

Spis treści

Zamiast wstępu. Czwarta władza czy nowa religia? 5

Od wioski plemiennej do wioski globalnej, czyli poszukiwanie „obiektywnego koncentratu” 7

Media w Europie w służbie władz, rynku i społeczeństw 17

Prasa... 19

...Radio i telewizja 22

Wielka Brytania, prawdziwa ojczyzna mediów elektronicznych 23

Model dualistyczny, czyli „misja” i „komercja” 30

Trzy różne koncepcje organizacji rynku 34

Niemcy 34

Francja 38

Austria 42

Trudna droga do wolności – media w Rosji i na Ukrainie 44

Media w USA: między *saloone*m i biurem szeryfa 49

Skomplikowane dzieje mediów w Polsce 65

„Merkuriusz” i narodziny rynku prasowego 67

Media rosną w siłę: „czerwoniaki” i detefony 68

Wojna o tożsamość narodu 73

„Nikt nie zdaje sobie sprawy z rozmiarów kłamstwa” 84

Oazy niezależności 101

„Kto ma telewizję, ten ma władzę” 110

Stan wojenny: „rozmowa kontrolowana” 115

Rok 1989 – polskie media na wolności	123
„Padają bastiony...”	125
Rodzi się rynek prasowy	129
Do trzech razy sztuka, czyli ustawa o radiofonii i telewizji	137
Media publiczne	146
Pierwsze koncesje, czyli narodziny komercyjnego rynku audiowizualnego	150
PAP na gruzach cenzury	163
Telewizja w Europie bez granic	165
Dziecko przed ekranem	175
Rewolucja cyfrowa	189
Nowy język mediów	191
Dziennikarz pod presją czasu	194
Terror pilota	196
Telewizja, czyli sklep	200
Telewizja cyfrowa szuka pieniędzy	201
Co dalej z mediami publicznymi?	203
Rynek mediów w Polsce	205
Dzisiaj...	207
Prasa codzienna	207
Telewizja	209
Radio	212
...I jutro	214
Literatura	219
Podziękowania	227
Indeks	228
Spis ilustracji	236