

Spis treści

Wstęp 9

Rozdział 1

Media a demokracja: przegląd modeli i podejść 15

1. Zadania mediów w demokracji 15
2. Ku bezpośredniej demokracji komunikacyjnej: niektóre modele relacji media–demokracja 30
 - 2.1. „Budzik” 30
 - 2.2. Pies obronny i stróżujący demokracji (*watchdog*) 31
 - 2.3. Media konfliktu i konsensu 34
 - 2.4. Media przedstawicielsko-partycypacyjnej demokracji komunikacyjnej 38
 - 2.5. Dziennikarstwo obywatelskie 39
 - 2.6. Komunikacja i rozmowa społeczna *Peer-to-Peer* (P2P) 40
3. Bezpośrednia demokracja komunikacyjna: koncepcja realistyczna czy utopijna? 42

Rozdział 2

Kryzys demokracji 53

1. Demokracja: uwagi wstępne 53
2. Kryzys demokracji, jego formy i przyczyny 60
 - 2.1. Utrata poczucia sensu i celu procesu demokratycznego 69
 - 2.2. Utrata wiary w instytucje i procedury demokratyczne 72
 - 2.3. Erozja i zanik społecznej infrastruktury demokracji 79

Rozdział 3

Dekompozycja terytorialnych i polityczno-ideowych ram demokracji 85

1. Globalizacja 86
2. Neoliberalizm 93

3. Nacjonalizm 98
 - 3.1. Zwiększona asertywność mniejszości narodowych i etnicznych, zwłaszcza imigracyjnych 103
 - 3.2. Narastające napięcia między społecznościami większościowymi i mniejszościowymi 105
 - 3.3. Opór przeciwko globalizacji i efektem integracji międzynarodowej 109
 - 3.4. Procesy państwowotwórcze 112
4. Populizm 113

Rozdział 4

Kryzys roli mediów w demokracji 119

1. Kryzys mediów: wybrane aspekty 119
2. Komodyfikacja 124
3. Tabloidyżacja 130
4. Władza czwarta czy pierwsza? Mediokracja 144

Rozdział 5

Demokratyzacja mediów 149

1. Demokratyzacja mediów: rozważania konceptualne 150
2. Ruchy na rzecz demokratyzacji mediów w krajach zachodnich: nadzieje i rozczarowania 156
3. Przykre przebudzenie w krajach postkomunistycznych: polityka medialna idealistyczna, atawistyczna, czy „standardowa”? 163
 - 3.1. Orientacja idealistyczna 168
 - 3.2. Orientacja idealistyczno-mimetyczna 168
 - 3.3. Orientacja mimetyczna 169
 - 3.4. Orientacja prywatyzacyjna 169
 - 3.5. Orientacja atawistyczna 170
 - 3.6. Orientacja „standardowa” 170
4. Po kryzysie: wszystkie media publiczne, non-profit, czy „filantropkarstwo”? 171

Rozdział 6

Media publiczne a demokracja 175

1. Wyzwania, przed którymi stoją nadawcy publiczni 175
2. Media publiczne a ich odbiorcy 181
3. Media publiczne a nowe technologie 189
4. Media publiczne a demokracja – program 192

Rozdział 7

Nowe media i technologie a nowe kształty demokracji 195

1. Nowe oblicza demokracji 195
2. Nowe media i technologie a demokracja 206
3. Nowe media i technologie a polityka 214

Zakończenie

Demokracja na wpół bezpośrednia 221

Bibliografia 229

Indeks 263