

САДРЖАЈ

ЗАШТО? – 9

УВОД

Основи медијске писмености – 13

Све у једној слици! – 14; Где смо ми? – 16; Како је то могуће? – 16;

Шта је ту друштвена улога медија? – 19

ПРВО ПОГЛАВЉЕ

Нови медији – нада и страх – 23

Визије Борхеса и Ваневара Буша из 40-их – 23; Кратка историја интернета – 25; Интернет у свакодневном животу људи – 29;

Будућност са „новим медијима” – 30; Симбиоза човек–компјутер – 32; Човек постаје обична гомила РОМ-а – 35;

Поруке око нас су као ваздух – 37; Капитализам окреће интернет против слободе – 39; Доба дезинформација – 41

ДРУГО ПОГЛАВЉЕ

Демократија маса – масовна култура

– масовни медији – 45

Демократија и стварна демократија – 45; Побуна маса и масовна демократија – 46; Јавност и јавно мњење – 50; Липманово

„Јавно мњење” – 51; Хабермасово јавно мњење – 53; Претварање мислећег писца у „потребњака” – 56; Антиинтелектуализам

постаје моћ – 59; Времепплов – од „Похвале лудости” до сумрака озбиљности – 62

ТРЕЋЕ ПОГЛАВЉЕ

Постмодерна и инфо-капитализам – 65

Сумрак прогресивизма – 65; Постиндустријско друштво и нови актери – 66; Информатичко доба и инфо-капитализам – 69; „Ризично друштво” и мутна будућност – 72; Слобода избора као лажна слобода – 74

ЧЕТВРТО ПОГЛАВЉЕ

Култура, „популарна култура”, „индустрија културе” – 77

Култура, супкултура, културни релативизам – 77; Просветитељство као масовна обмана – 79; Уметничко дело и техничка репродукција – 82; Глобални контекст и традиционалне вредности – 84

ПЕТО ПОГЛАВЉЕ

Комуникација и *homo symbolicum* – 87

Шта значи комуникација – 87; Основне теорије комуникације – 89; Три историјска услова за појаву масовних медија – 91; Пут од логосфере до хиперсфере – 92; Између комуникације и трансмисије – 93; Гутенбергова револуција – 94; Како се продају читаоци – 96

ШЕСТО ПОГЛАВЉЕ

Промене у масовним медијима – које мењају и њих и наше животе – 99

Доба конвергенције – 99; Четири промене у медијској индустрији – 101; Концентрација власништва – 101; Глобализација – 108; Фрагментација публике – 108; Хиперкомерцијализација – 110

СЕДМО ПОГЛАВЉЕ

Два века похода масовних медија – књига, плакат, новине, магазини, филм, радио, телевизија – 113

Од слова до слике – 113; *Књига* – 115; Књиге и конвергенција – 119; *Плакат* – 120; *Новине и магазини* – 123; Енглеска – 125; Француска – 127; Америка – 129; Пени-прес – 132; „Жута

штампа” – 133; Рат је посао за новине – 136; Од Рима до опадања у XX веку – 138; Магазини – 140; Штампа у Србији – 140; Конвергенција – 144; **Филм**– 147; **Радио** – 151; **Телевизија** – 157

ОСМО ПОГЛАВЉЕ

Манипулација свешћу – 173

Адвертајзинг – 191; **ПР** – 203; **Спин** – 218

ДЕВЕТО ПОГЛАВЉЕ

Медијско описмењавање – 223

Императив медијске писмености – 226; Суочавање с проблемом – 230; Шта је медијска писменост – 232; Препреке медијском описмењавању – 234; Искривљавање и пропаганда – 237; Процес трајања и иновације – 240

ЗАКЉУЧАК – 243

о неизвесној будућности медија са вирусом „лажних вести” у време „одлучујућег цивилизацијског преокрета човечанства”

ПОЈМОВНИК – 253

ХРОНОЛОГИЈА МЕДИЈА – 265

ЛИТЕРАТУРА – 269

РЕГИСТАР ИМЕНА – 279