

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
MEDIA DLA ODBIORCÓW	
JANINA HAJDUK-NIJAKOWSKA Media dla odbiorcy, odbiorca w mediach	9
JACEK DĄBAŁA Wpływ widzów na styl informacji telewizyjnych	16
JOANNA SZYLKO-KWAS Kto tu jest gwiazdą? – rola dziennikarza na przykładzie rozmów telewizyjnych	22
MAREK PALCZEWSKI Nowy paradygmat <i>news</i> a, <i>infotainment</i> i <i>tabloidyzacja</i> na przykładzie telewizyjnych serwisów informacyjnych (<i>Wiadomości</i> TVP i <i>Fakty</i> TVN)	34
JACEK SKORUS Technologiczne uwarunkowania informacji telewizyjnej	48
TOMASZ BIELAK <i>Heroes of Today</i> – bohaterowie internetowej Polski	58
REDAKTORZY	
TOMASZ MIELCZAREK Ludzie, którzy zmienili polskie środki komunikacji społecznej po 1989 r.	69
ANDRZEJ KOZIEL Sto dni transformacji w publikacjach „Gazety Wyborczej” (maj–sierpień 1989)	75
MAGDALENA PRZYBYSZ-STAWSKA Zmiany w „Polityce” w latach 1989–2007. Zarys problematyki	84
MAREK DELONG Rola „Tygodnika Powszechnego” w procesie kształtowania się polskiej demokracji obywatelskiej	98

JOANNA PODSADECKA

Turowicz Powszechny 106

AGNIESZKA WĘGLIŃSKA

Misja korespondenta wojennego w Polsce posierpniowej – rozważania
nad wybranymi aspektami zagadnienia 115

MAREK CZYRKA

Dziennikarze i polityka w pierwszych latach III RP 125

NOTKI O AUTORACH 132