

Spis treści

Wstęp	7
CZĘŚĆ I. Pluralizm strukturalny	
Jacek Sobczak, Ksenia Kakareko <i>Koncentracja i pluralizm środków przekazu w optyce Unii Europejskiej</i> . . .	11
Katarzyna Gajlewicz-Korab <i>Nowe technologie a zmiany na rynku francuskiej prasy drukowanej</i> . . .	45
Katarzyna Konarska <i>Media publiczne a pluralizm mediów w cyfrowym środowisku</i>	61
Maciej Miżejewski <i>Kryzys pluralizmu mediów we Włoszech w XXI wieku</i>	77
Radosław Sajna <i>Koncentracja kapitału a pluralizm w mediach Ameryki Łacińskiej</i>	87
Dagmara Sidyk <i>Panuropejskie audiowizualne grupy medialne – przypadek CME</i>	99
Jacek A. Żurawski <i>Wileńska prasa konspiracyjna jako przykład pluralizmu medialnego w okresie II wojny światowej</i>	113
CZĘŚĆ II. Pluralizm zawartości	
Krystyna Doktorowicz <i>Postpluralizm, różnorodność mediów i treści w czasach zagrożeń wartości liberalnych</i>	133
Anna Jupowicz-Ginalska <i>Preferencje Polaków dotyczące wyboru postaci czasopism i form ich okładek</i>	151

Michał Pienias

*Kult ciała czy kult rozpoznawalności, czyli kształtowanie wizerunku
bloggerów w sieci na przykładzie blogów fitness.* 171

Amanda Siwek

*Różnorodny luksus? Pluralizm komunikatów reklamowych
na wybranych przykładach.* 185

Paweł Urbaniak

*Ograniczenia autonomii dziennikarza w polskiej rzeczywistości
medialnej* 197

Krzysztof Wasilewski

„Produkcja zgody” i media alternatywne w liberalnej demokracji 207

Indeks nazwisk 219

Notki o autorach 227