

Publikacja prezentuje normy prawne i organizacyjne oraz realia finansowe, w jakich funkcjonowały polskie media publiczne po 1989 roku. Szczegółowo opisuje przyczyny problemów, w jakich się aktualnie znalazły oraz wskazuje konkretne rozwiązania, jakie zdaniem autora powinny zostać zastosowane w celu odbudowy ich znaczenia i pozycji rynkowej. Kładąc nacisk głównie na wymiar finansowy, książka przedstawia także uwarunkowania rynkowe, organizacyjne, programowe oraz społeczno-polityczne, które wpływają na kształt nadawców publicznych oraz decydują o ich sytuacji na rynku.

Spis treści:

Wstęp

Rozdział 1. Ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju mediów – podstawy teoretyczne

- 1.1. Rola państwa w gospodarce – instytucjonalizm
- 1.2. Teoretyczne podstawy usług medialnych a potrzeby zbiorowe
- 1.3. Media w Polsce jako przykład dobra społecznego
- 1.4. Funkcje mediów w życiu społecznym i rozwoju gospodarczym

Rozdział 2. Media jako przedmiot finansowania

- 2.1. Wpływ państwa na kształtowanie systemu medialnego
- 2.2. Media publiczne a media komercyjne – różnice i podobieństwa
- 2.3. Źródła finansowania mediów
- 2.4. Efektywność ekonomiczna podmiotów systemu medialnego

Rozdział 3. Finansowanie mediów publicznych w wybranych krajach Unii Europejskiej

- 3.1. Model brytyjski jako przykład klasycznego systemu finansowania mediów publicznych
- 3.2. Model niemiecki jako przykład mieszanego systemu finansowania mediów publicznych
- 3.3. Modele włoski i hiszpański jako przykłady systemu śródziemnomorskiego
- 3.4. Inne wybrane rozwiązania w państwach Unii Europejskiej

Rozdział 4. Organizacja i finansowanie mediów publicznych w Polsce na tle wybranych krajów Unii Europejskiej

- 4.1. Organizacja i status nadawców publicznych w Polsce
- 4.2. Model finansowania mediów publicznych w Polsce po 1989 r.
- 4.3. Finansowanie mediów publicznych w Polsce na tle uregulowań obowiązujących w wybranych krajach Unii Europejskiej
- 4.4. Analiza przychodów i kosztów polskich nadawców publicznych

Rozdział 5. Koncepcje rozwiązań w zakresie finansowania mediów publicznych w Polsce

- 5.1. Uwarunkowania finansowania mediów publicznych w Polsce
- 5.2. Finansowanie mediów publicznych na przykładzie wybranych podmiotów
- 5.3. Finansowanie działalności mediów ze środków publicznych a misyjność programu
- 5.4. Finansowanie mediów publicznych na podstawie badań własnych
- 5.5. Propozycja finansowania nadawców publicznych w Polsce w oparciu o opłatę licencyjną i wnioski z rozprawy

Postscriptum

Konsekwencje kryzysu finansowania nadawców publicznych w Polsce w okresie 2012–2018 i perspektywy na przyszłość

Załączniki

Bibliografia

Spis rysunków

Spis tabel