

Opracowanie graficzne:
Maryna Tomaszewska

Tłumaczenie:
Agnieszka Ostrowska
Katarzyna Mgłosiek
Joanna Szwed

Partner merytoryczny:
International Communication Forum
www.icforum.org

Dziękujemy Telekomunikacji Polskiej za pomoc w wydaniu książki

Powielanie zawartych w książce tekstów zarówno w całości, jak i we fragmentach,
bez zgody wydawcy, stanowi naruszenie praw autorskich i jest karalne.

Dotyczy to również tłumaczenia, wykonywania mikrofilmów
i reprodukcji metodami elektronicznymi

© Copyright by Małgorzata Bonikowska and Wydawnictwo TRIO,
Warszawa 2009



WYPOŻYCZALNIA Nr 127

Nr inw. Podnr. 40258

ISBN 978-83-7436-174-3



Wydawnictwo TRIO, 00-958 Warszawa, ul. Miedziana 11

www.wydawnictwotrio.pl

e-mail: trio@wydawnictwotrio.pl

Wydanie pierwsze, Warszawa 2009

Łamanie: F.W.-P. Prezes 2 – Jerzy Łazarski

Druk: Edit sp. z o.o., ul. Poezji 19, Warszawa

Spis treści

WSTĘP – Margot Wallström	13
MEDIA W XXI WIEKU – Małgorzata Bonikowska	16
1. Wprowadzenie	16
2. Media jako informator i nauczyciel	17
3. Media jako „czwarta władza”	18
4. Media jako biznes	20
5. Media jako innowator	23
6. Podsumowanie	25
PRASA – Andrzej Krajewski	27
1. Gazety jak dinozaury	27
2. PRL: cenzura była mużą	30
3. 1980–1981: prasa na haju	35
4. 1982–1989: potrójny obieg informacji	38
5. Po 1989: nieoczekiwany smak wolności	41
6. Co dalej?	43
RADIO – Andrzej Sułek	46
1. Wstęp	46
2. Radio a inne media	47
3. Tożsamość radia	50
4. Radio – znaki i kody	54
5. Słowo – dźwięk – muzyka: tworzywo radia	58
6. Radio – konfrontacja z rynkiem	67
7. Radio dziś – gdy terażniejszość staje się przyszłością	75
8. Suplement: prawne aspekty nadawania muzyki w radiu	87
TELEWIZJA – Magdalena Jędrzejewska	91
1. Krótka historia telewizji	91
2. Telewizja w Polsce	94
3. Telewizja – jak to działa?	97
4. Nadawcy telewizyjni, koncerty medialne	98
5. Ile telewizji?	100
6. Żelazne zasady konstruowania ramówki telewizyjnej	101

7. EgoTV-cy	104
8. Budowa Społeczeństwa Informacyjnego	107
9. Magiczne skrzyneczki – uczą i bawią	111
NOWE MEDIA – PRZYKŁAD POLSKI	
– Agnieszka Ostrowska	114
1. Każdy może być gwiazdą	114
2. Polskiego internauty portret własny	116
3. Cyfrowy świat nowych mediów	117
4. Kultura uczestnictwa	119
5. Wiki wiki	120
6. Polskie klony fajnych stron	122
7. Polacy nie gęsi i swe blogi mają	125
8. Modne mody	129
9. Hobby – reżyser	132
10. Telewizja dla teleuczestników	133
11. Radio w sieci	138
12. Wirtualna prasa	141
13. (Za) dużo informacji	142
14. Symbioza mediów	144
15. Między młotem a kowadłem	145
DZIENNIKARZE I ICH ORGANIZACJE	
– Barbara Rogalska	149
1. Dziennikarstwo	149
2. Organizacje dziennikarskie na świecie	154
3. Organizacje dziennikarskie w Polsce	157
4. Przyszłość polskich organizacji dziennikarskich	166
PRASA, RADIO, TELEWIZJA W POLSCE – STATYSTYKA	
– Małgorzata Bonikowska, Małgorzata Leska	169
1. Prasa	169
2. Radio	174
3. Telewizja	179
MEDIA NA ŚWIECIE – Sabina Inderjit	
1. Media w Azji	185
2. Media w Ameryce Północnej	196

3. Media w Europie i w Rosji	204
4. Media w Ameryce Łacińskiej	210
5. Media w Australii	215
6. Media w Afryce i krajach arabskich	218
7. Co będzie dalej?	224

POLITYKA AUDIOWIZUALNA UNII EUROPEJSKIEJ

– Anetta Janowska	226
1. Unia Europejska a sektor audiowizualny	226
2. Dyrektywa o „Telewizji bez granic”	227
3. Konsultacje publiczne i rewizja dyrektywy o „Telewizji bez granic”	234
4. Program Media	236
5. <i>Switchover</i> : przejście z nadawania analogowego na cyfrowe ..	238
6. Polityka audiowizualna Unii Europejskiej a reszta świata	239

W POSZUKIWANIU MISJI MEDIÓW

– Bernard Margueritte	246
1. Jakie media miały być?	247
2. Media a Europa	249
3. O kilku aktualnych problemach mediów	251
4. Liberalizm, prymat zysku i pogoń za sensacją	253
5. Źródła optymizmu	258
6. Nowe media dla nowej cywilizacji	260

NOTY O AUTORACH

ENGLISH ANNEX

FROM THE EDITOR – Małgorzata Bonikowska

FOREWORD – Margot Wallström

WORLD MEDIA – Sabina Inderjit

1. Media in Asia	275
2. Media in North America	285

3. Media In Europe and Russia	293
4. Media in Latin America	299
5. Media in Australia	303
6. Media in Africa and Arabic countries	307
7. What Will Happen?	312

List of contents

FOREWORD – Margot Wallström	13
MEDIA IN THE XXI CENTURY – Małgorzata Bonikowska	16
1. Introduction	16
2. Media as the source of information and knowledge	17
3. Media as the fourth state	18
4. Media as business	20
5. Media as the innovator	23
6. Conclusions	25
PRESS – Andrzej Krajewski	27
1. Newspapers as dinosaurs	27
2. Polish Peoples Republic: censorship was the muse	30
3. 1980–1981: agitated press	35
4. 1982–1989: triple circulation of information	38
5. After 1989: unexpected taste of liberty	41
6. What's next?	43
RADIO – Andrzej Sułek	46
1. Introduction	46
2. Radio and other media	47
3. Radio's identity	50
4. Radio – signs and codes	54
5. Word – sound – music: the essence of the radio	58
6. Radio – confrontation with the market	67
7. Radio today – when the presence becomes the future	75
8. Supplement: legal aspects of broadcasting music in the radio	87
TELEVISION – Magdalena Jędrzejewska	91
1. A short history of television	91
2. Television in Poland	94
3. Television – how does it work?	97
4. Television broadcasters, media syndicates	98
5. How much of television?	100