

Spis treści

Wstęp	9
Część 1.	
Paradygmaty i imponderabilia, czyli tożsamość dyscypliny w dobie płynnych granic	13
<i>Ab ovo usque ad mala, czyli nauki o mediach po polsku</i>	<i>15</i>
WALÉRY PIŚAREK	
Życie społeczne w czasach niepewności. Co mogą nam wyjaśnić nauki o mediach?	27
JACEK WÓDZ	
Status dyscypliny nauki o mediach. Konieczna zmiana	41
IWONA HOFMAN	
O paradygmacie pijarowego dziennikarstwa. Natywne dziennikarstwo?	55
JERZY OLĘDZKI	
Część 2.	
Interdyscyplinarne mosty i pogranicza	71
Profesorowi Tomaszowi Gobanowi-Klasowi o relacjach między mediami a historią słów kilka	73
MAREK JABŁONOWSKI	
Rola <i>Informations and Communications Technologies</i> (ICT) dla rozwoju badań z informacji i komunikacji społecznej	79
MARIA KOCÓJOWA	

Komunikowanie polityczne i publiczne a marketing polityczny	93
JAN GARLICKI	
Big Data – Kruszec Informacji	101
WŁODZIMIERZ GOGOLEK	
Przyszłość prasy na podstawie polskiego rynku – wyzwania i szanse	119
TOMASZ GACKOWSKI	
Kto bada konsumpcję mediów w Polsce i co wiemy o polskich użytkownikach mediów?	133
ANNA MARTENS	
Kreatywność (bardzo) sprytnego tłumy. Metodologiczne problemy w badaniach nad twórczością fanów w modelu partycypacyjnego użytkowania mediów	147
MAŁGORZATA LISOWSKA-MAGDZIARZ	
Problematyka analiz zawartości i funkcji instant mediów na przykładzie serwisów społecznościowych Instagram, Pinterest, Snapchat	161
MIŁOSZ BABECKI	
Miejskie getto jako motyw w muzyce popularnej	175
MAREK JEZIŃSKI	
Wokół teoretycznych zagadnień odbioru fotografii dziennikarskiej	189
KAZIMIERZ WOLNY-ZMORZYŃSKI	
Voyeurizm i ekshibicjonizm: od perspektywy medyczno-psychologicznej do badań filmo- i medioznawczych	209
AGNIESZKA OGONOWSKA	
Problem analizy filmów fabularnych oraz seriali telewizyjnych jako komunikatów medialnych w świetle teologii środków społecznego przekazu	223
GRZEGORZ ŁĘCICKI	
Etyka mediów jako integralna część nauk o mediach	235
MICHAŁ DROŻDŻ	
Miasto jako dzieło sztuki	257
JERZY MIKUŁOWSKI POMORSKI	
Część 3.	
Oblicza mediów	269
O zarządzaniu mediami uwag kilka	271
BOGUSŁAW NIERENBERG	
O przeobrażeniach mediów publicznych w Polsce zdań kilka	283
JANUSZ WŁODZIMIERZ ADAMOWSKI	

Nowe narzędzia do badania Nowego Społeczeństwa Informacyjnego	293
RYSZARD TADEUSIEWICZ	
Media publiczne w Polsce: strategię rozwoju technologicznego	309
STANISŁAW JĘDRZEJEWSKI	
Komunikacja w czasach Internetu – powrót do źródeł?	323
TADEUSZ KOWALSKI	
Pop-ewolucja czwartej władzy	337
MARCIN SZEWCZYK	
<i>Custom publishing</i> – współczesna odpowiedź na śmierć prasy i upadek reklamy	351
SŁAWOMIR GAWROŃSKI	
Czasopisma dla dzieci: między prasą a literaturą	363
ANDRZEJ ADAMSKI	
Radio internetowe, radio w Internecie – o słuchaniu online	377
ŁUKASZ BŁĄD	
Część 4.	
Egzemplifikacje, implikacje i dyskursy	391
Historia prasy polskiej w naukach o mediach. Instytucje i ludzie	393
TOMASZ MIELCZAREK	
Dziennikarstwo polskie 1935 i 1947. Ciągłość i zmiana	405
JERZY JASTRZĘBSKI	
Profesjonalizm i kultura zawodowa polskich dziennikarzy	413
BOGUSŁAWA DOBEK-OSTROWSKA	
Modele kształcenia dziennikarzy ekonomicznych w Republice Czeskiej	425
KRZYSZTOF GAJDKA	
Media i mniejszości etniczne i narodowe. Przegląd badań z perspektywy polskiej	439
IWONA LEONOWICZ-BUKAŁA	
„Kino to najważniejsza ze sztuk”. Przemiany edukacji filmowej i medialnej w Rosji (1896–2016)	451
MAREK SOKOŁOWSKI	
Internet w Kościele, Kościół w Internecie	461
JÓZEF KŁOCH	
Medialna aktywność papieża Franciszka i nowe wątki w katolickiej doktrynie medialnej	473
KATARZYNA POKORNA-IGNATOWICZ	

Terroryzm 2.0 – „Nie słuchajcie mediów, posłuchajcie nas”	483
ZOFIA SAWICKA	
Nowe media, postprawda i populizm, czyli dlaczego <i>millenials</i> odwracają się od demokracji	497
ANNA SIEWIERSKA-CHMAJ	
Mityczne organizacje nowych mediów.	
Google i Facebook a sztuczna inteligencja	511
JAN KREFT	
Idea uniwersytetu i wykorzystanie nowych (?) mediów w komunikacji	523
MAŁGORZATA KOŚZEMBAR-WIKLIK	
Regulacja prawna przekazów internetowych a problem ochrony danych osobowych – zagrożenie czy ratunek dla prasy?	539
JACEK SOBCZAK, KSENIA KAKAREKO	
Storytelling jako narzędzie kreowania wizerunku w mediach.	
Studium przypadku	559
DOMINIKA NAROŻNA	
Nowa dyscyplina w nowych mediach. Czy potrzebna jest promocja „ nauk o mediach i komunikacji społecznej” w sieci?	571
OLGA KUREK-OCHMAŃSKA	
Część 5.	
Inspiracje i konteksty	581
The Relation Between Journalism and Society, in Theory and in Practice	583
DENIS MCQUAIL	
‘No More Peace!’: How Disaster, Terror and War Have Upstaged Media Events	595
ELIHU KATZ, TAMAR LIEBES	
Japanese <i>Kuuki</i> Theory	607
YOUICHI ITO	
Biogramy autorów	611