

INTERNET JAKO NARZĘDZIE
IMPERIALIZMU KULTUROWEGO

THE POZNAŃ SOCIETY FOR THE ADVANCEMENT OF THE ARTS AND SCIENCES
INSTITUTE OF EUROPEAN CULTURE,
ADAM MICKIEWICZ UNIVERSITY IN POZNAŃ

GNIEZNO EUROPEAN STUDIES MONOGRAPH SERIES
VOL. 3

PIOTR PAWLAK

INTERNET — THE INSTRUMENT OF CULTURAL IMPERIALISM

The book “Internet — the instrument of cultural imperialism” discusses the problem of the relation between the contemporary culture and modern mass media, with a special emphasis put on the Internet. The author uses the concept of cultural imperialism in order to describe the phenomena from the field of culture and media, considering the usability of this theory for the contemporary analysis in the field of culture and media knowledge. The sphere of culture has been always connected with interpersonal communication. All changes in the way of communicating exert impact on the shape of culture. The arrival of traditional media (the press, television) rendered it possible to communicate on the mass scale, which resulted in considerable changes in the broadly understood culture. The introduction of the youngest medium — the Internet — has revolutionised and thus accelerated these changes. The text presented here presents an analysis of the processes underlying the contemporary cultural transformation as well as its directions. The book discusses the problem of economic and political as well as historical determinants of the contemporary communication. The text elaborates the title concept of cultural imperialism, presents the cultural origin of the Internet and describes a number of problems from the field of the modern mass media market, particularly modern information and communication technologies.

PUBLISHING HOUSE OF THE POZNAŃ SOCIETY
FOR THE ADVANCEMENT OF THE ARTS AND SCIENCES

POZNAŃSKIE TOWARZYSTWO PRZYJACIÓŁ NAUK
INSTYTUT KULTURY EUROPEJSKIEJ
UNIWERSYTETU IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
GNIEŹNIEŃSKIE STUDIA EUROPEJSKIE — SERIA MONOGRAFIE
T. 3

PIOTR PAWLAK

INTERNET JAKO NARZĘDZIE IMPERIALIZMU KULTUROWEGO

Redaktor tomu
Marek Kaźmierczak

Redaktor serii
Leszek Mrozewicz



Poznań–Gniezno 2011

WYDAWNICTWO POZNAŃSKIEGO TOWARZYSTWA PRZYJACIÓŁ NAUK

POZNAŃSKIE TOWARZYSTWO PRZYJACIÓŁ NAUK
POZNAŃ SOCIETY FOR THE ADVANCEMENT OF THE ARTS AND SCIENCES
www.ptpn.poznan.pl dystrybucja@ptpn.poznan.pl

Główny Redaktor Wydawnictw PTPN

Barbara Judkowiak

Studia Europaea Gnesnensia — seria monografie, t. 3

Redaktor serii

Leszek Mrozewicz

Recenzenci

Andrzej Kocikowski, Michał Musielak

Redakcja językowa i korekta

Paulina Jeske-Choińska, Hanna Kossak-Nowocien

Układ stron i redakcja techniczna

Teodor Jeske-Choiński

Projekt okładki

Dariusz Jabłoński

Copyright © by Authors & IKE & PTPN

ISBN 978-83-7654-110-5

ISSN 2082-596X

Adres redakcji

ul. Kostrzewskiego 5–7, 62–200 Gniezno
tel. 61 4237000, 61 4237019, faks 61 4237002
e-mail: seg@amu.edu.pl

Publikacja sfinansowana ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego
oraz Starostwa Powiatowego w Gnieźnie



Powiat Gniezno
Królewska Tradycja



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 metaseć 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 monopolści 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 |