

Spis treści

Wprowadzenie	1
--------------------	---

Część I

Wielkie paradygmaty w naukach o komunikacji

Rozdział 1

Język a komunikacja	7
---------------------------	---

Wprowadzenie: Przed językoznawstwem nowoczesnym 7;
Strukturalizm językoznawczy i jego wpływ 9; Język, kontekst i struktura społeczna 27; Wpływ języka na rzeczywistość 43; Konkluzja 52; Bibliografia 53

Rozdział 2

Kwestia znaczenia	57
-------------------------	----

Semiotyki znaku 58; Sens i tekst 83; Sens i czytelnik 97; Czy schemat komunikacji jest możliwy? 109; Konkluzja: nie ma jednej teorii sensu w komunikacji 120; Bibliografia 123

Rozdział 3

«Ja» nie komunikuje, czyli komunikacja w grupie ..	127
--	-----

Komunikacja w grupach 128; Komunikacja postrzegana jako interakcja 156; Konkluzja 174; Bibliografia 175

Rozdział 4

Nośniki i powiązane z nimi dyskursy	179
---	-----

Wprowadzenie 179; Pismo 184; Nowoczesność 202; Globalizacja i sieci połączeń 233; Konkluzja 246; Mała chronologia technik komunikacyjnych 248; Bibliografia 252

Wnioski z części I:

Logika podejścia interdyscyplinarnego	257
Różnorodność ujęć i paradygmatów 257; Wybory naukowe w interdyscyplinarnych naukach o komunikacji 259	

Część II

Aktualne pola badań

Wprowadzenie: Wychodzić poza stereotypy, by zrozumieć palące problemy naszych społeczeństw	261
--	-----

Rozdział 1

Od informacji do dokumentu	267
Początki 267; Informacja i dokument w centrum procesów społecznych 271; Konkluzja 276; Bibliografia 277; Strony internetowe 278	

Rozdział 2

Komunikacja — miejsce, z którego można analizować kultury	279
Sprzeczne definicje kultury 279; Nauki o komunikacji: miejsce, w którym można zrozumieć kulturę 285; Media masowe, komunikacja i kultura 291; Konkluzja 297; Bibliografia 298	

Rozdział 3

Mediacje	301
Rozsądek 301; Mediacja kulturowa: seria różnych profesji 305; Mediacja a media masowe 307; Konkluzja 316; Bibliografia 317	

Rozdział 4

Co czeka media masowe?	319
Nauki o komunikacji a media masowe 319; Zmiany w mediach i profesje z nimi związane 322; Zmiany w wytwarzaniu i odbieraniu informacji 325; Treści i znaczenie komunikatów 327; Konkluzja 329; Bibliografia 329	

Rozdział 5

Czy zdążamy w stronę społeczeństwa wiedzy?	331
---	-----

Kwestia wiedzy na odległość 332; Przykład nauczania na odległość 338; Konkluzja 340; Bibliografia 341; Strony internetowe 342

Rozdział 6

Od *public relations* do komunikacji w organizacjach 343

Narzędzie na usługach przedsiębiorstwa? 343; Zmiana funkcji związana z różnymi paradygmatami naukowymi 345; Konkluzja 354; Bibliografia 355; Strony internetowe 356

Rozdział 7

Komunikacja a polityka 357

Bardzo stara relacja 357; Formy dyskusji 360; Cyberowiatelstwo? 362; Konkluzja 364; Bibliografia 365; Strony internetowe 365

Konkluzja 368

Aneksy

200 hipotez teoretycznych do zbudowania interdyscyplinarnych podejść w naukach o komunikacji 371

Słownik pojęć 386

Bibliografia uzupełniająca 401

Indeks osób 406

Indeks pojęć 413

Nota biograficzna i publikacje Bruno Olliviera 421

Bruno Ollivier, wybitny francuski badacz problemów komunikacji, specjalista od kwestii tożsamości człowieka współczesnego, jest profesorem na Uniwersytecie Antyli i Gujany, a także wykładowcą na Uniwersytecie Paris-Sorbonne (Paris-IV), oraz członkiem CNRS (Francuskiego Centrum Badań Naukowych), gdzie zajmuje się komunikacją i polityką.

W niniejszym na wskroś nowoczesnym podręczniku Bruno Ollivier proponuje szerokie interdyscyplinarne spojrzenie na komunikację jako zanurzoną w kulturze i od kultury zależną.

Książka zawiera szczegółowy, doskonale uporządkowany przegląd pojęć, koncepcji, zagadnień i metod komunikowania. Jest udaną próbą wyjścia poza stereotypowe ujęcia masowego komunikowania, którego charakter wyznaczają nowoczesne technologie. W ujęciu interdyscyplinarnym podaje definicje kultury antropologiczne i socjologiczne, skonfrontowane z problemami, jakie niesie dzisiejsza kultura mediów.

Książka wzbogaca wiedzę o złożonej i fascynującej problematyce związków języka, kultury i komunikacji. Jest nowatorska w treści – stanowi całościowe ujęcie nowoczesnych badań z zakresu nauk o komunikacji – oraz nowatorska także dzięki pomysłowej formie prezentowania bogatych treści. Zarysowuje równocześnie nowe perspektywy poznawcze.

Przystępna forma przekazu – praca jest napisana płynnym, spójnym i przejrzystym językiem – sprawi, że stanie się zapewne książką poszukiwaną na rynku wydawniczym.