

Spis treści

Od autora

Wprowadzenie

Od tam-tamu do Internetu?

Początki ludzkiego komunikowania

Stadia rozwoju społecznego

Społeczna historia środków komunikowania masowego

Uwarunkowania i wzory rozwoju środków masowych

Główne problemy nauki o komunikowaniu masowym

Podstawowe różnice ujęć teoretycznych

Różne rodzaje teorii

Poziomy komunikowania

Nauka o komunikowaniu a badanie komunikowania masowego

Kłopoty terminologiczne

Część I. Podstawowe pojęcia i modele

1. Komunikowanie społeczne

1.1. Rola komunikowania w życiu społecznym

1.2. Definicje i pojęcie komunikowania

1.2.1. Zakres komunikowania

1.2.2. Intencjonalność komunikowania

1.2.3. Skuteczność komunikowania

1.2.4. Kierunek przekazu

1.2.5. Perswazyjność komunikowania

1.3. Komunikowanie jako termin podstawowy

2. Środki i formy komunikowania

2.1. Pojęcie i klasyfikacja

2.2. Rozwój środków i form komunikowania

3. Modele procesu komunikowania

3.1. Pojęcie i użyteczność modelu

3.2. Cztery rodzaje modeli komunikowania

3.2.1. Model transmisji i jego warianty

3.2.2. Model ekspresyjny lub rytualny

3.2.3. Model rozgłosu: komunikowanie jako pokazywanie i przyciąganie uwagi

3.2.4. Model recepcji: kodowanie i dekodowanie przekazu

3.3. Propozycja modelu syntetycznego

3.4. Nowe wzory przepływu informacji

Część II. Początki i rozwój badań

4. Prekursorzy

4.1. Refleksja nad społecznymi aspektami komunikowania

4.1.1. Powstanie prasoznawstwa

4.1.2. Narodziny socjologii prasy

4.2. Początki mass media research

4.2.1. Warunki powstania

4.2.2. Rozkwit i stabilizacja

4.3. Bilans okresu

5. Aktualne tendencje

5.1. Powstanie i rozwój paradygmatu dominującego

5.2. Kres amerykańskiego monopolu

- 5.3. Nurt krytyczny w zachodnich badaniach
- 5.4. Paradygmat alternatywny
- 5.5. Krystalizacja dziedziny badań
- 5.6. Nowe perspektywy
- 6. Media a struktura społeczna: wzajemne relacje
 - 6.1. Cechy procesu komunikowania masowego
 - 6.1.1. Typologia relacji społeczeństwo-kultura (media)
 - 6.2. Komunikowanie jako proces mediowania stosunków społecznych
 - 6.2.1. Metafory mediacji
 - 6.3. Główne problemy relacji media a społeczeństwo
 - 6.3.1. Media a problemy władzy i nierówności społecznej
 - 6.3.2. Media a integracja i tożsamość społeczna
 - 6.4. Komunikowanie masowe i zmiana społeczna
 - 6.4.1. Teoria społeczeństwa masowego
 - 6.4.2. Marksizm i media masowe
 - 6.4.3. Funkcjonalistyczna teoria mediów i społeczeństwa
 - 6.4.4. Krytyczna teoria polityczno-ekonomiczna
 - 6.5. Podstawowe zasady działania mediów masowych
- 7. Media w perspektywie kulturoznawczej
 - 7.1. Kultura jako symbolizacja rzeczywistości
 - 7.1.1. Współzależności form komunikowania
 - 7.1.2. Media a kultura masowa
 - 7.1.3. Początki teorii krytycznej: szkoła frankfurcka
 - 7.1.4. Późniejszy rozwój krytycznej teorii kulturowej: szkoła birminghamska
 - 7.1.5. Dalszy rozwój teorii krytycznej: semiotyczna siła odbiorców
 - 7.2. Techniczne środki komunikowania a kultura
 - 7.2.1. Determinizm technologiczny w procesach komunikowania. Szkoła w Toronto
 - 7.2.2. Model zmian techniki i kultury
 - 7.3. Czy zmierzamy ku globalnej kulturze medialnej?
 - 7.4. Postmodernistyczna perspektywa teoretyczna wobec mediów i społeczeństwa

Część III. Analiza funkcjonowania mediów masowych

- 8. Działanie i organizacja mediów
 - 8.1. Kierowanie mediami w gospodarce rynkowej
 - 8.1.1. Ekonomia mediów masowych
 - 8.1.2. Ogólny schemat regulacji działania mediów komunikowania
 - 8.1.3. Kontrola państwowa
 - 8.2. Interpretacja standardów i zasad działania mediów
 - 8.2.1. Pojęcie dobra wspólnego (interesu społecznego) w mediach
 - 8.2.2. Ład społeczny i solidarność
 - 8.3. Normatywne doktryny działania mediów
 - 8.3.1. Ideologia liberalna
 - 8.3.2. Wolność mediów
 - 8.3.3. Tradycyjne zasady profesjonalnych mediów informacyjnych
 - 8.3.4. Różnorodność mediów
 - 8.3.5. Wariant doktryny liberalnej: odpowiedzialność społeczna
 - 8.3.6. Ideologia komunistyczna (marksistowsko-leninowska)
 - 8.3.7. Doktryna mediów w rozwoju społeczno-ekonomicznym
 - 8.3.8. Doktryna demokratycznej partycypacji
 - 8.3.9. Katolicka doktryna medialna
 - 8.3.10. Debaty na temat doktryn prasowych
 - 8.4. Analiza polityki w dziedzinie mediów komunikowania

- 8.5. Instytucjonalizacja komunikowania masowego
 - 8.5.1. Pozycja komunikatora zawodowego
 - 8.5.2. Zespół redakcyjny jako system społeczny
 - 8.5.3. Instytucje komunikowania masowego
 - 8.5.4. Zasady selekcji
 - 8.5.5. Kodeksy postępowania mediów
- 9. Przekazy masowe a wartości społeczne
 - 9.1. Znaczenie analizy zawartości
 - 9.1.1. Tradycje analizy zawartości
 - 9.1.2. Sporne kwestie analizy zawartości
 - 9.2. Tekst kultury i jego znaczenia
 - 9.3. Treści mediów jako informacja
 - 9.4. Płaszczyzny socjologicznej analizy zawartości
 - 9.5. Ilustrujące przykłady
 - 9.5.1 Ogólna struktura przekazów masowych
 - 9.5.2. Perspektywy ideologiczne
 - 9.6. Gatunki medialne
 - 9.6.1. Wiadomości dziennikarskie
 - 9.6.2. Bohaterowie i czarne charaktery
 - 9.7. Przekazy masowe jako projekcja dominujących wartości społecznych
 - 9.8. Problem relacji rzeczywistość-odbicie
- 10. Odbiorcy i publiczność
 - 10.1. Audytoryum a publiczność
 - 10.2. Geneza i różnorodność audytoriów
 - 10.3. Publiczność na tle struktury społecznej
 - 10.3.1. Dwie koncepcje zbiorowości odbiorczych
 - 10.3.2. Wczesne konceptualizacje audytoryum jako masy
 - 10.3.3. Od masy do rynku
 - 10.4. Problemy konceptualizacji audytoriów
 - 10.4.1. Dwie definicje odbiorcy i zbiorowości odbiorczych
 - 10.5. Relacje pomiędzy publicznością a audytoryami
 - 10.6. Typologia publiczności i audytoryum
 - 10.7. Zarys ujęcia socjologicznego
 - 10.7.1. Badania nad odbiorcami
 - 10.7.2. Strukturalna tradycja badań nad audytoryami
 - 10.7.3. Tradycja behawioralna
 - 10.7.4. Kulturoznawcza analiza recepcji
 - 10.8. Problemy struktury audytoryum
 - 10.8.1. Wyjaśnienie struktury i składu audytoryum
 - 10.8.2. Formowanie audytoryum
 - 10.8.3. Społeczny charakter wykorzystania mediów
 - 10.8.4. Normatywne ramy wykorzystania mediów
 - 10.8.5. Pojęcie aktywności audytoryum
 - 10.8.6. Typologia audytoriów
 - 10.9. Od odbiorcy do użytkownika: konsekwencje wprowadzenia mediów telematycznych
- 11. Oddziaływanie środków komunikowania masowego
 - 11.1. Problemy badania oddziaływania środków masowych
 - 11.1.1. Intencje komunikatora jako miara skuteczności wpływu
 - 11.1.2. Problemy metodologiczne i koncepcyjne
 - 11.1.3. Szczegóły i rodzaje skutków
 - 11.2. Ewolucja poglądów dotyczących siły mediów
 - 11.2.1. Pierwsza faza badań: wiara we wszechmocne media
 - 11.2.2. Faza druga: Sprawdzanie teorii wszechmocnych mediów
 - 11.2.3. Faza trzecia: Ponowne odkrycie siły mediów

- 11.2.4. Faza czwarta. Negocjowany wpływ mediów
- 11.3. Skutki komunikowania masowego - teorie klasyczne
 - 11.3.1. Teorie psychologiczne
 - 11.3.2. Teorie socjologiczne
 - 11.3.3. Teorie kulturowe
- 11.4. Wpływ mediów jako zmienna zależna
 - 11.4.1. Siła mediów może się zmieniać w czasie
 - 11.4.2. Badania korzystania i satysfakcji z mediów
 - 11.4.3. Socjalizacyjna i demoralizująca funkcja mediów
- 11.5. Oddziaływania środków masowych: podstawowe hipotezy
 - 11.5.1. Rosnące dysproporcje poinformowania odbiorców
 - 11.5.2. Stymulacja nastrojów społecznych
 - 11.5.3. Hipoteza porządku dziennego
 - 11.5.4. Spirala milczenia: formowanie klimatu opinii publicznej
- 11.6. Wnioski i postulaty

Część IV. Komunikowanie masowe a system społeczny

- 12. Media a rozwój społeczno-gospodarczy
 - 12.1. Narodziny problemu
 - 12.2. Teorie ekonomiczne
 - 12.3. Teorie psychologiczne
 - 12.4. Teorie komunikologiczne
 - 12.4.1. Teorie dyfuzji innowacji
 - 12.4.2. Teoria Lerner'a
 - 12.4.3. Zasady Schramma
 - 12.5. Ewolucja poglądów na rolę mediów w rozwoju
- 13. Ku społeczeństwu medialnemu
 - 13.1. W poszukiwaniu nazwy epoki
 - 13.1.1. Nowożytność i ponowoczesność
 - 13.1.2. Społeczeństwo masowe
 - 13.1.3. Społeczeństwo informacyjne
 - 13.1.4. Społeczeństwo sieciowe
 - 13.1.5. Społeczeństwo medialne
 - 13.2. Mediatyzacja agory, amfiteatru i areny
 - 13.2.1. Agora: od czwartej do pierwszej władzy
 - 13.2.2. Amfiteatr: Al-Kaida w CNN
 - 13.2.3. Arena: Koloseum świata
 - 13.3. Pokolenie esemesów - zmediatyzowana osobowość naszych czasów
 - 13.4. Mediamorfoza i prawa mediów
 - 13.4.1. "Irzy domeny (komunikacja, komunikowanie, dokumentacja)
 - 13.4.2. Fonem, litera, piksel jako bity i bajty - „język cyfrowy"
 - 13.4.3. Cztery prawa mediów, czyli tetrada McLuhana
 - 13.5. Wiek dostępu
 - 13.6. Wykluczenie społeczne
 - 13.7. Navigare necesse est - Żeglowanie jest koniecznością
 - 13.7.1. Metafory w medioznawstwie
 - 13.7.2. Kolumbowie Internetu: kompetencje medialne i edukacja medialna
 - 13.8. Społeczeństwo medialne z ludzką twarzą

Bibliografia

Bibliografia uzupełniająca