

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	11
Beata Grochala	
METODOLOGIE I METODY	17
1. MEDIOLINGWISTYKA (LINGWISTYKA MEDIÓW)	17
2. PRZEDMIOT I OBIEKT MEDIOLINGWISTYKI	18
2.1. Analiza dyskursu	19
2.2. Analiza semiotyczna (semiologiczna)	22
2.3. Analiza tekstu	24
2.4. Analiza treści	27
2.5. Analiza zawartości mediów (prasy)	27
2.6. Badania odbioru mediów	30
2.7. Krytyczna analiza dyskursu	30
2.8. Medialny obraz świata	34
2.9. Słowa sztandarowe, symbole kolektywne	37
2.10. Telemetria	38
3. GENOLOGIA DZIENNIKARSKA	39
3.1. Analiza genologiczna	41
4. TEORIA PORZĄDKU DNIA (<i>AGENDA SETTING</i>)	43
5. TEORIA UŻYTKOWANIA I KORZYŚCI (<i>USES AND GRATIFICATIONS</i>)	45
Alina Naruszewicz-Duchlińska	
MEDIA MASOWE	47
1. PRAWO PRASOWE, PRAWO O RADIOFONII I TELEWIZJI	50
2. ZAWARTOŚĆ MEDIÓW MASOWYCH (PRASY, RADIA, TELEWIZJI)	51
3. KANAŁ (KANAŁ INFORMACJI, PASMO)	55
4. PRASA	56
4.1. Typologia prasy (wytworów drukowych)	56
4.2. Prasa bulwarowa (brukowiec, tabloid)	57

5. RADIO	59	3.2. Gatunek prasowy	177
5.1. Radiofonia publiczna	59	3.3. Gatunek radiowy	179
5.2. Neoradio	60	3.4. Gatunek telewizyjny	181
6. TELEWIZJA	61	3.5. Gatunek internetowy (gatunek sieciowy)	186
6.1. Neotelewizja	61	3.6. Gatunek w reklamie	188
6.2. Oferta programowa (program dnia, ramówka telewizyjna, <i>prime time</i>)	62	3.7. Gatunek ludyczny	189
7. NOWE MEDIA	64	3.8. Gatunek grzecznościowy	190
8. INTERNET JAKO MEDIUM	66	3.9. Ankieta prasowa	190
8.1. Hipermedia	68	3.10. Artykuł publicystyczny	190
8.2. Intranet	68	3.11. Artykuł wstępny (wstępniak, edytorial)	191
9. FUNKCJE MEDIÓW	68	3.12. Audycja radiowa	191
Marta Noińska		3.13. Baner (pasek informacyjny, pasek autopromocyjny, wzmianka)	193
MEDIALNY AKT KOMUNIKACJI	71	3.14. Biuletyn (biuletyn elektroniczny, biuletyn informacyjny, newsletter)	194
1. AKTY MOWY I ICH FUNKCJE	72	3.15. Blog (weblog)	195
2. STRATEGIE KOMUNIKACYJNE	74	3.16. Czat (pogawędka internetowa, rozmowa internetowa)	197
3. DIALOG	77	3.17. Debata (debata publiczna)	198
4. POLILOG	80	3.18. Dokunowela (paradokument, docusoap, dokumentalna opera mydlana)	202
5. NARRACJA	85	3.19. Dyskusja (dyskusja publiczna)	203
6. AKTY KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ	87	3.20. E-mail (mejł, list elektroniczny)	208
Kaja Rostkowska		3.21. Fake news	209
TEKST MEDIALNY	91	3.22. Felieton	209
1. WYPOWIEDŹ	96	3.23. Format	213
2. TEKST PRASOWY	103	3.24. Fotoreportaż	217
3. TEKST RADIOWY	108	3.25. Główka (lid)	217
4. TEKST TELEWIZYJNY	110	3.26. Hiperłącze (link, łącze)	218
5. TEKST INTERNETOWY	116	3.27. Hipertekst	219
6. MULTIMODALNOŚĆ (POLIKODOWOŚĆ, MULTIMEDIALNOŚĆ)	121	3.28. Infografika	220
7. JĘZYK W MEDIACH (W PRASIE, W RADIU, W TELEWIZJI)	131	3.29. Kabaret telewizyjny	221
7.1. Język w prasie	133	3.30. Komentarz	222
7.2. Język w radiu	136	3.31. Komunikat	227
7.3. Język w telewizji	139	3.32. Layout	229
7.4. Język w internecie	147	3.33. List do redakcji	232
7.5. Język reklamy	158	3.34. Logo (logotyp)	232
Aleksandra Kalisz, Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz,		3.35. Magazyn (magazyn ilustrowany, pismo ilustrowane)	234
Agnieszka Walecka-Rynduch		3.36. Mem internetowy	243
GATUNEK MEDIALNY	161	3.37. Nagłówek	245
1. REGUŁY WZORCA GATUNKOWEGO	167	3.38. Notatka (notatka prasowa, depesza, wiadomość)	249
2. KONWENCJE GATUNKOWE (WZORZEC KANONICZNY, WZORZEC ALTERNACYJNY, WZORZEC ADAPTACYJNY)	169	3.39. Odpowiedzi redakcji	257
2.1. Hybryda gatunkowa	172	3.40. Paratekst	257
2.2. Gatunki w formie kolekcji	173	3.41. Porada	260
3. TYPOLOGIA GATUNKÓW	175	3.42. Portal internetowy	260
3.1. Gatunek dziennikarski	176	3.43. Powieść w odcinkach	261
		3.44. Pożegnanie	261
		3.45. Reality show	263

3.46. Recenzja filmowa	265
3.47. Serial telewizyjny	267
3.48. Slogan-slogo	268
3.49. SMS	270
3.50. Sprawozdanie	274
3.51. Strona internetowa (witryna)	275
3.52. Sylwetka	276
3.53. Talk-show	278
3.54. Teatr telewizji	280
3.55. Telenowela	281
3.56. Teleturniej	282
3.57. Tytuł (śródtytuł)	285
3.58. Wideoblog	289
3.59. Wortal	291
3.60. Wydarzenie medialne	291
3.61. Wywiad	295
3.62. Wzmianka	306
3.63. Zjawka	308
3.64. Zapowiedź	308

Marta Noińska

DYSKURS MEDIALNY	311
1. DYSKURS PRASOWY	316
2. DYSKURS TELEWIZYJNY	320
3. DYSKURS ELEKTRONICZNY	322
4. PRAKTYKI DYSKURSYWNE	325

Marta Śleziak

ZNAK	327
1. SEMIOSFERA	329
2. KOD	330
3. KONWERCENCJA	331
4. PAPIER	331
5. PISMO	332
6. OBRAZ	333
7. DŹWIĘK	335
8. DIGITALNOŚĆ	337

Magdalena Ślawska

NADAWCA W MEDIACH	339
1. TYPY PODMIOTÓW NADAWCZYCH	340
2. CELE NADAWCY MEDIALNEGO	341
3. NADAWCA INSTYTUCJONALNY	342
4. AUTOPROMOCJA NADAWCY	344
5. UKŁAD RÓL NADAWCZYCH W TELEWIZJI	345
5.1. Zespół redakcyjny (prowadzący, prezenter, spiker)	346
5.2. Nadawca – autor	349
5.3. Nadawca – dziennikarz	350

6. KOMPETENCJE NADAWCY	351
6.1. Gatekeeper	354
6.2. Gospodarz (przeprowadzający wywiad, reporter)	355
7. NADAWCA – PERSPEKTYWA INTERAKCYJNA	358
8. NADAWCA W NOWYCH MEDIACH	360

Iwona Loewe, Teresa Uchman

ODBIORCA MEDIÓW	363
1. AUDYTORIUM (ODBIORCA MASOWY, PUBLICZNOŚĆ, WIDOWNIA, GRUPA DOCELOWA, TARGET)	363
2. TYPY ODBIORCÓW/TYPOLOGIA AUDYTORIÓW	365
3. AKTYWNOŚĆ AUDYTORIUM	367
3.1. Surfing internetowy (żeglowanie po internecie)	367
3.2. Kompetencja (językowa, komunikacyjna, medialna, interaktywna)	367
3.3. Uwaga odbiorcy	369
3.4. Recepcja (oglądalność, słuchalność, sprzężenie zwrotne)	370
4. ZAPPING	371

Anna Hanus, Agnieszka Mac

MEDIOLINGWISTYKA ZAKOTWICZONA W NIEMIECKIEJ TRADYCJI BADAWCZEJ	373
---	-----

Petr Mareš

MEDIOLINGWISTYKA W CZECHACH	393
-----------------------------------	-----

Pavol Adamka

MEDIOLINGWISTYKA NA SŁOWACJI	401
------------------------------------	-----

Eleonora Szestakowa

MEDIOLINGWISTYKA NA UKRAINIE	405
------------------------------------	-----

Maria Koniuszkiewicz

MEDIOLINGWISTYKA NA BIAŁORUSI	419
-------------------------------------	-----

Lilia Duskajewa, Ludmiła Gromowa

MEDIOLINGWISTYKA W ROSJI	427
--------------------------------	-----

Ewelina Tyc

POLSKA BIBLIOGRAFIA MEDIOLINGWISTYCZNA	455
--	-----

Wydawnictwa leksykograficzne	455
Wydawnictwa naukowe – monografie	455
Wydawnictwa naukowe – artykuły i rozdziały	458
Wydawnictwa naukowe pod redakcją	494
Źródła – wydawnictwa leksykograficzne	496
Źródła – monografie	496

LITERATURA CYTOWANA	499
---------------------------	-----