

Spis treści

| | |
|--|-----|
| Masy i maszyny | 11 |
| Kult niekompetencji i mądrość tłumu | 13 |
| Sztuczna inteligencja jako metafora | 57 |
| Tradycje i główne nurty badań nad publicznością mediów | 95 |
| Publiczność – sprawca czy ofiara? | 116 |
| Cyberfobia i panika medialna | 134 |
| | |
| Media i wizerunki | 153 |
| O tzw. „wpływie” mediów | 155 |
| Propaganda komputacyjna | 169 |
| Ile kosztuje prawda w mediach? | 182 |
| Patriotyzm – nacjonalizm – szowinizm – faszyzm – katofaszyzm w dyskursach akademickich i medialnych | 194 |
| Pokora Karola Wojtyły i kreowanie wizerunku Jana Pawła II | 215 |
| Etyka rzecznika prasowego policji | 230 |
| Syndykat Dziennikarzy Krakowskich (1912–1939) | 244 |
| Prosektorium | 263 |