

Spis treści

0. Wstęp	7
1. Rys historyczny	9
1.1. Zarys historii Polskiego Radia.	9
1.2. Obecne kierownictwo	21
2. Umocowanie teoretyczne	23
2.1. Cele i założenia	23
2.1.1. Założenia wstępne	23
2.1.2. Cel poznawczy	24
2.1.3. Cel pragmatyczny.	24
2.2. Pojęcia.	25
2.2.1. Tekst	25
2.2.2. Dyskurs	32
2.2.3. Krytyczna analiza dyskursu (KAD)	41
2.2.4. Interdyskurs	44
2.2.5. Opinia publiczna	47
2.3. Perspektywy oglądu komunikacji	48
2.3.1. Autopoietyzm dyskursu	48
2.3.2. Rozszerzenie ujęcia krytycznego	50
2.3.3. Środki perswazji	52
2.3.4. Przegląd zagadnień pokrewnych	56
2.4. Radio jako medium	71
2.4.1. Szerokie ujęcie	72
2.4.2. Relacje medium z odbiorcami	85
3. Metodologia	89
3.1. Przedmiot badań	89
3.2. Archiwizacja zebranego materiału	96

3.3. Badanie	101
3.3.1. Zakres wyliczeń statystycznych	102
3.3.2. Analiza jakościowa	104
3.4. Problemy	108
4. Wyniki	111
4.1. Obserwacja ilościowa (statystyka)	111
4.1.1. Wyszczególnione pozycje	112
4.1.2. Muzyka	113
4.1.3. Elementy izolowane.	119
4.1.3.1. Autopromocja	119
4.1.3.2. Reklama	120
4.1.3.3. Serwis informacyjny	125
4.1.3.4. Informacje sportowe	126
4.1.3.5. „Radio kierowców”	127
4.1.3.6. Prognoza pogody	128
4.1.3.7. Euranet Plus.	129
4.1.3.8. Ogłoszenia Społeczne, Agrofakty i Gospodarka	131
4.1.3.9. Lektury i wykluczenia	133
4.1.4. Elementy otwarte	134
4.2. Obserwacja jakościowa	148
4.2.1. Ramówka	148
4.2.2. Audycje	164
4.2.3. Modelowanie dyskursu	278
4.3. Dyskursywny profil słuchacza.	311
4.4. Podsumowanie	320
Bibliografia	323
Streszczenie.	337
Synopsis	341