

## SPIS TREŚCI

Wstęp.....	5
Wszechmocne media czyli efekt zastrzyku.....	7
<b>Komunikowanie masowe i interpersonalne – wzajemne zależności...</b>	13
Przywódcy opinii.....	13
Aktywne audytorium.....	15
Korzyści płynące z mediów.....	18
Zagadnienie dyfuzji informacji.....	22
<b>Skutki oddziaływania mediów.....</b>	28
Typologia skutków oddziaływania mediów.....	28
Indywidualny i zbiorowy skutek oddziaływania mediów.....	31
Funkcje mediów.....	37
<b>Czynniki warunkujące skuteczność oddziaływania mediów.....</b>	41
Kontekst komunikacyjny.....	41
Nadawca.....	42
Przekaz.....	45
Kanał.....	51
Odbiorca.....	54
<b>Wybrane hipotezy dotyczące oddziaływania mediów.....</b>	61
Hipoteza „użytkowania i korzyści”.....	61
Hipoteza „porządku dnia” (agenda setting).....	62
Hipoteza „luki informacyjnej”.....	63
Hipoteza „spirali milczenia”.....	64
<b>Bibliografia.....</b>	66