

Michał Drożdż <i>Wolny człowiek w wolnych mediach</i> .....	9
<b>1. WOLNOŚĆ SŁOWA I WOLNOŚĆ KOMUNIKOWANIA</b> .....	15
Michał Drożdż <i>Wolność komunikowania w przestrzeni wartości</i> .....	17
Tomasz Goban-Klas <i>Wolność słowa w obszarze komunikacji społecznej</i> .....	29
Iwona Parzniewska <i>Determinanty polityczne wyznacznikami jakości współczesnego komunikowania</i> .....	37
Alicja Karłowska <i>Przestrzeń spotkania osób – słowo jako szansa, słowo jako zagrożenie</i> .....	49
Justyna Tomczyk <i>Wolność słowa w polskiej poezji współczesnej, czyli o twórczości niezależnej</i> .....	59
<b>2. ETOS WOLNOŚCI W PRZESTRZENI MEDIÓW</b> .....	67
Michał Drożdż <i>Prymat osoby w mediach</i> .....	69
Maciej Wiktorowski <i>Indywidualizm w recepcji mediów</i> .....	79
Paweł Cząstka <i>Przekaz wartości moralnych podstawowym zadaniem środków społecznego komunikowania według nauki Kościoła</i> .....	89

Bartosz Józefowski <i>Etyka w reklamie</i> .....	103
Jacek Znyk <i>O neutralizacji norm etycznych w mediach i potrzebie edukacji medialnej</i> .....	117
<b>3. WOLNOŚĆ DZIENNIKARSKA</b> .....	123
Paweł Czastka <i>Ewolucja nauki Kościoła a kształtowanie się wolności słowa w prasie</i> .....	125
Mariusz Makowski <i>Możliwości i ograniczenia wypowiedzi za pośrednictwem fotografii w mediach drukowanych</i> .....	133
Lidia Jaskuła <i>Linia programowa w Prawie prasowym – element zbędny czy potrzebny?</i> .....	145
Ewelina Walasek <i>Ponad faktami. Prawda reportażu, prawda reportera</i> .....	153
Agnieszka Całek <i>Polskie media w obliczu cierpienia i śmierci Jana Pawła II</i> .....	163
<b>4. MEANDRY WOLNOŚCI MEDIÓW</b> .....	185
Elwira Kukiela <i>W imię własnych racji? Werbalne mechanizmy manipulacji w dyskursie politycznym na przykładzie wybranych debat Co z tą Polską? Tomasz Lisa z 2005 roku</i> .....	187
Mariusz Makowski <i>Tabloidyżacja mediów. Dlaczego konsumenci mediów godzą się na przedmiotowe traktowanie bohaterów wydarzeń? Próba analizy psychologicznej</i> .....	201

Agnieszka Sojka <i>Wizerunki młodych kobiet i mężczyzn kreowane w mediach na przykładzie prasy i reklamy</i> .....	211
Agnieszka Całek <i>Kampania Virginity House'a. Wszystkie chwyt dozwolone? Case study kampanii reklamowej</i> .....	219
Łukasz Salwarowski <i>Sposoby manipulacji w mediach</i> .....	227
<b>5. ETYCZNO-PRAWNA OBRONA WOLNOŚCI SŁOWA</b> .....	237
Stanisław Pamuła <i>Etos współczesnego homo communicans</i> .....	239
Tomasz Jędruchów <i>Radiowe serwisy informacyjne w świetle zasad etyki dziennikarskiej</i> .....	251
Witold Machura, Robert Sobków <i>Tekst sponsorowany jako odpowiedź na krytykę prasową – wątpliwa etycznie (do)wolność słowa</i> .....	261
Katarzyna Skubisz-Kępka <i>Sprostowanie prasowe. Pomiedzy Scyllą wolności słowa a Charybdą ochrony jednostki</i> .....	269
Łukasz Salwarowski <i>Zasady etyki mediów a przykłady manipulacji medialnej</i> .....	277