

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
Rozdział I. Człowiek i rzeczywistość społeczna.....	13
1. Natura rzeczywistości i jej poznanie.....	15
2. Dwuaspektowa natura rzeczywistości.....	19
3. Trzy procesy kreowania rzeczywistości.....	20
4. Rzeczywistość medialna	21
5. Proces eksternalizacji.....	23
6. Proces obiektywizacji	24
7. Proces internalizacji.....	24
8. Wiedza na temat rzeczywistości społecznej.....	25
9. Dynamika przyrostu wiedzy ogólnospołecznej.....	26
10. Płaszczyzna intersubiektywna.....	27
11. Przewycięzanie opozycji obiektywne – subiektywne.....	28
12. Naturalny porządek społeczno-kulturowy.....	33
13. Konstruowanie rzeczywistości społecznej na poziomie tekstu i jego odbioru.....	34
Rozdział II. Reklama jako wiedza ogólnospołeczna o rzeczywistości społeczno-kulturowej.....	37
1. Porządek społeczno-kulturowy a wiedza ogólnospołeczna.....	37
2. Horyzonty wiedzy ogólnospołecznej	42
3. Przekazy reklamowe jako medialna encyklopedia wiedzy ogólnospołecznej	47
4. Wspólna wiedza o rzeczywistości społecznej jako czynnik zmiany społecznej i kulturowej	50
5. Konsumpcja jako sposób zdobywania nowych społecznych kompetencji w Polsce.....	53
6. Wspólna wiedza jako warunek egalitaryzmu społecznego i komunikacji kulturowej	54
7. Egalitarna zasada dystrybucji wiedzy ogólnospołecznej.....	55
8. Życie w subuniwersach znaczeń	59

Rozdział III. Proces tworzenia znaczeń społecznych i kulturowych

1. Proces stylizacji	63
2. Proces kodyfikacji społecznej	71
3. Procesy znaczeniowótórcze	74
4. Reklama jako tworzenie rzeczywistości społecznej	80

Rozdział IV. Przekaz reklamowy – tworzenie rzeczywistości społecznej

1. Analiza ilościowa telewizyjnych przekazów reklamowych	85
2. Analiza jakościowa przekazów reklamowych w świetle koncepcji wiedzy ogólnospołecznej	94
3. Analiza przekazów reklamowych (od listopada 1999 do kwietnia 2000)	98

Rozdział V. Reklama społeczna

1. Reklama społeczna – kształtowanie rzeczywistości społecznej	129
2. Reklama społeczna jako element marketingu społecznego	130
3. Reklamy społeczne – analiza	138

Podsumowanie	149
--------------------	-----

Zakończenie	151
-------------------	-----

Bibliografia	155
--------------------	-----