

## SPIS TREŚCI

Wstęp .....	7
Rozdział I. Imperializm kulturowy. Próba rekonstrukcji głównych założeń i twierdzeń teorii.....	15
1. Uwarunkowania historyczne poprzedzające powstanie teorii .....	15
2. Imperializm kulturowy — narodziny pojęcia.....	21
3. Rozwój teorii .....	25
3.1. Stany Zjednoczone Ameryki .....	25
3.2. Europa.....	27
3.3. Ameryka Łacińska.....	29
4. Globalna debata na temat ładu komunikacyjnego.....	30
5. Problem imperializmu kulturowego we współczesnej literaturze .....	34
6. Główne założenia teoretyczne .....	37
Rozdział II. Nowe supermedium masowe — globalna metasieć komputerowa.....	43
1. Historia komputera .....	44
1.2. Kalendarium rozwoju .....	49
2. Historia Internetu.....	56
2.1. Początki.....	56
2.2. Kalendarium rozwoju .....	58
3. Geografia Internetu.....	66
4. Wybrane aspekty prawno-administracyjne funkcjonowania Internetu .....	76
Rozdział III. Monopolizacja sektora komunikacji: tradycyjne media masowe i Internet .....	83
1. Monopolizacja sektora mediów masowych. Aspekty modelowe i praktyczne .....	84
1.1. Funkcjonowanie rynku mediów — wybrany aspekt ujęcia modelowego .....	85
1.2. Funkcjonowanie rynku mediów (globalnych) — wybrane aspekty praktyczne.....	88

2. Współcześni monopolisci sektora komunikacji — tradycyjne media masowe .....	96
2.1. General Electric .....	97
2.2. The Walt Disney Company .....	98
2.3. American Telephone and Telegraph (AT&T) .....	100
2.4. News Corporation .....	102
2.5. Viacom .....	103
2.6. Bertelsmann AG .....	104
2.7. Sony Corporation .....	105
2.8. Time Warner oraz AOL .....	106
3. Monopoliści sektora technologii teleinformatycznych — sprzęt i oprogramowanie.....	109
Rozdział IV. Internet jako narzędzie imperializmu kulturowego .....	125
1. Internet jako składowa kultury symbolicznej i kultury techniczno-użytkowej .....	126
1.1. Determinanty działań ludzkich w społeczno-regulacyjnej koncepcji kultury .....	126
1.2. Praktyka i świadomość (społeczne) w społeczno-regulacyjnej teorii kultury.....	130
1.3. Kultura (jako zespół form świadomości społecznej) .....	136
1.4. Tożsamość kulturowa i niektóre kwestie uczestnictwa w kulturze .....	138
2. Media masowe i Internet jako zinstytucjonalizowane formy przemocy symbolicznej .....	140
2.1. Koncepcja przemocy symbolicznej Pierre'a Bourdieu.....	140
2.2. Internet jako zinstytucjonalizowana forma przemocy symbolicznej .....	144
Zakończenie .....	155
Bibliografia .....	162
Źródła elektroniczne .....	167
Wykaz tabel i rysunków.....	172