

Spis treści

Spis rysunków, tabel i analiz	IX
Przedmowa	XI
Podziękowania	XII
1 Wprowadzenie do globalnych mediów: podstawowe pojęcia	1
Media i władza	5
Rynki medialne: odbiorcy, reklamodawcy, finansowanie i treści	11
Organizacje medialne i polityka medialna	17
Media i kultura	23
Nowe technologie medialne	26
Media w przestrzeni: media globalne	29
2 Teorie globalnych mediów	35
Wstęp	35
Krytyczna ekonomia polityczna	35
Studia kulturowe	44
Instytucjonalizm, korporacje medialne i polityka publiczna	50
Nowe spojrzenie na kompetencje państwa: badania polityki kulturalnej	55
Geografia kulturowa i gospodarcza	59
Teorie silnej globalizacji i ich przedstawiciele	63
Teorie silnej globalizacji: krytyka	68
3 Globalizacja i globalne korporacje medialne	77
Wprowadzenie: globalizacja i media	77
Krytyczna ekonomia polityczna i globalne media	84
Przeciw tezie o globalizacji mediów	93
Przeciw tezie o globalizacji mediów: instytucjonalizm i teorie gospodarcze	94
Przeciw tezie o globalizacji mediów: „wskaźnik transnarodowości”	
Komisji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD)	99
Nowe teorie globalizacji a inwestycje zagraniczne z perspektywy geografii gospodarczej	107

4 Globalne media, gospodarka oparta na wiedzy i nowa konkurencja	115
Wprowadzenie	115
Gospodarka oparta na wiedzy	116
Nowa konkurencja	120
Organizacja sieciowa	124
Klastry i geografia gospodarcza przewagi konkurencyjnej	127
Globalne sieci produkcyjne	132
Globalizacja i trwałe, społeczne zakorzenienie relacji rynkowych	138
Asymetryczna współzależność i rekonwersja kulturowa: różne spojrzenia na płaszczyzny globalne i lokalne	141
Ponowna ocena imperializmu kulturowego z perspektywy kulturowej i gospodarczej	145
Globalizacja centrów produkcji medialnej: „wyścig do dna” czy transfer technologii kulturalnych?	151
5 Globalne kultury medialne	161
Wprowadzenie: cztery ujęcia kultury	161
1. Kultura jako wspólne doświadczenie bezpośrednie	162
2. Kultura jako zapośredniczone komunikowanie symboliczne	163
3. Kultura jako kapitał	165
4. Kultura jako dyskurs polityczny	166
Na styku różnych koncepcji kultury	168
1 i 2: Kultura jako wspólne doświadczenie bezpośrednie/kultura jako zapośredniczone komunikowanie symboliczne	168
1 i 3: Kultura jako wspólne doświadczenie bezpośrednie/kultura jako kapitał	170
1 i 4: Kultura jako wspólne doświadczenie bezpośrednie/kultura jako dyskurs polityczny	171
2 i 4: Kultura jako zapośredniczone komunikowanie symboliczne/kultura jako dyskurs polityczny	173
2 i 3: Kultura jako zapośredniczone komunikowanie symboliczne/kultura jako kapitał	175
3 i 4: Kultura jako kapitał/kultura jako dyskurs polityczny	180
Kultura i obywatelstwo	182
Globalna kultura, tożsamość i hybrydowość	189
6 Od suwerenności do oprogramowania: narodowe polityki medialne w erze globalnych mediów	199
Wprowadzenie: poza kulturę narodową?	199
Polityka medialna a państwo regulacyjne	200
Polityka kulturalna a państwo ochronne: zwyczajny wymiar państwa	203
Ograniczenia polityki kulturalnej w kontekście współczesnych globalnych mediów	206
Polityka wobec przemysłów kreatywnych a państwo wspomagające	208

Polityka kulturalna na szczeblu subnarodowym: kreatywne miasta i kreatywne klastry	216
Polityka medialna i kulturalna na szczeblu ponadpaństwowym: umowy o wolnym handlu, różnorodność kulturowa i globalne społeczeństwo obywatelskie	224
Światowy Szczyt Społeczeństwa Informacyjnego	233
Zakończenie: raz jeszcze o teoriach globalnych mediów	243
Znaczenie globalizacji mediów	246
Gospodarka oparta na wiedzy i przemysły kreatywne: różne koncepcje globalnych mediów	248
Polityka globalizacji a polityka medialna: poza entuzjazm i krytykę	251
Bibliografia	255
Indeks nazwisk	293
Indeks rzeczowy	299