

Andrzej Baczyński, Michał Drożdż <i>Wartość mediów – od wyzwań do szans</i>	9
I. ODKRYWAĆ WARTOŚĆ MEDIÓW	13
Michał Drożdż <i>Wartość mediacyjna mediów</i>	15
Krzysztof Gurba <i>Dystrybucja władzy nad agendą medialną jako wartość</i>	39
Agata Dziekan-Łanucha <i>Radio lokalne jako wartość społeczna. Dlaczego w Polsce nie wykorzystano potencjału tego sektora mediów?</i>	55
Andrzej Zwoliński <i>Etyka komputera</i>	75
Joanna Sosnowska <i>Telewizyjne kino wartości</i>	91
2. WARTOŚCI W DZIENNIKARSKICH DZIAŁANIACH	111
Jacek H. Kołodziej <i>System aksjologiczny telewizyjnych wiadomości</i>	113
Piotr Lehr-Spławiński <i>Figuralność teleexpressowych przekazów w kontekście wartości</i>	137

Maria Teresa Lisisowa <i>Medializacja tekstu prawnego, czyli jak dziennikarz komunikuje aksjologię prawa</i>	159
Ewa Sadurska-Duffy <i>LOHAS – promocja wartości związanych ze zrównoważonym stylem życia w prasie kobiecej</i>	183
Marcelina Szumer, Paweł Wieczorek <i>Dylematy etyczne w pracy współczesnego dziennikarza i ich wpływ na formę, treść i jakość przekazu medialnego</i>	205
3. NOWE MEDIA JAKO SZANSA I WYZWANIE DLA WARTOŚCI	223
Paweł Kaszuba <i>Etyczność cyberprzestrzeni</i>	225
Barbara Koc-Kozłowiec <i>Cyberprzestrzeń – cyberprzejrzystość – „cyfrowy ogon” – dobrowolna niewola</i>	245
Agnieszka Catek <i>„Ja” na Facebooku, czyli rzecz o tożsamości i potrzebach użytkownika sieci społecznościowej</i>	267
Mirosław Lakomy, Maria Nowina Konopka <i>Social media – youtubifikacja versus wikinimizacja</i>	285
Monika Kaczmarek-Śliwińska <i>Mimikra i mimizeja komunikacyjna jako formy nieetycznej komunikacji online</i>	313

4. ODSŁONY WARTOŚCI W PRAKTYCE MEDIALNEJ	329
 Tomasz Goban-Klas <i>Hipokryzja, populizm i terror tabloidów</i>	 331
 Mariusz Makowski <i>Od „Kuchennych rewolucji” TVN do „Bez tajemnic” HBO – misyjne programy w stacjach komercyjnych. Ile wartości zawiera w sobie polski edutainment?</i>	 347
 Krzysztof Jurek <i>Prowokacja dziennikarska w teorii i praktyce</i>	 369
 Lucyna Szot <i>Dziennikarstwo śledcze – dylematy zawodowe</i>	 389
 Katarzyna Kantner <i>Między bohaterem reportażu a postacią literacką. O etycznych granicach zastosowania mowy pozornie zależnej w tekstach dziennikarskich</i>	 413