

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
-------------	---

I. Struktura mediów: teoria i praktyka

<i>Janusz Włodzimierz Adamowski</i> Przeobrażenia rynku medialnego w Polsce przełomu tysiąclecia. Refleksje uważnego obserwatora	13
<i>Aleksandra Seklecka</i> Koncepcje instytucji medialnych w odniesieniu do praktyki funkcjonowania w Europie, ze szczególnym uwzględnieniem Polski	17
<i>Ilona Biernacka-Ligęza</i> Zmiany na rynku prasy lokalnej i regionalnej w Wielkiej Brytanii	30
<i>Wiesława Szymczuk</i> Polskojęzyczne media na Ukrainie	42
<i>Alicja Kaźmierak</i> Rozwój prasy Tatarów krymskich w latach 1990–2007	52

II. Etyczne i prawne aspekty funkcjonowania mediów

<i>Maria Magoska</i> O mediach, polityce i populizmie	67
<i>Zbigniew Oniszczyk</i> Niedostatki polskiej polityki medialnej	74
<i>Wiesława Piątkowska-Stepaniak</i> Współczesne media w debacie publicznej – strażnik demokracji czy łowca sensacji?	82
<i>Ignacy S. Fiut</i> Etyka publiczności i mediów. Zarys problematyki	94
<i>Bogusław Nierenberg</i> Wyznaczniki wolności mediów	105
<i>Aleksandra Lato</i> Kategoria wolności i podmiotowości w kulturze masowej	115
<i>Arkadiusz Dudziak</i> W kręgu antropologii reklamy społecznej – wymiar aksjologiczny	126

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz	
Między wolnością a odpowiedzialnością – polskie media wobec publikacji karykatur Mahometa	135
Maria Łoszevska-Ołowska	
Satyra jako okoliczność wyłączająca bezprawność działania dziennikarza	149
Olga Bialek-Szwed	
Problem voyeuryzmu medialnego w koncieście polskiej prasy masowej	155
Jacek Sobczak	
Dostęp do informacji publicznej i potrzeba ochrony danych osobowych a prawa i obowiązki dziennikarzy	164
Lucyna Szot	
Profesjonalizm dziennikarzy w Polsce	192
Karolina Woldan	
Dziennikarstwo śledcze w erze postdeontycznej	206
Justyna Wasil	
Tajemnica dziennikarska w świetle kodeksów etyki dziennikarskiej	214
Wojciech Kotorz	
Działalność Papieskiej Rady do spraw Środków Społecznego Przekazu 1988–2005	222

III. Społeczne i edukacyjne oddziaływanie mediów

Stanisław Michalczyk	
Kognitywne i afektywne motywy korzystania z mediów. Rekonstrukcja koncepcji teoretycznych	235
Jerzy Mikułowski-Pomorski	
Marketing mediów w świetle <i>Consumer Culture Theory</i> (CCT)	249
Alina Balczyńska-Kosman	
Teorie dotyczące oddziaływania mediów a rzeczywistość społeczno-polityczna – wybrane aspekty	264
Piotr Francuz	
Adresat, przesłanie, użyteczność – zagubione wymiary komunikacji medialnej ...	274
Leon Dyczewski	
Radio Kościoła katolickiego w Polsce: historia, struktura, funkcje	280
Jan Pleszczyński	
Wiedza medialna i jej status	293
Magdalena Wasylewicz	
Aktywność medialna jako czynnik determinujący poziom umiejętności odczytywania komunikatów wizualnych	304

Marta Wrońska	
Czy telewizyjne serwisy informacyjne mogą edukować? Studium teoretyczno-empiryczne	311
Ryszard Pęczkowski	
Media w pracy małych szkół	318
Magdalena Kawa	
Edukacyjna rola mediów na przykładzie portalu internetowego Ośrodka „Brama Grodzka – Teatr NN” – „Pamięć Miejsca”	323
Janusz Miąso	
Podstawy personalistycznej pedagogiki medialnej Jana Pawła II	329
Alicja Zygmunt	
Obraz śmierci Jana Pawła II w przekazie telewizji w Polsce	336
Яблоновская Наталья	
Роль этнических СМИ в решении национальных проблем в демократической Украине (крымский опыт)	344

IV. Forma komunikowania medialnego

Kazimierz Wolny-Zmorzyński	
Gatunki dziennikarskie na przełomie XX i XXI wieku – próba charakterystyki ..	355
Maria Wojtak	
Metamorfozy gatunków prasowych	362
Magdalena Ślawska	
Formy dialogowane w gatunkach dziennikarskich, czyli o pewnych przypadkach dwugłosowości	373
Joanna Szyłko-Kwas	
Agresywny wywiad, subiektywny przekaz – analiza zmian gatunkowych na przykładach wywiadu dziennikarskiego	381
Wiesława Woźniak	
Ponowoczesne kłopoty z gatunkiem dziennikarskim	392
Jadwiga Lizak	
Perswazja i manipulacja jako narzędzia komunikacji w reklamie	400
Monika Wawer	
Czy dziennikarze lubią, kiedy rozmówca nie odpowiada na pytanie? – czyli o reakcjach unikowych w wywiadach radiowych i telewizyjnych	409
Danuta Kępa-Figura	
Intencje (czy intencja) nadawców medialnych, czyli fatyczność współczesnej komunikacji medialnej	416

Karolina Jabłońska

Oficjalność w języku pełnoletnich i kilkuletnich bohaterów talk-show

Duże Dzieci w TVP2 426

Wioletta Kochmańska

Wykładowi modalności epistemicznej w zapowiedziach programów

telewizyjnych (Program Pierwszy Telewizji Polskiej) 433

Mariusz Rutkowski

Teoria stopów pojęciowych w interpretacji wybranych zjawisk w dyskursie

medialnym 439

Bogumiła Kosmanowa

Uwagi nad językiem polityków w Polsce odrodzonej 449

Jacek Dąbala

Trudny problem telegeniczności 454

Monika Skarżyńska

Słowo pisane a / i słowo mówione. Ikoniczność reportażu telewizyjnego 459

Anna Kołomycew

Outdoor jako forma komunikacji wizualnej 473