te zaštite podataka.

## ○ međunarodnoj povelji globalnih komunikacija

Činjenica je da su kreatori strategije zasigurno već shvatili da se ne može doći do postavljanja novih pravila nezavisno i da mnogi od problema s kojima se treba pozabaviti idu izvan po-

litičkih granica svake pojedine zemlje i kao takvi imaju globalnu dimenziju. Zato treba pronaći odgovarajuće okvire za dogovor na međunarodnoj razini.

Te mjere trebaju odgovoriti na tri stvari:

1. Okolina za globalnu komunikaciju mora biti otvorena mreža poput Interneta, a to bi se dalje trebalo razviti u virtualno mjesto za poslovanje i elektroničku trgovinu. Korisnici (poslovi i mušterije) trebaju biti uvjereni da je povjerljiva poslovna informacija jednako kao i sustav plaćanja potpuno sigurna. U nekim slučajevima oni također trebaju znati identitet korespondenta ili kupca.

2. Ako Internet stvarno postane ozakonjen virtualni prostor, rabljen za razmjenu ugovora, zakonske formalnosti i administraciju, korisnici trebaju imati zajamčen integritet elektroničkih dokumenata i podataka tako da oni mogu biti rabljeni kao javni dokaz, a ne da budu zlouporabljani ili mijenjani. Mjere trebaju osigurati zakonsku sigurnost i vjeru u medij (Internet).

3. Ako će se Internet razviti u virtualni prostor za učenje, roditelji moraju biti sigurni da će dobiti pravo na roditeljsku kontrolu nad sadržajem do kojega njihova djeca imaju pristup. Trebali bi imati pravo na instrumente kojima bi zaštitili djecu od neprikladnih sadržaja kao što su pornografija, rasizam, pedofilske mreže i nasilje. Osim toga, neki sadržaji mogu biti u neskladu s nacionalnim zakonima, navikama i kulturom.

Uzimajući u obzir činjenicu da je Internet globalni fenomen, jasno je da nema rješenja bez dogovora na međunarodnoj razini. Isto tako, nakon iskustva u kreiranju i implementiranju multilateralnih zakona, Europska Unija može dati značajan prinos uvođenjem istoga načela na globalnoj razini. No, pomak je već napravljen u pogledu globalnih pravila, u pogledu intelektualnoga vlasništva pri WIPO-u i u pogledu tržišnoga pristupa pri WTO-u. Međunarodni naponi su također združeni u borbi protiv *cyber-crimea* (računalnog kriminala).

EU trenutačno potiče važne bilateralne razgovore sa svojim susjedima i partnerima kao što su SAD, Kina, Japan, zemlje u razvoju, zemlje srednje i istočne Europe i mediteranske zemlje koji su kao takvi nužni za ostvarivanje potpunoga razumijevanja i trebaju poslužiti kao platforma za multilateralne sporazume.

Ipak, neće biti moguće postići zadovoljavajuću međunarodnu zakonsku regulativu samo pojačavanjem suradnje i s postojećim međunarodnim organizacijama, jer je tu prisutna i tehnološka konvergentnost, što znači da se povećava broj problema kojima se bave razne organizacije. Tako je u WTO-u teško odvojiti prijenos multimedijjskih sadržaja preko satelitskih mreža od odašiljanja ograničenoga međunarodnim zakonima. Tijelima za standardizaciju može biti vrlo teško spri-



ječiti povezivanje s već postavljenim standardima WIPO-a koji se tiču zaštite intelektualnoga vlasništva.

Trenutačna situacija može dovesti do toga da će neke zemlje usvojiti neka izolirana pravila jednostavno potpisujući zaključke neke međunarodne organizacije. Stoga bi međunarodna povelja bila rješenje, a morala bi biti rađena prema dosad već uspostavljenim sporazumima kao što su WTO, WIPO te ITA sporazum. Također valja imati na umu načela o kojima bi se dogovarali te da su neka od njih već usvojena, na primjer u zaključku G-7 konferencije u Bruxellesu 1995. godine ili u izvršnoj deklaraciji na *Global Information Network* konferenciji u Bonnu. Stoga globalni zakonik mora biti dosta otvoren da dopušta ljudima da slobodno izraze svoju kulturu, a to može pridonijeti očuvanju kulturne raznolikosti i ponuditi zaštitu od dominacije nad medijem od malog broja multinacionalnih distributera.

Informacijsko društvo mora postati otvoreno, multikulturalno društvo koje će stimulirati, a ne ublažavati izražaje različitih kultura. Tako je na ITU skupštini u Genevi rasprava bila usmjerena na izazove zakonodavaca na području Interneta. Neki članovi tzv. "Internet zajednice" vrlo su snažno stali na stranu samoregulacije od industrije i informacijskih kompanija, a protiv zakona nametnutih od vlade. S druge strane bili su oni koji su izrazili strah od toga da idemo ka totalnoj anarhiji te su smatrali da Internet mora biti stavljen pod strogi nadzor.

Naš pristup predlaže alternativnu opciju koja će, nadamo se, steći naklonost tih dviju suprotstavljenih strana. Kao što smo i objasnili, mi smo protiv strogih, detaljnih pravila i regulacija kao pokušaja da se kontrolira nešto što se razvilo na samostalan način. Internet je došao do točke na kojoj elektronička trgovina zahtijeva sporazum o odgovarajućem zakonskom okviru. Nadalje, Internet postaje žrtvom vlastita uspjeha. *Domain name system* (DNS) je pritisnut i međunarodno rješenje je nađeno u koordinaciji ITU-a. Popularnost Interneta dovodi do zasićenja mreža što se rješava skidanjem mnogih atrakcija kako bi se očuvala brzina i jednostavnost uporabe. Budućnost uporabe telefona preko Interneta samo će pogoršati stvar. No, ova zapažanja samo potvrđuju da je Internet na prelomnici svojega razvitka.

Drugi zbunjujući element ukazao se tijekom rasprave u Genevi kad se pojavila tendencija da su sva pravila u svijetu komunikacija neželjena.

Ne bismo željeli ići tako daleko, pa priznajemo i prihvaćamo da su u nekim područjima pravila apsolutno nužna. Liberalizacija cjelokupnoga tržišta europskih telekomunikacija ne može se provesti bez kreiranja novoga zakonskog okvira koji bi rješavao ključna pitanja potičući konkurenciju, kao što

su uzajamno priznavanje zakonskih procedura, mogućnost skla-panja ugovora preko mreže te transparentne cijene utemeljene na troškovima. No, ipak, priroda Interneta je takva da ta regulativa mora biti ne samo globalna, nego zahtijevati potpuno nov pristup, nov model koji mora biti potaknut sljedećim čimbenicima:

– globalizacija: globalno okružje u kojemu nacionalne granice i zemljopisne udaljenosti nisu bitne te se zahtijeva nov oblik međunarodne suradnje;

– konvergentnost: brisanje granica između telekomunikacija, audiovizualnih medija, računalstva i izdavaštva u kojima se zahtijeva nov pristup, zato što sadržaj postaje mrežno nezavisn, a kontrola sadržaja se pomiče od vlada ka pojedincu;

– priroda Interneta: decentralizirana mreža raznih mreža, u vlasništvu svih i nikoga, znači da se bilo koje načelo i pravilo moraju nametnuti sami te biti bazirani na konsenzusu.

Glede navedenoga u europskoj komisiji se pripremaju odgovori na te izazove.

Komisija se priprema za ponovno ocjenjivanje politike prema komunikacijama, jer će uskoro biti nemoguće distancirati telekomunikacije od umreženih računalno orijentiranih komunikacija i izdavaštva. Stoga budući zakonski okvir treba biti otvoren, fleksibilan i prilagodljiv.

Također je prisutna svijest da će konvergentnost između telekomunikacija, računala, audiovizualnih i izdavačkih tehnologija, usluga i industrije potaknuti veliki izazov zakonodavaca, veći i od liberalizacije telekomunikacijskoga tržišta. Prema svemu sudeći, a sa željom da pripremi taj razvoj, europska komisija će uskoro početi sa širokim konzultacijama o temi shvaćanja politike o konvergentnosti preko publikacije nazvane *Green Paper* (Zeleno Glasilo). No, činjenica je da ćemo, kad se bude procjenjivalo europsko telekomunikacijsko okružje u 1999. godini, morati pojednostavniti postojeći zakonski okvir i možda kreirati "European Communications Act" kojim bi se regulirao napredak infrastrukture, usluga, sadržaja te pristup tom sadržaju. Stoga bi paneuropska implementacija takvog "djela" postavila nove zahtjeve pred nacionalna regulatorna tijela. Zasada se samo potiče bliža suradnja između nacionalnih zakonodavnih vlasti, no ipak će jedinstveno europsko zakonodavno tijelo jednoga dana biti nužno.

Ciljevi Europske zajednice mogu se promatrati s dvostrukoga gledišta:

– pripremiti Europu za blagi prijelaz prema globalnom informacijskom društvu;

– imati važnu ulogu u oblikovanju novoga globalnoga zakonskog okvira za komunikacije koje su svima dostupne.

Postavljaju se sljedeći izazovi:

– pronaći nove mehanizme kako pratiti ubrzani tehnološki razvoj;

– potaknuti međunarodnu skupinu donositelja odluka da podijele svoja razmišljanja s drugima o razvoju i implementaciji međunarodnoga skupa norma kojim bi se osigurao nesmetan daljnji razvoj globalnih komunikacija i kojim bi se pomoglo zemljama na sve četiri strane svijeta.

## **OSTVARIVANJE GLOBALNOGA MULTIKULTURALNOGA INFORMACIJSKOG DRUŠTVA**

Većina međunarodnih rasprava o temi informacijskoga društva nepristupačna je za zemlje u razvoju. U Europi se, naprotiv, nastoji uključiti zemlje u razvoju u te važne procese. Brojni dijalozi i konferencije vođene '90-ih godina objavljeni su u časopisu *Communication on the Information Society and Development*, a iz njih se može razabrati da je vitalno važno samo poticanje vlada zemalja u razvoju da izađu s prijedlogom koji bi zadovoljavao upravo njihove potrebe. Takve težnje trebaju biti usmjerene na omogućavanje tim zemljama da rabe tehnologije kako bi ostvarile napredak u razvoju svojih ekonomija.

Globalna zadaća trebala bi biti oblikovana tako da potiče tehnološke inovacije, promovira dinamičku konkurenciju i zaštitu od zlouporaba. Takav zakonik mora također biti dosta otvoren, tako da dopušta slobodno izražavanje ljudi. Na taj način može pridonijeti očuvanju raznolikoga i jedinstvenoga kulturalnog naslijeđa svih ljudi svijeta i ponuditi zaštitu od predominantne kontrole novih medija, što bi se moglo dogoditi ako oni padnu u ruke malog broja svjetskih multinacionalnih distributera.

Stoga informacijsko društvo mora postati otvoreno, multikulturalno društvo koje će poticati, a ne ublažavati utjecaje raznih kultura (Willmott, 1993.).

Za zamijetiti je da su u Europskoj zajednici odlučni u tome da se ostvare ti ciljevi te da ih se onda predstavlja po svijetu. Zapravo, EZ priprema Europu na blagi prijelaz u globalno informacijsko društvo i želi u tome imati aktivnu ulogu pri oblikovanju novoga globalnog okvira za sustav globalnih komunikacija.

## **ZAKLJUČAK**

Razvilo se svjetsko komunikacijsko tržište vrijedno milijarde dolara, koje se i dalje razvija, a glavni trendovi na tom tržištu su digitalizacija, konsolidacija, liberalizacija i globalizacija.

*Digitalizacija* predstavlja okosnicu informacijske superautoceste, a glavne teme vezane uz digitalizaciju su zaštita privatnosti i sigurnost.

*Liberalizaciju* predstavlja zakonski trud da se promiču otvorena i kompetitivna tržišta. Ona predstavlja stav da ne bi smjela postojati barijera na svjetskom komunikacijskom tržištu. Glavne teme vezane uz pojam liberalizacije su zaštita univerzalne usluge i mladih tržišta u manje razvijenim zemljama te komercijalizacija informacijskih usluga.

*Konsolidacija* znači da manji broj tvrtka kontrolira veći dio tržišta. Glavne teme vezane uz konsolidaciju su pristupačnost i raznolikost dostave na komunikacijskom tržištu te nezavisnost izvora informacijskih usluga.

*Globalizacija* podrazumijeva da se svjetsko komunikacijsko tržište širi i utječe na sve više lokalnih tržišta. Glavne teme vezane uz globalizaciju su stalni manjak komunikacije u "globalnom selu" i proces kulturne globalizacije.

To bi moglo dovesti do multilateralnoga dogovora u obliku međunarodnoga dokumenta koji bi se mogao prihvatiti do kraja 2000. godine. Dokument bi postavio okvire za međunarodnu strategiju na tom području. Time bi se odgovorilo na potrebu za organizacijom i koordinacijom mnogih postojećih aktivnosti na međunarodnoj razini, osobito u području elektroničke trgovine.

Procjenjuje se da će elektronska trgovina preći vrijednost od 300 milijardi ECU-a do kraja 2002. Problemi poput poreza, zaštite podataka i kupaca, vlasničkih prava, potpisa, među stvarima su koje zahtijevaju hitnu pozornost međunarodne zajednice. Europska zajednica već je počela formulirati neka rješenja potičući interno tržište elektronskim uslugama, ali sa zaštitom društvenih interesa. Paralelno s tim, bilateralne i multilateralne inicijative odvijaju se na nacionalnoj i regionalnoj razini, zajedno s porastom zabrinutosti međunarodnih organizacija i tijela.

Za očekivati je da će Europska zajednica u vremenu koje slijedi:

- raspravljati o prijedlogu sa svim zemljama članicama, a takvih prigoda bit će tijekom nadolazećih telekomunikacijskih i generalnih savjetovanja;
- pozvati eksperte među korisnicima i ostalima, uključujući međunarodne partnere da bi se dobila kompletnija slika;
- težiti promoviranju aktivnog prinosa Europske zajednice u globalnom procesu zasnovanom na dogovoru oba sektora, privatnom i društvenom.

Stoga predstavljanje inicijativa ne traži u cjelini niti dodatni zakon, nego veću međunarodnu koordinaciju radi izbjegavanja nepotrebnih pravila i promicanja veće stabilnosti nastupajućih vrijednosti i odnosa.

## LITERATURA

- Anderson, R. H., Tora, K., Bikson, S. A. L. and Bridger, M. M. (1995). Universal Access to E-mail: Feasibility and Societal Implications, *RAND*, Mr-650-MH, pp. 267.  
<http://www.rand.org/publications/MR/MR650/>
- Austen, I. (1998). "Videophones Evolve, Slowly: A Perennial Dream of Futurists has Arrived but a Revolution in Telecommunications has Not." *New York times* (Thursday, July 16). D1, D7
- Bagguley, P. (1991). Post-Fordism and Enterprise Culture: Flexibility, Autonomy and Changes in Economic Organisation, in Keat & Abercrombie (1991), pp. 151-70.
- Bowker, G., Star, L. S., Turner, W. and Gasser, L. (Eds). 1997. *Social Science, Technical Systems and Cooperative Work: Beyond the Great Divide*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.  
<http://www.slis.indiana.edu/klings/pubs/>
- Bollier, D. (1998). *Social Venture Capital for Universal Electronic Communications – A Conference Report, April 24-25, 1997 – The Aspen Institute* Washington, D. C. ISBN: 0-89-843-227-8.  
<http://www.iaginteractive.com/emfa>
- Ciborra, C. (Ed.) (1996). *Grouware and Teamwork: Invisible Aid or Technical Hindrance?* New York: John Wiley.
- Clark, K. B. and Fujimoto, T. (1990). "The Power of Product Integrity", *Harvard Business Review*, Vol 68 (Nov-Dec), pp 107-18.
- Collis, D. J. (1991). A resource-based analysis of global competition: The case of the bearings industry. *Strategic Management Journal*, Vol 12, pp 49-68.
- Francis, A. and Southern, G. (1995). The Institutional Context of, and an Institutional Perspective on, Business Process Re-Engineering', *New Technology, Work & Employment*, Vol 10 (2)
- Fuller, L. and Smith, V. (1991). Consumers' report: management by customers in a changing company, *Work, Employment and Society*, Vol 5 (1), pp 1-16.
- Gore, A. (1992). Mass Communications and American Empire, *New York Times*, P. A1
- GVU. 1997. GVU's WWW User Surveys. GVU Homepage (online). Available from World Wide web.  
<http://www.cc.gatech.edu/gvu/user-surveys/>
- Hoffman, D. L., Kalsbek, D. W. and Novak, T. P. (1996). Internet and Web Use in the United States: Baselines for Commercial Development. *Project 2000 Working Paper*, Owen Graduate School, Vanderbilt University.
- Kahin, B. and Keller, J. (eds.) (1995). *Public Access to the Internet*. Cambridge, Ma: MIT Press.
- Kiesler, S., Kraut, R., Mukhopadhyay, T., Scherlis, W. (1997). Homenet Overview: Recent Results from a Field Trial of Residential Internet Use, Carnegie Mellon University. Pittsburgh, PA 15213 at <http://homenet.andrew.cmu.edu/progress/>
- Knights, D. & Morgan, G. (1991). "Corporate Strategy, Organisations, and Subjectivity: A Critique", *Organisation Studies*, Vol 12 (2), pp251-273.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 9 (2000),  
BR. 6 (50),  
STR. 995-1017

GRBAVAC, V., ANTOLIŠ, K.:  
STRATEGIJA NOVOGA...

Kling, R. (1992). Behind tje Terminal; The Critical role of Computing Infrastructure In Effective Information Systems Development and Use. Chapter 10 in *Challnges and Strategies for Resarch in Systems Development*. Edited by William Cotterman and James Senn, pp.153-201. New York: John Wiley.

Kling, R. (1980). Social analyses of computing: Theoretical orientations in recent empirical research, *Computing Surveys*, Vol 12(1), pp 61-110.

Kling, R. and Jewett, T. (1994). The Social Design of Worklife With Computers and Networks: An Open Natural Systems Perspective. In *Advances in Computers*. Rob Kling and Tom Jewett (ed.), vol. 39.

Kling, R. and Star, L. (1997). Human Centered Systems in the Perspective of Organizational and Social Informatics, Chapter 5 of *Human Centered Systems*. Report of an NSF Workshop on Human-centered Systems: Information, Interactivity, And Intelligence (HCS) February 17-19, 1997. <http://www.ifp.uiuc.edu/nshfcs/>

Mark, J., Cornebise, J. and Wahl, E. (1997). Community Technology Centers: Impact on Individual Participants and Their Communities. (April) Education Development Center, Inc. Newton, MA. <http://www.ctcnet.org/eval.html>

Miller, P. & Rose, N. (1990). Governing Economic Life, *Economy and Society*, Vol 19 (1), pp 1-31.

Powell, W. M. (1990). Neither market nor hierarchy: Network forms of organization. *Research in Organisatonal Behaviour*, Vol 12, pp 295-336.

Social Informatics Home Pagre. 1997. <http://www.slis.indiana.edu/SI>

Willmott, H. (1993). Strength is Ignorance, Slavery is Freedom: Managing Culture in Modern Organisations, *Journal of Management Studies*, Vol 30 (4), pp 515-52.

## The Strategy of the New World Order in Global Communications

Vitomir GRBAVAC  
Faculty of Agriculture, Zagreb  
Krunoslav ANTOLIŠ  
Croatian Communication Association, Zagreb

This work deals with key questions concerning globalization in communications, which is in large strides ongoing in nearly every corner of the world. First, four major trends existing everywhere in global communications get to be formalized, and then each one of them is separately defined and analyzed so as to contribute to the clarification of basic problems and their current solutions in this domain. For instance, digitalization will undoubtedly get confirmed as one of the all-present generical trends, which to a large extent precipitated appearance of the rest of them. In this work, some of the specific info-phenomena of the modern society will also be considered, such as Internet and news mar-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 9 (2000),  
BR. 6 (50),  
STR. 995-1017

GRBAVAC, V., ANTOLIŠ, K.:  
STRATEGIJA NOVOGA...

ket, which greatly influence contemporary culture and are rightfully regarded as major factors in the thriving information revolution. Unhoped-for global communications development brought up the need for establishing certain rules and standards, which is also a topic of one of the analyses of this work, which deals with the problem-domain of the international charter and its articles, especially from the standpoint of euro-integrations. All of the above mentioned elements contribute to the formation of global multicultural information society in a specific manner, which is being created as the result of all-inclusive events in this scientific area, and which is a reviewing subject at the end of this work.

## Strategie einer neuen Weltordnung innerhalb des globalen Kommunikationsprozesses

Vitomir GRBAVAC

Fakultät für Landwirtschaft, Universität Zagreb

Krunoslav ANTOLIŠ

Kroatische kommunikologische Gesellschaft, Zagreb

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den Schlüsselfragen des Globalisierungsprozesses im Bereich der Kommunikation, der fast überall auf der Welt mit großen Schritten voranschreitet. Die Verfasser umreißen zunächst vier Haupttrends, die in den internationalen Kommunikationen zu erkennen sind, und liefern entsprechende Definitionen und analytische Darstellungen, um ihrerseits zur Lösung der in diesem Bereich auftretenden Probleme beizutragen. Das Phänomen der Digitalisierung beispielsweise wird sich zweifelsohne als einer der dominanten generischen Trends erweisen, zumal es in hohem Maße die Entstehung der übrigen Tendenzen bedingt hat. Der Artikel untersucht einige spezifische Info-Phänomene der zeitgenössischen Gesellschaft, so z.B. Internet und Nachrichtenmarkt, die einen immensen Einfluss auf die moderne Kultur ausüben und daher zu Recht als wesentliche Faktoren der massiv ins Rollen gekommenen Informationsrevolution betrachtet werden. Die nicht abzusehende Entwicklung der globalen Kommunikationen hat das Bedürfnis offen gelegt, entsprechende Regeln und Standards zu bestimmen – ein weiteres Thema dieser Studie, die sich so auch mit der Problematik einer entsprechenden internationalen Charta beschäftigt, welche in ihren Grundsätzen ganz besonders dem Aspekt des europäischen Integrationsprozesses Rechnung trüge. Alle angeführten Elemente wirken auf ihre spezifische Weise an der Verwirklichung der globalen multikulturellen Informationsgesellschaft mit, die als Endresultate aus der Gesamtheit aller Vorgänge in diesem wissenschaftlichen Bereich hervorgeht. Dies ist zugleich auch der Untersuchungsgegenstand des abschließenden Teils dieser Arbeit.