

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I. Nauka o komunikowaniu: paradygmaty, szkoły, teorie (Bogusława Dobek-Ostrowska)	13
1. Paradygmaty	15
1.1. Pojęcie paradygmatu	15
1.2. Paradygmaty w nauce o komunikowaniu	18
1.3. Cztery paradygmaty dominujące	22
2. Szkoły komunikowania	24
2.1. Przedmiot badań	24
2.2. Problematyka badań	26
2.3. Wspólne strategie badawcze	27
2.4. Wspólnota instytucjonalna	28
3. Teorie	29
Uwagi końcowe	35
Bibliografia	38
Rozdział II. Funkcjonalizm amerykański w nauce o komunikowaniu (Ilona Michalak)	40
1. Ogólna charakterystyka funkcjonalizmu strukturalnego	40
1.1. Podstawowa aparatura badawcza	40
1.2. Metody badawcze	42
2. Funkcjonalizm amerykański	43
2.1. Okoliczności powstania i rozwoju badań nad komunikowaniem	43
2.2. Badania nad opinią publiczną	44
2.3. Rola środków masowego przekazu w kształtowaniu wzorów wpływu	44
2.4. Studia nad propagandą radiową i filmem	46
2.5. Funkcje środków masowego przekazu	48
3. Interakcyjny model systemu społecznego Talcotta Parsonsa	52
4. Krytyka strukturalnego funkcjonalizmu	53
Bibliografia	54
Rozdział III. Teoria „użytkowania i korzyści” – fazy rozwoju, podstawowe założenia (Bartłomiej Kołtun)	56
1. Fazy rozwoju badań	57
1.1. Faza opisu	57
1.2. Faza operacjonalizacji	58
1.3. Faza wyjaśnień	59
1.4. Faza konstruowania i weryfikowania teorii	60
2. Podstawowe założenia teorii „użytkowania i korzyści”	60

3. Wyniki badań	62
3.1. Społeczna i psychologiczna geneza korzyści odbiorczych	62
3.2. Podejście z punktu widzenia tzw. wartości oczekiwanej	64
3.3. Aktywność audytorium	65
3.4. Korzyści poszukiwane i uzyskane	65
3.5. Korzyści a konsumpcja przekazów masowych	66
3.6. Korzyści a oddziaływanie mediów masowych	67
4. Perspektywy rozwoju podejścia „użytkowania i korzyści”	68
Bibliografia	72
Rozdział IV. Teoria <i>agenda-setting</i> i jej zastosowanie (Anna Pyzikowska)	74
1. Teoria <i>agenda-setting</i>	75
1.1. Hipoteza	75
1.2. Proces <i>agenda-setting</i>	75
2. Zastosowanie teorii <i>agenda-setting</i> w badaniach	77
3. Krytyka <i>agenda-setting</i>	80
Bibliografia	81
Rozdział V. Interakcjonizm w komunikologii – dramaturgiczna koncepcja życia społecznego Ervinga Goffmana (Marta Kięłdanowicz)	82
1. Goffman i jego teoria	83
2. Podstawowe pojęcia	85
3. Interakcje	86
4. Występy	89
5. Scena i zaplecze	90
6. Osobowość w teorii Goffmana	91
Bibliografia	92
Rozdział VI. Szkoła Palo Alto (Elvira García de Torres)	93
1. Niewidzialny <i>College</i> z pragmatycznym spojrzeniem: Palo Alto	94
1.1. Imię własne: Gregory Bateson	96
2. Model orkiestry: polifonia i sprzężenie zwrotne	98
2.1. Cybernetyka i koncepcja sprzężenia zwrotnego	101
3. Pragmatyka komunikowania międzyludzkiego	103
3.1. Właściwości komunikowania i patologiczne wnioskowanie	105
4. Wnioski końcowe	110
Bibliografia	111
Rozdział VII. Europejska teoria empiryczna: hipoteza spirali milczenia Elisabeth Noelle-Neumann (Emilia Szczesna)	113
Bibliografia	122
Rozdział VIII. Szkoła frankfurcka i jej wkład w rozwój teorii krytycznej (Joanna Gałuszka)	124
1. Powstanie i rozwój szkoły frankfurckiej	125
1.1. Okres europejski	126
1.2. Okres amerykański	129
1.3. Okres zachodnioeuropejski	132

2. Max Horkheimer	134
2.1. Krytyka „oświecenia”	134
2.2. Krytyka rozumu instrumentalnego	136
3. Theodor W. Adorno	139
4. Herbert Marcuse	142
Bibliografia	146

Rozdział IX. Druga generacja szkoły frankfurckiej – teoria działania komunikacyjnego Jürgena Habermasa (Sławomir Seredyn)	147
1. Mechanizmy koordynacji działania implikowane różnymi jego modelami	148
2. Imperatywy – forma działania strategicznego	149
3. Koncepcja „Lebenswelt”, czyli świata życia	150
4. System a świat życia	152
5. Proces „kolonizacji świata życia”	153
Bibliografia	156

Rozdział X. Ekonomia polityczna komunikowania – kontynuacja nurtu krytycznego (Juan José Bas Portero)	157
1. Założenia teoretyczne	157
1.1. Dialektyka marksistowska jako punkt wyjścia	158
1.2. Szkoła frankfurcka i „przemysł kulturowy”	159
2. Ekonomia polityczna komunikowania: zasady teoretyczne i rozwój badań	162
2.1. Rozwój gospodarczy i środki komunikowania: teoria zależności kulturowej	163
2.2. Komunikacyjny biznes: przemysły kulturowe w społeczeństwie informacyjnym	166
Bibliografia	170

Rozdział XI. Cultural Studies – brytyjska teoria krytyczna (Artur Szkudlarek)	172
1. Teoria hegemoniczna	173
1.1. Hegemonia	173
1.2. Ideologia	174
2. Teoria kulturowa	176
2.1. The Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies	177
2.2. Tematyka zainteresowań studiów kulturowych	178
3. Teoria przeciwnostawnego dekodowania	184
3.1. Przekaz telewizyjny	185
3.2. Rodzaje kodów	187
3.3. Sposoby interpretacji przekazu telewizyjnego	188
Uwagi końcowe	190
Bibliografia	190

Rozdział XII. Strukturalizm i semiologia a teoria krytyczna (Ilona Niebał)	192
1. Strukturalizm	192
2. Semiologia	201
Bibliografia	208

Rozdział XIII. Determinizm technologiczny. Nowe spojrzenie na media (Katarzyna Wiejak)	209
1. Harold Adams Innis – dzieje cywilizacji a media	210
2. Marshall McLuhan. Media – kreatorzy cywilizacji?	215
3. Derrick de Kerckhove. Rzeczywistość wirtualna i techniki przyszłości	222
4. Konkluzja. Determinizm technologiczny – nowatorskie spojrzenie czy zafałszowanie rzeczywistości?	225
Bibliografia	226
Spis rysunków	228
Spis tabel	229
Skorowidz nazw i pojęć	230
Indeks nazwisk	232