

SPIS TREŚCI

LID	9
CZĘŚĆ I. O KOMUNIKOWANIU. VARIA – KONCEPCJE	17
A. O KOMUNIKOWANIU	19
• komunikowanie „do” i „dla” • cztery podsystemy J. Habermasa • sztuka vs komunikowanie • nadawca – odbiorca • akt komunikowania • język – kod • wypowiedź według F. de Saussure’a • znak – symbolizacja – podzielenie znaczenia • klasyfikacja znaków • kanał – media • podział mediów • informacja – przekaz • definicje i cechy informacji • kontekst – sytuacja • zakłócenia – szumy • definicje komunikowania • akt mowy R. Jakobsona • funkcje komunikowania • podział komunikowania • poziomy komunikacji • etapy rewolucji komunikacyjnej • przyczyny rozwoju komunikowania •	
B. VARIA – KONCEPCJE	43
• koncepcja prapisma J. Derridy • Arystotelesa koncepcja politycznego języka • komunikowanie – cywilizacja – polityka według J.J. Rousseau • galaktyka Guttenberga (M. McLuhana) • hipoteza determinizmu językowego • koncepcja gramatyki generatywnej • język działania i język myślenia (według B. Malinowskiego) • koncepcja mitu R. Barthesa •	
CZĘŚĆ II. MEDIA MASOWE – DEFINICJA, O PUBLICZNOŚCI	53
A. MEDIA MASOWE – DEFINICJA	55
• zegar mediów • rodzaje komunikowania • co oznacza „masowy” • masy • prasa – definicje • paradygmat prasoznawczy • paradygmat medioznawczy • fazy rozwoju przedsiębiorstwa medialnego • podziały mediów • media drukowane • media elektroniczne • media cyfrowe • media interpersonalne • charakterystyka mediów masowych • tetrad McLuhana • funkcje mediów •	
B. O PUBLICZNOŚCI MEDIALNEJ	81
• podstawowe pojęcia • grupa • krąg społeczny • podstawowe kategorie • tłum • publiczność • widownia • dwie koncepcje publiczności • zajęcia medialne •	

CZĘŚĆ III. DZIEJE MEDIÓW MASOWYCH.

MEDIA DRUKOWANE – ELEKTRONICZNE – CYFROWE.....93

A. MEDIA DRUKOWANE.....95

- powstanie prasy – czynniki polityczne • wątek polski • czynniki społeczne • czynniki kulturowe i technologiczne • pierwociny prasowe i periodyki • tematyka druków ulotnych • pierwsze tytuły prasowe • Merkuriusz Polski • wiek XVII • wiek XVIII • powstanie prasy masowej • komercjalizacja prasy • sensacja prasowa • news • prasa opinii • prasa polska pod zaborami • pisma II generacji • tabloid • tygodniki opinii • wolny czas • zadania publiczne prasy •

B. MEDIA ELEKTRONICZNE.....130

- telegraf • paradoks globalizacji • I prawo mediów • agencje telegraficzne • fotografia • kino • telefonia • odkrycie radiofonii • przypadek Titanica • David Sarnoff • duch nowoczesności • Orson Welles • powstanie radiofonii • początki radiofonii w Polsce • dzieje polityczne radiofonii • charakterystyka radiofonii • media publiczne – pojęcie • koncepcje i strategie wobec mediów publicznych • abonament • radiofonia komercyjna • konwergencja • media publiczne pro-rynkowe • o słuchalności • format radiowy • format muzyczny • wady i zalety formatu • strategie przyszłości radia •

C. TELEWIZJA – RADIOFONIA AUDIOWIZUALNA.....172

- pojawienie się idei telewizji • idea kina • charakterystyka kina • kino jako metafora jaskini Platońskiej • kino jako medium • początki kina na ziemiach polskich • techniczna kronika telewizji • telewizja programowa • początki telewizji w Polsce • i na świecie • Polska Kronika Telewizyjna • etapy rozwoju telewizji • rozwój telewizji światowej w liczbach • charakterystyka telewizji • kino a telewizja • paleotelewizja • neotelewizja • polityczność pilota • telewizja kablowa • rewolucja medialna • teleportacja • satelitarna telewizja • telewizja cyfrowa • telewizja jako ideologia • przyczyny oglądania telewizji •

D. INTERNET i MEDIA CYFROWE.....196

- komputer • definicje internetu • geneza Internetu • kronika powstania komputera osobistego • modele digitalizacji • charakterystyka internetu • paradoks związków online • cyberprzestrzeń • cechy komunikowania cyfrowego • telefon komórkowy • społeczeństwo informatyczne • społeczeństwo wiedzy • spór polityczny o wiedzę •

CZĘŚĆ IV. DOKTRYNY MEDIALNE I ROZWIĄZANIA NORMATYWNE.....211

- wolność słowa – wprowadzenie • spór Platona z sofistami • cenzura • historia • definicje • cenzura w PRL • cenzura – różnice podejścia • krytyka cenzury J. Milтона • S. Ossowski • wolność słowa w PRL • koncepcja „czwartej władzy” • E. Burke • „czwarta władza” w Ameryce • klasa medialna • „czwarta władza” w III RP • koncepcja wpływu R. Dahla • przejawy „władzy” mediów masowych • trzy formy władzy mediów • koncepcja sfery publicznej • hipoteza L. Bennetta • demokracja deliberatywna • składniki struktury osobowości wyborcy • koncepcja publiczności i społeczeństwa mas W. Millsa • doktryny medialne • doktryna liberalna • doktryna odpowiedzialności społecznej • interes publiczny •

myśl chrześcijańska • przedsoborowa myśl • myśl soborowa • pożytki społeczne z mediów masowych • Aetatis Novae • trzy modele mediów i polityki • polskie media publiczne • rozwiązanie normatywne • KRRiTv • zadania mediów • misja mediów publicznych • doktryna medialna UE • podstawowe zasady • dyrektywy unijne • „telewizja bez granic” • zasady europejskiego modelu telewizji •

CZĘŚĆ V. FUNKCJONOWANIE MEDIÓW MASOWYCH 255

• definicja modelu • podział modeli • model wszechmocy propagandy • model aktu perswazyjnego • model przekazu sygnałów • model topologiczny • dwustopniowy model przepływu informacji i opinii • model ekspresyjny • model rozgłosu • model recepcji • metafory mediów • miejsce mediów w życiu publicznym • środki masowego przekazu a polityka • skuteczność oddziaływania mediów • hipoteza porządku dziennego • hipoteza „spirali milczenia” • hipoteza stymulacji nastrojów • hipoteza dysproporcji informacji • sugestywność prasy drukowanej • hipoteza bezpośrednich efektów • manipulacja • ideologia • propaganda • zagrożenie manipulacją • prawda – fałsz • informacja – manipulacja • środki manipulacji • korupcja dyskursu politycznego • techniki socjotechniki • cele propagandy i wychowania • medialność • *bad news, good news* • zdarzenie medialne • etyka w mediach • obrona prywatności • brutalizacja życia • telewizja jako źródło zagrożeń • problem przemocy i erotyzmu • uznanie za dorosłego • zastosowane propozycje rozwiązań • telewizja zagrożeniem dla demokracji • kultura masowa • cechy produktów kulturowych według U. Eco • koncepcja panoptikonu M. Foucault •

PUENTA 291

bez Zakonczenia 291

SPIS ILUSTRACJI 293

PRZEWODNIK PO KSIĄŻCE 295

LITERATURA 299

I. Dokumenty, antologie 299

II. Teksty 300

III. Kompendia 301

IV. Czasopisma 302

V. Opracowania naukowe..... 302

INDEKS NAZWISK 315

... dokony koncentracji, minimalizacji kosztów. Specjalizacja jest kosztowna, wymaga
... i wyprzedzności. Dla „Kowalskich” jako mię i dla niego, sam Kowalski odchodzi do
... i natychmiastem, informacja prasowa jest jak lala w eterze, powietrze lub
... przynależny do wszystkich, jest bezpłatna i bekosłowna. Dla przedsiębiorstw
... sferze informacyjnej ze sfery społecznej i rynku kosztuje: składają się na to
... działalności i komercyjny, koszty motywacji wzoru transmisyjnego i po

¹ M. Włosek, *Informacja i społeczeństwo*, Warszawa 1982, s. 111.

² „Informacja” prasowa i medialna jest specyficznym „zabójczym” lub „przeżytkowym” Włosek, 1982.