

Spis treści

Wprowadzenie	7
------------------------	---

Część I

Kultura jako biznes

1. Amerykańska reklama	24
2. Mechaniczna panna młoda	36
Wstęp	36
Mechaniczna panna młoda	40
Od da Vinci do Holmesa	50
3. Kultura jest naszym biznesem	57
4. Joyce, Mallarmé i prasa	82
5. List do Harolda Adamsa Innisa	100
6. Pozy i szalbierstwa dawnych menadżerów	106

Część II

Druk i elektryczna rewolucja

7. Media i zmiany kulturowe	124
8. Galaktyka Gutenberga	136
Prolog	136
Galaktyka Gutenberga	149
9. Zrozumieć media	209
Przedmowa	209
Środek jest przekazem	212
Środki zimne i gorące	229
Odwrócenie przegrzanego medium	241
Energia hybrydyczna: <i>Les liaisons dangereuses</i>	249
10. Czy to naturalne, że jedno medium może sobie przywłaszczyć i wykorzystać inne?	259
11. „Eksploracje”	272
Stres	272
Oralne-analne	274
Sherlock Holmes przeciwko biurokracii	276
Werbalno-wokalno-wizualne	279

# 12	281
Milton miał córki, a ja mam dyktafon	284
# 14	286

Część III

Wypowiedzi McLuhana

12. Odczyt na konferencji <i>Vision 65</i>	306
13. Wywiad dla „Playboya”. Szczera rozmowa z arcykapłanem pop-kultu i metafizyki mediów	327
14. Wypisy z McLuhana. Najważniejsze cytaty z pism Marshalla McLuhana zebrane przez Williama Kuhnsa	386
15. Eksploracje	426
Media toczą bitwę o Jerycho	426
Kultura bez pisma	431
Cycon a renesansowe kształcenie księcia i poety	447

Część IV

Kultura i sztuka: figury i podstawy

16. Od kliszy do archetypu	458
Archetyp	458
Wprowadzenie	464
Publiczny archetyp jako klisza	479
17. Nowe szaty cesarza	487
18. Prolog do „Eksploracji”	514
19. Prawa mediów	527
Kultura i komunikacja. Dwie półkule mózgu	527
Prawa mediów	539
Przypisy	561
Teksty reklam	568
Książki Marshalla McLuhana	575
Marshalla McLuhana zestaw lektur	577