Spis treści

Tomasz Gackowski
Wstęp. 7

Tomasz Gackowski
Sprawozdanie z debaty podsumowującej I edycję ogólnopolskich warsztatów metodologicznych medioznawców (Uniwersytet Warszawski, 17.11.2011 r.) 15

Agnieszka Ogonowska
Przekazy audiowizualne jako nośniki pamięci kulturowej i medium pamięci komunikatywnej 29

Maria Gmerek
Lokowanie produktu w polskich serialach telewizyjnych na przełomie lat 2009/2010. Metodologia i fragment badań. 53

Andrzej Lasota
Adaptacja metody okien prof. dr. hab. inż. Włodzimierza Gogołka – badanie *Gradacja* jako jedna z metod badań komunikacji w internecie 75

Paweł Ciołkiewicz
Analiza konwersacyjna jako metoda badania wywiadów telewizyjnych. Kilka uwag o programach z udziałem ekspertów. 97

Janina Fras
Podejście genologiczne do jednostek i typów wypowiedzi w mediach masowych. 121

Tomasz Gackowski
Badania frekwencyjności słów zwierciadłem intencji autora przekazu – o językowym obrazie świata w narracji politycznej i medialnej 149

Marek Kochan
Bajki dla puszystych. Morfologia i retoryka narracyjnych reklam środków odchudzających. 203

Karolina Brylska
Komunikaty grożące jako narzędzie nakłaniania – przykłady polskich kampanii społecznych 239

Marcin Łączyński
Problemy metodologiczne w prowadzeniu międzynarodowych badań ankieterskich. 263

Jolanta Zaręba
Między dziennikarstwem a reklamą. Teoria dziennikarstwa hybrydowego – okiem praktyka 281

Notki o autorach 301

Indeks nazwisk 303