

Andrzej Baczyński, Michał Drożdż <i>Odpowiedzialność od przypadku do celu</i>	9
1. BYĆ ODPOWIEDZIALNYM W MEDIACH	13
Michał Drożdż <i>Odpowiedzialność w mediach – odpowiedzialność mediów</i>	15
Wojciech Misztal <i>Odpowiedzialność: niezbędna pomoc czy uciążliwa przeszkoda?</i> <i>Przyczynek do relacji między chrześcijaństwem i mediami</i>	49
Jan Wadowski <i>Informacja i odpowiedzialność. Kryzys odpowiedzialności</i> <i>w technologicznym społeczeństwie sieci</i>	65
Henryk Pietrzak <i>Podmiotowość w przestrzeni medialnej – nowe aspekty</i>	83
2. ODPOWIEDZIALNOŚĆ ETYCZNA– MODELE I NORMY	103
Izabella Andrzejuk <i>Mieczysława Gogacza etyka chronienia osób jako podstawa dla etyki</i> <i>zawodu dziennikarza</i>	105
Mirosław Lakomy <i>Media whistleblowingowe a odpowiedzialność</i>	117
Jozef Darmo <i>Etika médií v „galaxiách” svetovej globalizácie</i>	135
Zbigniew Waleszczuk <i>Wem dienen die Medien? Verantwortung im Internetzeitalter</i>	145

3. ODPOWIEDZIALNOŚĆ DZIENNIKARSKA	157
Dorota Bis	
<i>Journalism – liability for publicizing or manipulating media coverage?</i>	<i>159</i>
Michalina Szczepańska	
<i>Punktowa analiza czynników wewnętrznych jako próba zmierzenia odpowiedzialności treści audycji radiowych</i>	<i>185</i>
Maria Kołtunowska	
<i>Wrażliwość czy odrodzenie moralne mediów? Dziennikarze w sytuacji żałoby narodowej – po śmierci Jana Pawła II i po katastrofie smoleńskiej</i>	<i>195</i>
Michał Albert	
<i>Sposoby i przyczyny prezentowania wydarzeń politycznych w czasopiśmie „Zrno” z perspektywy odpowiedzialności mediów</i>	<i>207</i>
4. OBLICZA ODPOWIEDZIALNOŚCI W PRAKTYCE MEDIÓW	225
Andrzej Baczyński	
<i>Źródła kryzysu współczesnej telewizji</i>	<i>227</i>
Jolanta Zaręba	
<i>Between journalism and advertising</i>	<i>251</i>
Viera Lehoczka	
<i>Trends in Post-modern Civilization and Media Communication Competencies</i>	<i>271</i>
Agnieszka Catek	
<i>Magia odpowiedzialności rozproszonej. Etyczny aspekt funkcjonowania marek konwergentnych na przykładzie „Harry’ego Pottera”</i>	<i>283</i>

5. ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC WYZWAŃ RYNKU I TECHNOLOGII	295
Mariusz Makowski	
<i>O imitowaniu. Reklama i media: każdy w cudzych butach</i>	<i>297</i>
Wacław Branicki	
<i>Odpowiedzialność w relacjach zapośredniczonych przez technologię</i>	<i>315</i>
Joanna Mysona Byrska	
<i>Reklama i społeczeństwo konsumpcyjne. Nowy wyzysk w ujęciu Jeana Baudrillarda</i>	<i>335</i>
Krzysztof Serafin	
<i>„Dekonstrukcja” podmiotu odpowiedzialności w wirtualności mediów elektronicznych</i>	<i>349</i>
6. ODPOWIEDZIALNOŚĆ A MISJA PUBLICZNA	365
Paweł Kostecki	
<i>Media narzędziem budowania pokoju w refleksji Jana Pawła II</i>	<i>367</i>
Ladislav Volko	
<i>Media słowackie – oczekiwanie na odpowiedzialność</i>	<i>377</i>
Dorota Mazur	
<i>Odpowiedzialność ewangelizacyjna mediów katolickich</i>	<i>387</i>
Agnieszka Noga-Dąbrowska	
<i>Teoria odpowiedzialności społecznej wobec działań public relations w mediach</i>	<i>397</i>