

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
-----------------	---

Zbigniew Oniszczyk

Niemieckie media masowe jako źródła informacji (na podstawie badań odbioru)	13
---	----

* * *

Informacyjność przekazu a forma wypowiedzi medialnej

Paweł Nowak

Konstatywy? Asercje? Reprezentatywy? – granice medialnej pragmatolingwistyki informacyjnej	31
--	----

Anna Granat

Język jako narzędzie publicyzacji mediów informacyjnych	43
---	----

Magdalena Ślawska

Na przekór wyznacznikom gatunkowym – o antygatunkowości	69
---	----

* * *

Maria Wojtak

O nowych formach dziennikarskiej informacji w prasie tradycyjnej	83
--	----

Krzysztof Kaszewski

Formy 1. osoby liczby mnogiej w radiowym serwisie informacyjnym	101
---	-----

Ewa Bulisz

Metamorfozy struktury wywiadu w tygodnikach opinii	119
--	-----

Maria Krauz

Między informacją a nakłanianiem – o składnikach informacyjnych w recenzji prasowej	129
---	-----

Beata Żywicka

Ciemny lud wszystko kupi? Obraz ludu w polskim dyskursie publicystycznym po roku 1989	145
---	-----

Mateusz Kasiak

Tytuł wiele ci powie – krótki tekst, wiele informacji. O tytułach artykułów publicystycznych	161
--	-----

Wioletta Kochmańska

O językowej strukturze ogłoszeń w dziale <i>Nieruchomości – Mam do wynajęcia</i> w Rzeszowskim Serwisie Ogłoszeniowym www.rzeszowiak.pl	181
--	-----

Monika Wasilonek

Informacja i perswazja a informacja ukryta. Analiza semiotyczna reklam Coca-Coli	195
--	-----