

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
-------------	---

Część I KULTURA POPULARNA

Agnieszka Iwanicka

Kultura popularna kulturą recyklingu – casus muzyki rozrywkowej	13
---	----

Alicja Kisielewska

Świat na opak, czyli rodzina w PRL-owskich filmach i serialach komediowych	21
--	----

Marta Juza

Seria <i>Star Trek</i> jako przykład wykorzystania utworów kultury popularnej w komunikowaniu o charakterze białej propagandy	35
---	----

Ewa Gębicka

Formaty telewizyjne jako element współczesnego rynku audiowizualnego	53
--	----

Agnieszka Ogonowska

Reklama telewizyjna: wybrane strategie „czytania”	69
---	----

Piotr Wojcieszuk

Zawsze coca-cola? Komunikat marketingowy w świetle teorii antropologicznej	87
--	----

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

Mobilking jako problem metodologiczny. Jak badać konwergentne dyskursy zmediatyzowanej kultury popularnej?	105
--	-----

Magdalena Kamińska

Kategoria wiedzy potocznej w kulturoznawczych badaniach nad mediami. Ewaluacja perspektyw metodologicznych	127
--	-----

Część II STUDIA GENDEROWE

Edyta Lorek-Jezińska

- Archeologia kobiety — kreowanie przeszłości i kontrola nad mitem w sztuce Bryony Lavery
— *Pochodzenie gatunku* 143

Katarzyna Więckowska

- „Odwrótnie przepisanie”: kobiety w twórczości Jeanette Winterson, Ali Smith i Sary Waters 161

Barbara Kijewska

- Badania kwestii płci w telewizji 175

Bożena Walerjan

- Operacje plastyczne dla kobiet i/czy mężczyźni? Analiza socjologiczna w oparciu o strony internetowe klinik
chirurgii plastycznej 187

Magdalena Dąbrowska

- Dyskurs polityczny a równość płci. „Strategiczne ramowanie” jako feministyczna metoda prowadzenia
polityki równości 205

Część III KOMUNIKACJA JĘZYKOWA

Waldemar Tłokiński

- Język w komunikacji intrapersonalnej: aspekty temporalne i rozwojowe 223

Grzegorz Ptaszek

- Językowe sposoby wyrażania niezadowolenia przez klientów (na przykładzie rozmów telefonicznych
z konsultantami call center GRUPY PZU SA) 231

Jolanta Maćkiewicz

- Czy słowa w prasie mają znaczenie? 249

Karolina Ruta, Marta Wrześniewska-Pietrzak

- Elementy stylu potocznego w wybranych programach publicystycznych oraz ich funkcje 265

Monika Skarżyńska

- Dramaturgia reportażu telewizyjnego. Potoczność a oficjalność 281

Jacek Wasilewski

W pułapce mitu. Dwie dominujące narracje w polskim dyskursie	297
--	-----

Katarzyna Gierelo-Klimaszewska

Czy istnieje styl paranoiczny w polskim dyskursie politycznym?	309
--	-----

Krzysztof Borkowski

Polityka językowa — rozważania definicyjne	331
--	-----

Alica Harajová

Skuteczna komunikacja a kompetencja językowa	343
--	-----

Adriana Pčolinská-Halušková

Język angielski w komunikacji w Unii Europejskiej	353
---	-----

SUMMARY	359
---------------	-----