

Spis treści

WSTĘP	11
INTRODUCTION	15

ROZDZIAŁ I KULTUROWY I ETYCZNY WYMIAR MEDIÓW

MICHAŁ DROŻDŻ	
Relevancja etyki mediów dla wychowania w dobie pluralizacji i globalizacji mediów	21
MARTA POLACZEK-BIGAJ	
Podstawy etyki w mediach masowych a postawy dziennikarzy w okresie PRL i transformacji ustrojowej w Polsce	45
WIOLETTA ZOFIA STEFANIAK	
Zarys problematyki norm etycznych we współczesnej reklamie	61
ANNA GĘBALSKA-BEREKETS	
Znaczenie i rola mediów we współczesnej edukacji społeczeństwa informacyjnego	85

ROZDZIAŁ II MECHANIZMY MANIPULACYJNE W MEDIACH

GRZEGORZ ŁĘCICKI	
Elementy propagandy i manipulacji audiowizualnej na przykładzie polskich seriali telewizyjnych w PRL i III RP	109
MARTA MAZUR	
Funkcjonowanie product placement i jego wpływ na decyzje zakupowe Polaków	129

ROZDZIAŁ III
DZIECI I MŁODZIEŻ W PRZESTRZENI MEDIALNEJ

JOANNA SOSNOWSKA

- Polskie telewizyjne programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży
– zarys historyczny 149

SEBASTIAN KOCZY

- Globalna przestrzeń komunikacji społecznej źródłem zagrożeń
dla współczesnej rodziny 175

DOROTA DEMEL

- Zapobieganie zachowaniom problemowym dzieci w internecie
jako zadanie dla edukacji medialnej 199

ADAM CZESŁAWIAK

- Agresja elektroniczna i cyberbullying
wśród dzieci i młodzieży a działania szkoły 221

ANNA MARIA WALIGÓRA-HUK

- Kreatywne wykorzystanie telefonów komórkowych.
Twórcza inwencja młodzieży w obszarze profilaktyki społecznej
– kreacja rzeczywistości z wykorzystaniem mediów 265

MARTYNA KLEJNOWSKA-BOROWSKA

- Rola internetu w nauczaniu języków obcych – perspektywa nauczyciela.... 285