

HUMÁNNÍ GEOGRAFIE

I. ročník

GLOBALIZACE

Definovat pojem globalizace je poměrně obtížné. Jde o frekventovaný a často nadužívaný pojem, se kterým pracují jednotliví autoři rozdílnými způsoby.

Globalizační procesy vytvářejí novou řádovostní úroveň organizace společnosti - globální. Organizace a integrace určitých lidských aktivit na globální úrovni ovlivňuje společenský rozvoj na nižších řádovostních úrovních. Podstata globalizačního procesu spočívá nejen ve vytváření samotného globálního, ale zároveň i ve vytváření nových vztahů mezi globálním a lokálním, regionálním, národním a mezinárodním.

Globalizaci můžeme definovat jako proces, ve kterém události či aktivity či rozhodnutí odehrávající se v jedné části světa mají významný dopad na komunity v jiném, vzdáleném místě.

Globalizaci lze rozdělit na její prostorovou složku – řada procesů se odehrává ve stále větším geografickém měřítku (tzv. stretching) a na složku neprostorovou – v jednom geografickém prostoru neustále přibývá intenzita vazeb a procesů (deepening).

Nastává **úpadek významu vertikálních vztahů** (vztahy k danému místu či regionu, které symbolizují provázanost místního prostředí a místního lidské společnosti) a roste význam vztahů horizontálních – výměnných (vzájemné vztahy mezi lokalitami či jednotlivými regiony). Závislost na prostředí se odehrává už v měřítku globálním.

Globální jevy, globální procesy, globální problémy a globalizace

Globální jevy, procesy a problémy mohou, ale nemusí, souviset s globalizací. Existuje celá řada globálních jevů, které s procesem globalizace nemají nic společného. Mnoho fyzikogeografických jevů na planetární úrovni, jako například atmosférické či oceánské proudění, je svojí povahou globálního charakteru. Tyto jevy existují od nepaměti a s ekonomickou globalizací, která je jevem posledních desetiletí, je nepojí žádná příčinná souvislost. I mnohé sociálněgeografické a ekonomickogeografické jevy mají nadnárodní charakter. Šíření průmyslové revoluce, urbanizace či demografické revoluce v průběhu 19. a 20. století do různých oblastí světa lze považovat za globální jevy či procesy. S globalizací však mají společného jen to, že pro její rozvoj vytvořily vhodné kontextuální podmínky. Ani šíření AIDS či difúzi chřipky při pandemii v roce 1957 nelze přímo spojovat s globalizací. Ekonomická globalizace znamená rychle narůstající množství mezinárodních cest a kontaktů, které vytvářejí vhodnější podmínky pro šíření AIDS, než kdyby byl mezinárodní systém uzavřenější, ale příčinná souvislost zde neexistuje. Některé z globálních problémů, jako například narůstání ozonové díry, nemají s globalizací přímou příčinnou souvislost. Narůstání rozdílů mezi nejbohatšími a nejchudšími zeměmi světa, pokud tento jev a proces považujeme za globální problém, je však do určité míry přímo způsobeno charakterem ekonomické globalizace, neboť zisky nadnárodních společností z výroby, lokalizované v rozvojových zemích, slouží mimo jiné ke kumulaci bohatství ve světě vyspělém (jsou rozděleny ve formě dividend akcionářům nebo znovu investovány v jiné části světa či odlišném ekonomickém sektoru). Celosvětový charakter, průběh nebo dopad některých jevů, procesů a problémů nás opravňuje nazývat je globálními; globalizačními procesy však z valné většiny nejsou, ani s nimi nemají žádný příčinný vztah.

Sýkora, L. (2000): Globalizace a její společenské a geografické důsledky. In: Jehlička, P., Tomeš, J., Daněk, P. eds, Stát, prostor, politika: vybrané otázky politické geografie, s. 59-79. Praha, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta UK.

Její formy, rychlost a charakter důsledků se mohou ve specifických místních podmínkách a za současného působení rozmanitých vlivů z regionálních a národních kontextů značně lišit. Ne každá lokalita, město nebo region jsou stejným způsobem integrovány do globálního systému. "Globální ekonomika sice objímá celou planetu, ale ne všechny regiony nebo jejich obyvatele. Ve skutečnosti je do globální ekonomiky integrována pouze menšina lidí ..." (Castells 1993). Hlavní funkce ekonomického systému a jejich prostřednictvím hlavní ekonomická a politická centra jsou sice vzájemně provázány a integrovány do globální ekonomické sítě, ale na druhé straně mnoho ostatních

lidí, měst, regionů a zemí je z participace na utváření globální ekonomiky vyčleněno. Globalizace tak dále prohlubuje nerovnoměrný geografický vývoj.

Pojem globalizace (**global village**) použil jako první v 60. letech Kanaďan Marshall McLuhan ke zdokumentování dopadů rozvoje nových komunikačních technologií na ekonomický a společenský život. Argumentoval tím, že časo-prostorová komprese v současnosti zcela změnila měřítko nejjintenzivnějších lidských vztahů.

Žádná společnost na Zemi (až na výjimky) není úplně oddělena od ostatních a i v nevyspělejších zemích jsou lidé v řadě případů odkázáni na zboží vyrobené v zahraničí.

Ekonomické vztahy se přenesly na globální úroveň, což vede k oslabování dalších úrovní - místní, regionální, či národní. Mc Luhan tvrdil, že zejména **národní státy** ve svých tradičních hranicích přestávají být významnými – ať už z hlediska ekonomického (internacionalizace a globalizace kapitálu, nadnárodní společnosti) či z hlediska kulturního – dochází k tzv. kulturní homogenizaci, standardní poptávce a spotřebě.

Kolaps geografického prostoru

Řada autorů hovoří v souvislosti s globalizací o tzv. kolapsu geografického prostoru, či „smrti vzdálenosti“. Poukazují tak na fakt, že samotná fyzická vzdálenost má na intenzitu společenských a zejména ekonomických vztahů stále menší vliv.

V současné době stále významnější měrou přispívá ke zhroucení vzdálenosti boom telekomunikačních technologií. Souvisí to s tím, že stále více ekonomických výkonů spadá do vybraných odvětví terciárního sektoru, jehož produkty (služby) mají často charakter informací – jsou bezhmotné a snadno transportovatelné pomocí telekomunikací. Éra odstartovaná telegrafem, po dlouhou dobu dominovaná telefonem se nyní dostává do fáze internetu. Tzv. časoprostorová komprese se vztahuje k současné kompresi (stlačení) našich současných prostorových a časových světů způsobené rozvojem telekomunikací. Časoprostorová komprese světa ovšem pro všechny skupiny obyvatel, podniků či regionů stejná (*Sto dvacet pět let od vynálezu telefonu více než polovina světové populace nikdy neuskutečnila telefonní hovor a žije dále než pět kilometrů od pevné telefonní linky; tři čtvrtiny všech mezinárodních hovorů se vedou v trojúhelníku Evropa-Severní Amerika-Japonsko; 97% internetových domén je zaregistrováno v rozvinutých zemích a třetina všech uživatelů Internetu – kteří zatím tvoří okolo 5% světové populace – pochází z USA*). Časoprostorová komprese (jde o popis spíše společenských vztahů) by se neměla zaměřovat s tzv. časoprostorovou konvergencí (ta je měřitelným indexem definujícím míru, s jakou se jednotlivá konkrétní místa navzájem dopravně či komunikačně přibližují - lze ji dokumentovat např. klesajícími cenami dálkové přepravy zboží či osob a stále menším podílem dopravních nákladů na výsledné ceně výrobků).

Ekonomická globalizace

Hnacím motorem globalizace je **globalizace ekonomická**, tj. hluboké změny v organizaci a řízení výroby a služeb na světové úrovni. V tradičních společnostech měla výroba převážně lokální charakter. Obchodníci sice často cestovali, nicméně tento meziměstský obchod byl většinou omezen pouze na luxusní zboží určené menšině obyvatelstva. Teprve rozvoj moderního průmyslu odstranil tzv. lokalizovaný charakter průmyslové výroby a začlenil výrobce a spotřebitele do systému nejprve regionální, národní či dokonce mezinárodní dělby práce.

Nedokonalost komunikačního systému, celní bariéry, silný vliv hranic na tok osob posílili v minulosti **roli národního státu** - výměna zboží a služby nemohly být v průmyslovém období dosud dostatečně internacionalizovány. I v době, když už pokroky v dopravě a bezhotovostním pohybu kapitálu umožňovaly zvýšení prahových limitů dosahu u řady služeb a zboží a překročení národních hranic, právě legislativní, administrativní bariéry a kvalifikační bariéry byly překážkou.

Vzhledem k ceně přenosu informací byly řetězce výroby uspořádané v kontextu národního prostoru. Kvůli obtížím při přenosu technického know-how si staré industriální země udržely téměř monopolní postavení od konce 19. století.

Zevšeobecňování vzdělávání a nové technologie založené na snadno přenositelné vědecké bázi otevřely možnosti celosvětově lokalizované výroby. Rychlá doprava a komunikace umožnily řízení vzdálených podniků a tok komponent či polotovarů z různých světových míst.

Ekonomická globalizace spočívá ve 4 hlavních bodech:

1. integrace národních ekonomik do světového systému;
2. růst znalostní ekonomiky a ekonomiky služeb;
3. konec bipolárního uspořádání světa a ekonomických bojů mezi západním a východním blokem;
4. vytvoření nových obchodních bloků.

Fáze ekonomické globalizace

Fáze 1 – počátek v 19. století a rozšíření okolo roku 1940. Zahraniční investice směřovaly k zajištění surovinových zdrojů pro firmy v rámci národních ekonomik (šlo o tzv. „backward linkages“, kdy firmy obsazují aktivity proti směru výrobního procesu, opakem je pak tzv. „forward integration“, kdy firma ovládne např. velkoobchod či prodej svých výrobků, tj. rozšiřuje své aktivity po směru výrobního procesu). Některé aspekty mezinárodně organizované produkce, včetně existence nadnárodních společností, se formovaly již v 19. a první polovině 20. století v souvislosti s dobýváním nerostného bohatství v rozvojových zemích, s cílem zajistit si přísun vstupních surovin pro domácí výrobu. Spadá sem tedy i období kolonialismu, kdy kolonie (formální i neformální) sloužily jako surovinové zázemí pro rozběh průmyslové revoluce v koloniálních velmocích a v pozdějším období jako odbytiště výrobků. Kolonie zároveň byly i místy pro reinvestování zisku. Již v polovině 19. století např. Velká Británie podporovala hospodářskou politiku volného trhu vědoma si svého náskoku v průmyslové výrobě. Po recesi hospodářství v roce 1873 začala řada významných států vytvářet celní bariéry k podpoře domácího průmyslu.

Fáze 2 – vzorec výrobních aktivit se po II. světové válce vrátil do stavu ve 30. letech – toto územní rozložení výroby však už nevyhovovalo novým ekonomickým podmínkám založeným už na úsporách z rozsahu a specializaci. Po druhé světové válce některé firmy (hlavě americké, například Ford, General Motors či Exxon) začaly kupovat výrobní závody v jiných zemích, aby si zajistily místní trhy. Marshallův plán, NATO a rozmístění amerických jednotek v Německu umožňovalo americkým firmám zprostředkovat si informace o spotřebitelských požadavcích evropských trhů. Hlavním cílem takové expanze bylo přiblížení výroby k trhu se zbožím; budované výrobní kapacity sloužily především dodávkám na místní trhy.

Fáze 3 – proces ekonomické integrace v mezinárodním měřítku byl významně urychlen některými událostmi z konce šedesátých a první poloviny sedmdesátých let 20. století. Koncem šedesátých let se ve většině vyspělých zemí projevovalo zpomalení poválečného ekonomického růstu. Zároveň došlo k rozpadu systému regulace mezinárodního obchodu zakotveného bretonwoodských dohodách (dohody Organizace spojených národů v r. 1944 – cílem bylo vytvoření hospodářského systému vedoucího k rychlé poválečné obnově; tento systém podporoval internacionalizaci zajištěním stabilního ekonomického, a zejména finančního prostředí pro mezinárodní obchod; vytvořil systém pevných směnných kurzů hlavních světových měn). Ropná krize v první polovině 70. let a následující ekonomická recese vytvořily prostředí, vyžadující od firem radikální snižování nákladů. Firmy, které chtěly zvýšit nebo alespoň zachovat úroveň zisků a akumulace kapitálu, začaly aplikovat nové strategie rozvoje, charakterizované mezinárodní expanzí. V 70. letech vzrůstá silná konkurence tzv. NICs s levnou pracovní silou (NICs = **newly industrialised countries**; Korea, Mexiko, Taiwan, apod.). Evropské a japonské firmy vstupují na americký trh – to vedlo k další restrukturalizaci amerických firem a odstraňování duplikací mezi domácí a zahraniční výrobou.

Existuje mírný rozdíl mezi **internacionalizací** a globalizací. Internacionalizace je pouhým rozšířením ekonomických aktivit za státní hranice – to vede k většímu geografickému pokrytí, ale ne k výraznějším změnám ve struktuře ekonomických vazeb. Jinými slovy jde v případě internacionalizace o obchod s produkty vytvořenými v rámci národních hospodářství.

Globalizace už vede k výraznějšímu „přesakování“ národních států, především díky nadnárodním společnostem operujícím bez nějakého skutečného vztahu k místu. V rámci globalizace se už určité oblasti proměňují, specializují v rámci globální dělby práce. Obě dvě varianty ko-existují.

Významným předpokladem pro vytvoření světového systému globálního obchodu byly **deregulace**, tj. opatření směřovaná k odstranění hlavních bariér volného obchodu. Postupné uvolňování zahraničního obchodu probíhalo v rámci jednání GATT (Všeobecné dohody o clech a obchodu – General

Agreement on Tariffs and Trade) – vytvoření globálního kasina, daňových rájů (Kypr, Kajmanské ostrovy). Zatím ovšem platí, že **trhy zboží** (např. evropský jednotný trh) jsou propojeny daleko více než **trhy práce** (ty často zůstávají sevřené národními hranicemi) – výjimkami mohou být trhy mozků. Dalším z deregulačních opatření byl pak pokles významu sociálního státu a pronikání liberálních politik od 70. let 20. století – řada aktivit veřejného sektoru byla privatizována. Vrcholem je pak rozvíjející se systém pobídkových schémat, pomocí kterých se snaží národní či regionální úroveň přilákat zahraniční mobilní kapitál/investice.

V oblasti politicko-ekonomické globalizace je frekventovaným tématem postupné snižování významu národního státu. Relativní pokles významu státu jako ekonomické jednotky bývá však často přeceňován – stát stále ještě hraje významnou roli při nastavení základního prostředí (např. právního, daňového, apod.). Tyto regulační nástroje však, jak uvádí, jsou stále častěji delegovány na regionální či lokální úroveň (rescaling), popřípadě jsou „odsávány“ shora integračními procesy (přesun vybraných kompetencí členských států EU na evropské orgány).

Nadnárodní firmy

Národní státy jsou hlavními hráči globálního politického řádu, velké korporace velkými hráči globálního ekonomického řádu. Všechny národní státy ve vyspělých oblastech světa jsou odkázány na průmyslovou produkci utvářející bohatství, ze kterého se odvíjejí daňové příjmy státu.

Od konce 2. světové války, a zejména pak od 80. let 20. století, však vedla rozsáhlá internacionalizace vlastnictví a řízení velkých firem k narůstající vzájemné propojenosti a integraci produkce zboží a služeb na nadnárodní úrovni. Vůdčími aktéry globalizace jsou **nadnárodní společnosti** (NNS, MNCs, TNCs).

Vznik společností s obchodními zájmy mimo území jejich domovských zemí byl součástí už ranných fází vzniku mezinárodní ekonomiky. Už v 15. století vznikaly v Evropě první obchodní společnosti s mezinárodním rozpětím. Společnosti jako např. *East India Company*, *Hudson's Bay Company* a další vytvořily velká obchodní impéria s globálním dosahem. Jejich důvodem vzniku a fungování však byl obchod, nikoli výroba. Firmy, které lokalizovaly výrobu mimo území mateřského státu, se pouze velice zvolna začaly objevovat v druhé polovině 19. století a k jejich většímu rozmachu došlo až před I. světovou válkou (zejména americké, britské firmy., resp. firmy z kontinentální Evropy).

Různé zdroje odhadují, že TNC se podílejí zhruba 2/3 na světovém exportu zboží a služeb (reálné číslo bude patrně ještě vyšší, jelikož sem nejsou započítávány transakce uvnitř firem). V současnosti se nejenom hospodářství jednotlivých států, ale i světová ekonomika se výrazně koncentrují a začínají být dominovány několika málo velkými firmami. Mnohé sektory světové produkce - např. výroba agrochemikálií - jsou tzv. oligopoly, ovládány třemi nebo čtyřmi koncerny s dominantním postavením. Podílejí se na 1/5 až 1/4 produkce v tržních ekonomikách. Jejich globální záběr jim umožňuje daleko efektivněji reagovat na výkyvy světového trhu.

Obrat řady největších firem je větší než hrubý národní produkt řady národních ekonomik – otevírá se tak možnost stimulace či destabilizace států prostřednictvím finančních operací.

Dle jedné z teorií vzniku nadnárodních společností se začíná firma angažovat v zahraničí pokud jsou naplněny 3 podmínky:

1. firma nabývá nějaké specifické či vlastnické výhody, které nejsou dostupné dalším konkurujícím firmám z jiného národního prostředí (vlastnictví nějakého know-how, technologický kapitál, monopol v určité oblasti, apod.);
2. tyto výhody využívá sama, než aby je prodala firmám jiným (internalizace výhod);
3. musí existovat určité výhody specifické lokalizace, které jsou dostatečně atraktivní pro zahraniční firmu, aby je využívala lokalizační výhody se mohou vztahovat k trhu, zdrojům, produkčním nákladům, politickým podmínkám či kulturním a jazykovým spřízněnostem).

Dalším z možných vysvětlení vzniku TNCs je tzv. product life-cycle teorie (teorie životního cyklu výrobku). Rozlišuje několik vývojových fází nadnárodní firmy:

- **inovační fáze** – firma vyvíjí výrobek, inovuje a po nějaký čas zůstává v zemi svého původu;
- **fáze zralosti** – firma reaguje na kroky svých největších konkurentů; uplatňuje tzv. *follow-the-leader* strategii, tj. založení zahraničních poboček hlavní firmou na trhu v daném odvětví vyvolá podobnou aktivitu i u dalších společností stejného zaměření; to vede ke shlukování investic v místě a čase ve snaze zajišťovat si místo na trhu a nenechat se vytlačit konkurencí;
- **fáze stárnutí** – místa výroby jsou podmíněna zejména výší pracovních nákladů – vyhledávány jsou zejména levné lokality.

Giddens cituje jednoduché rozdělení nadnárodních koncernů do 3 typů:

etnocentrické – strategie firmy je určována či naplňována z ústředí v místě jejího vzniku. Dceřinné pobočky jsou jakýmsi kulturními klony s uniformními standardy a normami;

polycentrické – pobočky jsou relativně nezávislé na ústředí a mohou praktikovat relativně autonomní politiku;

geocentrické – jejich manažerská struktury jsou zcela mezinárodní, manažeři se dle potřeby pohybují z jednoho státu do druhého.

Relativně složitější členění pak nastiňuje Dicken:

1. **multinárodní organizační model** – vznikl v meziválečném období, nadnárodní firmy byly politickými, ekonomickými a společenskými faktory postupně přinuceny k decentralizaci svých aktivit, tak aby vyhověly rozdílům jednotlivých národních trhů. Tento typ je charakteristický poměrně velkou autonomií jednotlivých poboček a jejich místní orientací, jednoduchou finanční a administrativní kontrolou a pouze koordinační rolí ústředí. Celá firma je chápána spíše jako soubor jednotlivých národních společností. Typické pro evropské firmy expandující do zahraničí.
2. **mezinárodní organizační model** – vznikl v 50., 60. letech v důsledku organizačních zvyklostí amerických firem expandujících do zámoří. Relativně centralizovaným řízením si chtěly ochránit svou technologickou a marketingovou převahu. Typickou je hlubší a formálně silnější kontrola poboček centrem. Nevýhodou je ovšem nižší reakční schopnost na výkyvy místního trhu.
3. **klasický globální organizační model** – jedna z nejrannějších forem mezinárodních ekonomických aktivit a zároveň model používaný japonskými společnostmi při jejich pozdní internacionalizaci/globalizaci. Jde o velmi centralizovaný systém, kdy pobočky jsou pouze implementačními jednotkami realizujícími politiky a strategie centra. Zvláštnosti místních trhů jsou zpravidla ignorovány.
4. **komplexní globální organizační model** – je výsledkem snahy firem použít přednosti z každého z výše představených organizačních modelů. Znakem je velice flexibilní přizpůsobování firemní struktury, odstupování od hierarchické strukturace firem a vytváření celé sítě vazeb mimo firmu samotnou (kooperační, víceméně neformální vazby – clusters, keiratsu).

Obecně lze rozdělit strukturu nadnárodní firmy do tří úrovní. Ústředí na nejvyšší úrovni se zabývá především dlouhodobým plánováním korporátních aktivit, jde o kreativní nerutinní činnosti spojenou s potřebou vysoké mobility (dopravně dostupná centra) a častých face-to-face kontaktů (velké metropole). Na druhé hierarchické úrovni leží rutinní administrativní činnosti, jejichž dostupnost může být zprostředkována nepřímo pomocí telekomunikací. Na třetí hierarchické úrovni leží rutinní organizace práce ve výrobní pobočce – lokalizace závisí především na kvalitě a dostupnosti pracovní síly.

Mezinárodní dělba práce, FDI

Nová **mezinárodní dělba práce** má v různých regionech světa odlišné dopady. Ve vyspělých zemích světového jádra dochází v důsledku přemísťování primárních výrob do rozvojových zemí k **deindustrializaci**, která má výrazný vliv na růst nezaměstnanosti. Na druhé straně se zde koncentrují ředitelství nadnárodních společností, oddělení výzkumu a vývoje a technologicky náročná odvětví. V jádrových oblastech vyspělých zemí tak výrazně rostou především výrobní služby, zahrnující služby finanční (banky, pojišťovny, investiční společnosti) a další služby pro podniky (realitní, poradenské, právní a účetní firmy, reklamní agentury, apod.).

Země světové semiperiferie, zejména nově industrializované země, získávají rozvojové impulsy z participace na rozvoji globální ekonomiky. Nižší úrovně firemního řízení a pobočky nadnárodních společností v oblasti výrobních služeb se lokalizují v hlavních a největších městech. Přímé zahraniční investice nadnárodních společností přinášejí pracovní místa, lepší technologie a celkový ekonomický rozvoj, neboť některé místní firmy se mohou podílet na subdodávkách. Nejnovější technologie a hlavně výzkum a vývoj však zůstávají ve vyspělých zemích. NNS v zemích světové semiperiferie zakládají především výroby náročné na množství pracovní síly. Výrobní technologie jsou vzhledem k předchozímu stavu ekonomik těchto zemí sice pokročilé, nikoliv však vzhledem k vyspělým a kapitálově náročným výrobám vyspělého světa. Pokrok může tudíž zároveň znamenat i pokračující

prohlubování rozdílů mezi vyspělými zeměmi světového jádra a oblastmi světové semiperiferie.

Ekonomická globalizace je zprostředkovávána především skrze tzv. **přímé zahraniční investice** (=FDI; foreign direct investments). Jsou sice pouze jedním z mnoha, nicméně velice důležitým ukazatelem aktivit a prostorového rozložení nadnárodních společností (nezahrnují další formy a postupy, pomocí kterých si TNC organizují mezinárodní produkci – např. různé typy aliancí či smluv exkluzivní spolupráce).

Globalizace finančního trhu

Vedle nadnárodní organizace produkce došlo v posledních desetiletích k vytvoření nového mezinárodního finančního systému, založeného na kontinuálním 24-hodinovém obchodování s měnami, akciemi a dalšími finančními produkty, zejména prostřednictvím tří největších finančních center v New Yorku, Londýně a Tokiu. Globalizace finančních trhů začala vytvořením eurodolarových trhů v sedmdesátých letech (reakce na nárůst cen ropy a hromadění tzv. petrodolarů zeměmi vyvážejícími ropu) a byla stimulována uvolněním směnných kurzů měn a deregulací finančních trhů aplikovanou od počátku 80. let.

Od chvíle **kolapsu fixních kursů měn**, elektronický trh s národními měnami prudce expandoval. Elektronické systémy umožňují přesunovat bankám obrovské objemy Elektronizace finančních trhů umožnila také jejich rychlou internacionalizaci.

Nutno dodat, že dopad byl mnohem výraznější v obchodu s penězi, spekulacemi než v oblasti přímého investování. Národní hranice v tomto ohledu hrají poměrně malou roli. Od konce 80. let se postupně odděluje reálná ekonomika výroby a obchodu se zbožím a službami od symbolické ekonomiky finančních transakcí. Vytváří se tzv. **kasinová ekonomika**, tj. virtuální ekonomika, kde spekulanti se směnnými kurzy, akciemi a jinými finančními produkty přemísťují v rámci globální ekonomiky obrovské sumy peněz.

Kulturní dopady globalizace

Určitým dopadem může být **kulturní homogenizace**, která v podobě sblížení jednotlivých národních či regionálních kultur bývá připisována především časoprostorové kompresi, resp. působení globálních médií a komunikačních systémů. Projevuje se především v tzv. **globalizaci spotřeby**, kdy spotřebitelé v různých zemích poptávají podobné věci a sdílejí podobné kulturní symboly. Jinými slovy kulturní globalizace je často chápána jako vytváření univerzálního marketingového prostředí, ve kterém by mohly nadnárodní společnosti univerzálně uplatňovat své výrobky bez ohledu na regionální specifika (viz Coca-cola, McDonalds). Zejména pro nadnárodní korporace je výhodné, když působením globálních reklamních kampaní rozšíří trhy. Přizpůsobení se zvláštnostem regionálních trhů totiž bývá v řadě případů značně ekonomicky náročné - globalizace kulturní tak de facto předchází ekonomické globalizaci. Rozsáhlé marketingové průzkumy často odhalují tzv. globální elity či globální střední třídu s určitými uniformními spotřebními preferencemi ve prospěch tzv. globálních značek (global brands).

Globalizace médií

Právě globalizace médií je v řadě případů chápána jako nutná podmínka pro rozeběhnutí mechanismů kulturní globalizace.

Počátkem tzv. masových médií jsou noviny. Deníky s tisíci či miliony čtenářů se vyvinuly až na konci 19. století – vznik denního tisku byl však nesmírně závažný pro rozvoj moderních masmédií, jelikož se zde poprvé sešlo mnoho různých typů informací koncentrovaných do rozsahově omezeného a snadno reprodukovatelného formátu. Po více než půl století pak noviny představovaly hlavní způsob masového informování veřejnosti. Jejich význam začal klesat s rozvojem rozhlasu, filmu a především televize. Ta se staly nejvýznamnějším trendem v oblasti masových médií za posledních 30 let. Především televize se stává nástrojem, který nám svět nejen reprezentuje, ale také ve stále větší míře definuje. Tento stav se nazývá tzv. hyperrealitou.

Pokud si dnes většina lidí uvědomuje, že žije „v jednom světě“, má na tom velký podíl především mezinárodní rozsah médií. Tento stav je výsledkem vzniku tzv. světového informačního řádu – mezinárodního systému výroby, distribuce a spotřeby informací. Podobně jako jiné aspekty „globální společnosti“ se i tento informační řád nerozvíjí rovnoměrně, nýbrž odráží rozdíly mezi vyspělým a tzv. třetím světem. Např. podobně jako ve výrobní sféře dochází ke koncentraci prostřednictvím velkých nadnárodních společností, tak i v prostředí informačního zpravodajství jsou zdrojem naprosté většiny zpráv 4 agentury – Agence France-Presse, Reuters, AP a UPI.

Poměrně silné postavení vyspělých států a zejména pak USA v mediální produkci a distribuci způsobilo, že někteří autoři hovoří o tzv. mediálním imperialismu. Podle jejich názoru vzniká kulturní impérium, vůči němuž jsou zranitelné zejména země Třetího světa, které nemají dostatek prostředků pro udržení vlastní kulturní nezávislosti. V tomto případě nejde pouze o populární zábavu, ale také o informační obsah světové zpravodajství – většina zpráv je konstruována a nazírána z pohledu vyspělých zemí a zemím Třetího je věnována často pozornost pouze v souvislosti s krizemi či vojenskými konflikty.

Ve světě tak vzniká nové informační prostředí a kulturní prostředí komerčního charakteru, které do velké míry určuje témata celosvětových debat.

Související literatura

➔ DICKEN, P. (1998): *Global Shift - Transforming the World Economy*. Paul Chapman Publishing, London, 496 s.

- HAGGETT, P. (2001): *Geography: A Global Synthesis*. 672 s.
- GIDDENS, A. (2001): *Sociologie*. Praha, Argo, 595 s.
- SÝKORA, L. (2000): Globalizace a její společenské a geografické důsledky. In: Jehlička, P., Tomeš, J., Daněk, P., *Stát, prostor a politika – vybrané otázky politické geografie*. Praha, Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy, s. 59 – 79.