

SPIS TREŚCI

PIOTR ŻUK

WSTĘP

DEMOKRACJA SPEKTAKLU, CZYLI PRZYMUS PRZEZ UWODZENIE 9

CZĘŚĆ I

MEDIA I RYNEK

KRZYSZTOF T. TOEPLITZ

MEDIA DRUKOWANE: WZLOT I UPADEK OPINII PUBLICZNEJ 16

PIOTR ŻUK

MEDIA A KONTROLA SPOŁECZNA W CZASACH „WOLNOŚCI RYNKOWEJ” 39

TERESA ŚWIĘCKOWSKA

**RYNKOWE ŚRODKI PRZEKAZU – EKONOMIA POLITYCZNA, IDEOLOGIA,
DOMINACJA. SUBSYDIOWANIE INFORMACJI JAKO FORMA JEJ KONTROLI
NA PRZYKŁADZIE PRAKTYK PUBLIC RELATIONS** 65

JAROSŁAW KLEBANIUK

PSYCHOLOGICZNE MECHANIZMY PROPAGANDY NEOLIBERALNEJ 78

SŁAWOMIR CZAPNIK

**MEDIA A AFERA RYWINA: PERSPEKTYWA EKONOMII POLITYCZNEJ
KOMUNIKOWANIA** 99

CZĘŚĆ II

IDEOLOGIE MEDIALNE

ANTONI SULEK

O BADANIU I „KREOWANIU” OPINII PUBLICZNEJ 120

JERZY KOCHAN

MEDIA A TEMATYZACJA ŚWIATA 133

SEBASTIAN MICHALIK

**IDEOLOGICZNY WYMIAR PRZEDSTAWIEŃ MEDIALNYCH
WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE** 146

PIOTR RYMARCZYK

**HEDONIZM A KONSERWATYZM: ROZWAŻANIA
NAD IDEOLOGIĄ KULTURY MASOWEJ** 158

MAREK KRAKOWSKI	
MEDIA A ISLAM	165
PRZEMYSŁAW WIELGOSZ	
ORIENTALIZM – REAKTYWACJA	173
ALEKSANDRA KOŚ	
JĘZYKOWA PRZEMOC MEDIÓW	187

CZĘŚĆ III

PRAKTYKA MEDIALNA

KATARZYNA SZUMLEWICZ	
BRUKOWCE ATAKUJĄ	200
KATARZYNA CHMIELEWSKA, TOMASZ ŻUKOWSKI	
JĘZYK DĄŻĄCY DO MONOPOLU:	
WPROST OD STYCZNIA DO MARCA 2005	210
KATARZYNA CHMIELEWSKA, TOMASZ ŻUKOWSKI	
NARÓD Z PANEM I PLEBANEM:	
MYŚL POLITYCZNA I SPOŁECZNA ADAMA MICHNIKA	232
PIOTR SZUMLEWICZ	
ROBOTNICZY I ICH WROGOWIE	249
EWA MAJEWSKA	
SPOŁECZNE ODDZIAŁYWANIE MEDIÓW:	
FEMINISTKI NA ROZDROŻU?	262
PRZEMYSŁAW GULDA	
INTERNET W STOSUNKACH MIĘDZY WŁADZĄ A OBYWATELAMI	280
MICHAŁ KOZŁOWSKI	
CZY MEDIA KŁAMIA?	294
BEATA KOWALSKA, ADAM NOWAK	
WOLNA PRASA W NIEWOLI	301
LITERATURA	314
NOTY O AUTORACH	328