

TOMASZ GACKOWSKI

Lista publikacji

- z dnia 31 października 2012

I. Publikacje książkowe (monografie):

1. **Gackowski T., Łączyński M. *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek. Jak i po co należy go badać***, (współpraca badawcza: Balcerzak A., Majchrzyk Ł., Matyja A., Wieczorkowski M.) Wydawnictwo CeDeWu, s. 300, Warszawa 2009;
2. **Gackowski T., Łączyński M. *Analiza wizerunku w mediach. Podręcznik***, (współpraca badawcza: Balcerzak A., Majchrzyk Ł., Matyja A., Wieczorkowski M.), Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, s. 324, Warszawa 2008;
3. **Gackowski T., Łączyński M., Majchrzyk Ł., Matyja A., Wieczorkowski M., *Skrypt do analizy zawartości prasy***, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, s. 130, Warszawa 2007;

Redakcje:

4. **Gackowski T., Dziędzic J. (red.), *Manipulacja w mediach. Media o manipulacji***, Seria „Media początku XXI wieku”, Wydawnictwo Aspra-JR, s. 284, Warszawa 2011;
5. **Gackowski T. (red.), *Zawartość mediów czyli rozważania nad metodologią badań medioznawczych***, Seria „Media początku XXI wieku”, Wydawnictwo Aspra-JR, s. 154, Warszawa 2011 ;
6. **Gackowski T., Gackowska A., Dziędzic J. (red.), *PR w RP, czyli dwadzieścia polskiej branży public relations***, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, s. 168, Warszawa 2010;

II. Prace oryginalne (rozdziały w książkach zbiorowych, artykuły w czasopiśmie):

1. **Gackowski T., *Konferencja „Tożsamość nauk o mediach”, czyli medioznawcza polifonia starej-nowej dyscypliny naukowej***, *Studia Medioznawcze*, nr 3 (50), 2012, s. 11-27;
2. **Jabłonowski M., Gackowski T., *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, postulaty, perspektywy***, *Studia Medioznawcze*, nr 2 (49), 2012, s. 15-24;
3. **Gackowski T., *Jak media rozliczają władzę – analiza dyskursu politycznego opiniotwórczych dzienników prestiżowych (ang. broadsheet) na przykładzie rządu Donalda Tuska***, [w:] K. Pokorna-Ignatowicz, S. Jędrzejewski, J. Bierówka (red.), *Polskie media wobec ważnych wydarzeń politycznych*

- i problemów społecznych w przeszłości i współcześnie*, Wydawnictwo Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2012, s. 73-95;
4. **Gackowski T., *Zamiast przedmowy. Manipulacja immanentną cechą mediów?***, [w:] **Gackowski T.,** Dziedzic J. (red.), *Manipulacja w mediach. Media o manipulacji*, Seria „Media początku XXI wieku”, Wydawnictwo Aspra-JR, Warszawa 2011, s. 7-17;
 5. **Gackowski T., *The Issue of Media Studies Research Methodology***, [w:] *Media Studies in Poland at the Turn of the Century*, Ł. Szurmiński, (ed.), Vol I, Wydawnictwo Skorpion, Warsaw 2011, s. 173-198;
 6. **Gackowski T., *W świetle teczek Służby Bezpieczeństwa***, [w:] *Stefan Kisielewski 1911-1991-2011*, Jabłonowski M., Habielski R. (red.), Wydawnictwo Aspra-JR, Warszawa 2011, s. 261-299;
 7. **Gackowski T., Łączyński M., *Agenda-setting w głowach studentów Uniwersytetu Warszawskiego - z jakich mediów korzystają studenci i co z nich zapamiętują?***, [w:] **Gackowski T. (red.)**, *Zawartość mediów czyli rozważania nad metodologią badań medioznawczych*, Seria „Media początku XXI wieku”, Wydawnictwo Aspra-JR, Warszawa 2011, s. 69-91;
 8. **Gackowski T., *Czy politycy dotrzymują słowa? Obietnice polityków i ich realizacja jako przedmiot badań politologiczno-medioznawczych***, *Studia Medioznawcze*, nr 4 (47), 2011, s. 23-43;
 9. Gackowski T., ***Bandwagon effect siłą sondażokracji, a więc po co mediom sondaże w okresie międzywyborczym?***, *Studia Medioznawcze*, 2 (45) 2011, s. 43-58;
 10. **Gackowski T., *Rzecz o metodologii badań medioznawczych***, *Studia Medioznawcze*, 1 (40), 2010, s. 151-169;
 11. **Gackowski T., Gackowska A., *Bo do tanga trzeba dwojga ... – media i politycy, a więc polityczny PR na zdjęciach studniówkowych i rocznicowych rządu PO-PSL w „Rzeczpospolitej” i „Gazecie Wyborczej”***, [w:] **Gackowski T., Gackowska A., Dziedzic J. (red.)**, *PR w RP, czyli dwadzieścia polskiej branży public relations*, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, Warszawa 2010, s. 93-104;
 12. **Gackowski T., *Podsumowanie: system PR-owski w Polsce?***, [w:] **Gackowski T., Gackowska A., Dziedzic J. (red.)**, *PR w RP, czyli dwadzieścia polskiej branży public relations*, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, Warszawa 2010, s. 78-93;
 13. **Gackowski T., Łączyński M., *Listy frekwencyjne w dziennikach ogólnopolskich w 2008 r.***, *Studia Medioznawcze*, 3 (38), 2009, s. 95-128;
 14. **Gackowski T., *Kilka słów o projekcie list frekwencyjnych w dziennikach ogólnopolskich w 2008 r.***, [w:] **Gackowski T. (red.)**, *I Ogólnopolski Zjazd Analityków Mediów pt. „Mediokracja a Demokracja”*, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, Warszawa 2009, s. 13-43;

III. Prace przeglądowe (raporty, suplementy, recenzje naukowe, opracowania źródłowe):

Opracowania i ekspertyzy:

1. **Gackowski T., Raport otwarcia (brief – ekspertyza)** dla Europejskiego Forum Nowych Idei 2012 – PKPP Lewiatan pt. *LIDER CZY STATYSTA? EUROPA W WIELOBIEGUNOWYM ŚWIECIE | PERSPEKTYWA BIZNESU* (Sopot, 26-28.09.2012 r.) – panelu poświęconego mediom opiniotwórczym w Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem mediów publicznych – dla uczestników panelu dyskusyjnego pt. **Czy UE przeżyje bez europejskich mediów publicznych?** Moderator: Andrzej Goldewski (TVP), Uczestnicy: Juliusz Braun (TVP), Ingrid Delterne (EBU), Grzegorz Hajdarowicz (Gremi Group), oraz Aleksander Scheuer (EML) – zob. <http://efni.pl/wp-content/uploads/2012/09/Czy-UE-przezyje-bez-europejskich-mediow-publicznych.pdf> (odczyt: 9.10.2012 r.).

Recenzje:

1. **Gackowski T. , Ina Martela, Dariusz Rott »Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne – wybrane problemy i zagrożenia«**, *Studia Medioznawcze*, nr 4 (47), 2011, s. 159-161;

IV. Prace pokonferencyjne i doniesienia zjazdowe:

Redakcje:

1. **Gackowski T. (red.), I Ogólnopolski Zjazd Analityków Mediów pt. „Mediokracja a Demokracja”**, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa UW, s. 181, Warszawa 2009;

Sprawozdania:

1. **Gackowski T., Sprawozdanie z II Kongresu Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej pt. „Autonomia nauki o komunikowaniu”**, *Studia medioznawcze*, 4 (43) 2010 r., s. 177-181.