

Введение	7
--------------------	---

Глава 1. Начало трансформации медиа в Польше

1.1. Решения «Круглого стола» и польские СМИ	13
1.2. Правовое регулирование процесса трансформации медиа	19
1.3. Образование Национального совета по радиовещанию и телевидению	21
1.4. Иностраный капитал — движущая сила трансформации польских медиа	22
1.5. Образование рыночной модели печатных СМИ	25
1.6. «Газета Выборча» — лидер польской демократической журналистики	27
1.7. Трансформация польского радиовещания и телевидения.	33
1.8. Административная реформа и типология СМИ	43

Глава 2. Эволюция польской медиамодели

2.1. Мировые информационные концерны на польском рынке медиа	45
2.2. Итоги трансформации печатных медиа	49
2.3. Бесплатная пресса	83
2.4. Региональные, локальные и сублокальные медиа	85
2.5. Как изучают медиа в Польше	89
2.6. Реклама в польских медиа: особенности продвижения на разных этапах трансформации	99

Глава 3. Конкурентная борьба медиа в начале XXI века. Телевидение доминирует на рынке медиа

3.1. «Факт» и «Дзенник» — продукты агрессивной деятельности группы «Рингер-Аксель Шпрингер Польша — Ферлаг»	107
3.2. Таблоидизация печатной журналистики как результат конкурентной борьбы.	111
3.3. Радиорынок меняет свое лицо.	123
3.4. Телевидение доминирует на рынке медиа по всем показателям	129
3.5. Внедрение цифровой техники в польские аудиовизуальные СМИ	130
3.6. Особенности программной политики коммерческого телевидения.	131
3.7. Коммерческое телевидение: выход на биржу	136
3.8. Проблемы общественного телевидения в начале нового столетия	137
3.9. Информатизация страны. Интернет и мобильная телефония. Блогосфера.	148
Заключение	156
Источники и литература	160
<i>Приложение 1. Наиболее часто цитируемые польские медиа.</i>	<i>163</i>
<i>Приложение 2. Неподцензурная печать профсоюза «Солидарность» в 70—80-е гг. XX в.</i>	<i>166</i>
Основные даты политической истории Польши (после первого раздела)	185
Руководители Польши	191