

Spis treści

WPROWADZENIE

9

ROZDZIAŁ I

BADANIA NAD WIZERUNKIEM

13

1.1. Stan badań

13

1.2. Przyjęta perspektywa badawcza

17

1.2.1. Teoretyczna perspektywa badawcza

17

1.2.1.1. Konstruktywizm

18

1.2.1.2. Kreowanie wizerunku przez odbiorcę wypowiedzi

23

1.2.1.3. Komunikowanie wizerunku przez autora wypowiedzi

23

1.2.1.4. Wizerunek a tożsamość

24

1.3. Metodologiczne rozwiązania

25

1.3.1. Szczegółowe cele badania

26

1.3.2. Dobór metodologii do celów badania

28

1.3.2.1. Układ poleceń w grupach i brzmienie pytań

32

1.3.2.2. Sposób przedstawienia materiałów i kart odpowiedzi

41

1.3.2.3. Czas i miejsce realizacji badania

44

1.3.2.4. Uczestnicy badania

46

1.3.2.5. Dlaczego felieton?

49

1.3.2.6. Kryteria doboru autorów i wykorzystane felietony

51

1.3.2.7. Trafność wewnętrzna eksperymentu i jej realizacja

52

1.3.2.8. Wyniki – rozwiązania analityczne

54

1.3.2.9. Ustalenia terminologiczne

56

1.4. Stan badań i metodologia – podsumowanie

57

ROZDZIAŁ II

WIZERUNKI FELIETONISTÓW

	61
2.1. Sposób przedstawienia wyników	61
2.2. Krzysztof Varga	63
2.2.1. Krzysztof Varga – wizerunek na podstawie anonimowego tekstu	63
2.2.2. Krzysztof Varga – wizerunek publiczny	70
2.2.3. Krzysztof Varga – wizerunek wizualny	75
2.2.4. Krzysztof Varga – wizerunek na podstawie tekstu ze zdjęciem i informacją o tożsamości autora	80
2.2.5. Zależności między poszczególnymi typami wizerunków Krzysztofa Vargi	87
2.3. Piotr Zaremba	90
2.3.1. Piotr Zaremba – wizerunek na podstawie anonimowego tekstu	90
2.3.2. Piotr Zaremba – wizerunek publiczny	97
2.3.3. Piotr Zaremba – wizerunek wizualny	101
2.3.4. Piotr Zaremba – wizerunek na podstawie tekstu ze zdjęciem i informacją o tożsamości autora	108
2.3.5. Zależności między poszczególnymi typami wizerunków Piotra Zaremby	117
2.4. Magdalena Środa	120
2.4.1. Magdalena Środa – wizerunek na podstawie anonimowego tekstu	120
2.4.2. Magdalena Środa – wizerunek publiczny	128
2.4.3. Magdalena Środa – wizerunek wizualny	133
2.4.4. Magdalena Środa – wizerunek na podstawie tekstu ze zdjęciem i informacją o tożsamości autora	145
2.4.5. Zależności między poszczególnymi typami wizerunków Magdaleny Środy	154
2.5. Szymon Hołownia	159
2.5.1. Szymon Hołownia – wizerunek na podstawie anonimowego tekstu	159
2.5.2. Szymon Hołownia – wizerunek publiczny	167
2.5.3. Szymon Hołownia – wizerunek wizualny	175
2.5.4. Szymon Hołownia – wizerunek na podstawie tekstu ze zdjęciem i informacją o tożsamości autora	183
2.5.5. Zależności między poszczególnymi typami wizerunków Szymona Hołowni	192

ROZDZIAŁ III

WNIOSKI

197

3.1. Możliwy do komunikowania wizerunek na podstawie wyników dotyczących wszystkich autorów

197

3.1.1. Wizerunek werbalny anonimowego autora tekstu i felietonisty o znanej tożsamości

202

3.1.2. Wizerunek publiczny

205

3.1.3. Wizerunek wizualny

210

3.2. Wizerunek werbalny, wizualny, publiczny – wzajemne wpływy

213

ZAKOŃCZENIE

219

LITERATURA

225

SPIS TABEL

245

ANEKS 1

251

ANEKS 2

255

ANEKS 3

267

ANEKS 4

273