

Wstęp

I. Specyfika przekazu werbalnego

Joanna Budkiewicz-Żeberska

Proszę postawić kropkę, bo za chwilę panowie się pobiją - dyrektywne akty mowy w wypowiedziach dziennikarzy politycznych w TVP

Wioletta Kochmańska

Radiowa relacja z meczu siatkarskiego - przekaz treści czy emocji? (na podstawie transmisji w wybranych rzeszowskich rozgłoszeniach radiowych)

Maria Krauz

Jak recenzenci mówią do odbiorców - o językowych środkach perswazji w nagłówkach recenzji filmowych

Grzegorz Ptaszek

Językowe wykładniki perswazyjności we wróżbie telewizyjnej

Anna Granat

Język muneris językiem mediów

Magdalena Trysińska

Życzliwe i nieżyczliwe zachowania komunikacyjno-językowe bohaterów filmów animowanych dla dzieci

Dorota Głowacka

Ostry język debaty publicznej w świetle orzecznictwa Europejskiego Trybunału

Praw Człowieka. Porównanie z praktyką sądów krajowych

Martyna Nowakowska

Reportaż jako gatunek. Stan badań

Magdalena Ślawska

Gatunki internetowe w prasie - przykłady konwergencji medialnej

Karolina Burno

Problem transgatunkowości blogów polskich polityków

Piotr Wiśniewski

Co w zamian za odpowiedź i sprostowanie! O konsekwencjach wyroku Trybunału

Konstytucyjnego z 1 grudnia 2010 roku. Uwagi prawnika

Anna Małgorzata Pycka

Czytelnik jednowymiarowy - modelowy adresat polskiej prasy współczesnej

II. Specyfika przekazu pozawerbalnego

ks. Janusz Miąso

Antropologiczna powinność wobec nowych mediów i ich języka

Marek Hallada, Dorota Jankowska

Język fotografii

Justyna Lehun

Wizualny język lokalnego tygodnika. Analiza "Strzelca Opolskiego"

Agnieszka Całek

Potencjał wizualny w tekstach bazowych marek konwergentnych na przykładzie

"Wiedźmina"

Krzysztof Piskorz

Internetowe memy - hieroglify XXI wieku

Jakub Nowak

Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej

Ilona Dąbrowska

Celebryta, osobowość, autorytet we współczesnych polskich programach telewizyjnych

Tomasz Bielak

Kultura uczestnictwa - kultura kontestacji? Debaty internetowe wokół ACTA

Piotr Karaś

Współczesne technologie w edukacji

III. Obraz świata w mediach

Ewa Maj

Język niepoprawności politycznej w neoendeckiej publicystyce prasowej

Anna Szwed

Metafora militarna jako sposób na opisanie świata polityki w tygodniku "Polityka"

Paulina Olechowska

Pogranicze polsko-niemieckie w nagłówkach prasowych wybranych regionalnych dzienników jako przykład tabloidyzacji treści

Olga Białek-Szwed

Obrazy agresji w mediach - próba analizy problemu

Magdalena Wasylewicz, Grzegorz Polański

Prowokowane emocje na okładkach tygodników opinii

Magdalena Szczypiorska-Mutor

Dorosłość z niedorosłością toczy w nas bój, niczym w książkach Gombrowicza.

Między Piotrusiem Panem a Beniaminem Buttonem, czyli starość i starzenie

się w fotografii i języku przekazu medialnego na przykładzie czasopisma

"Tylko dla dorosłych"

IV. Język mediów w służbie polityki i reklamy

Wojciech Maguś

Język polityki podczas wyborów prezydenckich w 2010 roku na przykładzie kampanii Jarosława Kaczyńskiego

Paweł Jakubowski

Język polityki podczas kampanii wyborczej w 2011 roku

Małgorzata Adamik-Szysiak

Retoryka audiowizualnej reklamy politycznej - spoty w polskiej kampanii parlamentarnej w 2011 roku

Justyna Maguś

Język expose Donalda Tuska. Analiza porównawcza wystąpień z 2007 i 2011 roku

Magdalena Wojtoń

Komunikowanie polityczne na łamach portali społecznościowych

Ewelina Kancik

Blog jako przestrzeń komunikacji politycznej. Blogi polskich polityków

Magdalena Harkot

Język reklamy we współczesnych mediach - analiza na przykładzie reklam zdrowotnych

Bibliografia