

**Przenikanie mediów : ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego /
Maciej Mrozowski. – Wydanie I. – Warszawa, 2020**

Spis treści

Wstęp	9
I. ŚRODKI	13
1. Nim pojawiły się media masowe	15
Narodziny Homo sapiens	15
Mózg staje się umysłem	19
Obrazy w naszych głowach. Meblowanie czaszki	23
Humanistyczny kontrapunkt	41
2. Znaki - dyskursy - media	45
Znak: znaczy co?	45
Tworzenie znaków	53
Dyskurs. Władza ukryta w znakach	60
Człowiek jako medium. Od oralności do cielesności	65
Media masowe. (Re)produkcja rzeczywistości	69
Szczypta teorii	83
II. INSTYTUCJE	99
3. Media masowe w perspektywie ewolucjonizmu	101
Drabina ewolucji. Instytucjonalizacja natury, natura instytucji	101
Ewolucja mediów. Ideologia i praktyka	109
Konsumpcjonizm i aktywizm sieciowy	128
Ewolucja w sieci. Konwergencja i kolonizacja mediów	140
4. Funkcje i regulacja instytucji medialnych	157
Funkcje mediów. Ramowanie ładu społecznego	159
Polityka medialna. Regulowanie instytucji nadawczych	166
5. Polityka mediów. Status i działanie nadawców	193
Typy instytucji nadawczych strukturujące struktury	193
Media prywatne. Świat na sprzedaż	202
Telewizja komercyjna <i>made in USA</i> . Studium przypadku	213
Media publiczne. Mission impossible?	221
Telewizja polska S.A. Studium przypadku	237
Media społeczne i społecznościowe. Zbiorowości realne i wirtualne	254
Podsumowanie	276
III. NARRACJE	283

6. Architektura narracji	285
Sytuacja dramaturgiczna	286
Konstruowanie opowieści	289
Konstruowanie newsa. Studium przypadku	294
Opowieści mityczne	299
Dyskursywny porządek narracji	306
Deformalizacja dyskursów medialnych. Indywidualizacja	317
Który dyskurs lepszy? Teoria hegemonii	323
7. Gatunkowe ramy narracji	333
O pochodzeniu i naturze gatunków	333
Narracje klasyczne	339
Narracje nowoczesne	348
Narracje ponowoczesne	365
8. Świat przedstawiany w mediach	377
Człowiek w świecie mediów (czynnik indywidualny)	378
Ład społeczny w świecie mediów (kontekst socjokulturowy)	395
9. Konstruowanie (nie)ładu posttradycyjnego: wektory zmian	425
Aktywność społeczna	427
Aktywność kulturalna	435
Aktywność ekonomiczna	443
Aktywność polityczna	452
Podsumowanie	462
IV. UŻYTKOWNICY	475
10. Rozumienie mediów	479
Przekaz. Struktura aktywna	481
Odbiorca. Przetwarzanie przekazu	484
Zasoby poznawcze	503
11. Efekty mediów. Stare teorie w nowej perspektywie	531
Relacje społeczne w sieci	536
Człowiek w sieci	560
Zakończenie - i nowy początek	599
Literatura	607
Indeks rzeczowy	651