

Spis treści

Słowo wstępne 9

Mirosław Filiciak, Grzegorz Ptaszek

Rozdział 1 **Nauka o mediach i komunikacji**. Próba oceny stanu dyscypliny 15

Adam Pawłowski, Uniwersytet Wrocławski
(Wrocław)

Część pierwsza **Język mediów – język w mediach**

Rozdział 2 **„W Internecie flirt; hasło: Biały Miś”**. Cyberseeking i „fragmenty dyskursu miłosnego” w wybranych portalach randkowych 31

Tomasz Bielak, Wyższa Szkoła Zarządzania Ochroną Pracy (Katowice)

Rozdział 3 **Polskie fora internetowe**. Przykład „mowy nienawiści” czy „mowy agresji”? 46

Zbigniew Bauer, Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN (Kraków)

Rozdział 4 **„My blogasek bierze udział w konQursie”**. Czy polskie blogi internetowe są pisane po polsku? 60

Marcin Zabawa, Uniwersytet Śląski (Katowice)

Rozdział 5 **„Słowo się rzekło”**. Analiza psychologiczno-lingwistyczna bloga Jerzego Bralczyka 79

Agnieszka Turska-Kawa, Magdalena Ślawska, Uniwersytet Śląski (Katowice)

Rozdział 6 **Językowa prezentacja (płci) nadawcy w blogu** 96

Barbara Boniecka, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (Lublin)

Rozdział 7 **E-recenzje.** Recenzje w Internecie (na przykładzie księgarni Merlin.pl) **113**
Joanna Jagodzińska, Akademia Pedagogiki Specjalnej (Warszawa)

Rozdział 8 **Demotywatory.** Graficzne makra w komunikacji i kulturze **127**
Marcin Sieńko, Uniwersytet Zielonogórski (Zielona Góra)

Rozdział 9 **Mówię, więc jestem.** Problem intencjonalności w programach informacyjnych **146**
Danuta Kępa-Figura, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (Lublin)

Część druga **Edukacja medialna – szkoła w dobie mediów cyfrowych**

Rozdział 10 **Strategie kształcenia medialnego we współczesnej szkole** **169**
Iwona Morawska, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (Lublin)

Rozdział 11 **Medialne reprezentacje wiedzy** **186**
Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Uniwersytet Jagielloński (Kraków)

Rozdział 12 **Pułapki edutainment** (na przykładzie programu *Clever! Widzisz i wiesz*) **204**
Magdalena Piechota, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (Lublin)

Rozdział 13 **Specyfika i potencjał mediów elektronicznych a rozwijanie kompetencji komunikacyjnej na poziomie zaawansowanym.** Jak definiować cele edukacji medialnej w kontekście studiów neofilologicznych? **223**

Joanna Górecka, Uniwersytet im. Adama
Mickiewicza (Poznań)

- Rozdział 14 **Rola mediów elektronicznych i edukacji medialnej w szkole.** E-Twinning, blogi i portale społecznościowe w komunikowaniu się z uczniem i w przekazywaniu wiedzy **240**

Magdalena Maziarz, Uniwersytet Wrocławski
(Wrocław)

Część trzecia **Semiotyka mediów. Co to wszystko znaczy?**

- Rozdział 15 **Wartości epistemiczne mediów tradycyjnych i nowych 257**

Jan Pleszczyński, Uniwersytet Marii
Curie-Skłodowskiej (Lublin)

- Rozdział 16 **Znak w cyfrowym świecie.** Semiotyczne aspekty komunikacji komputerowej **272**

Ewa Szczęsna, Uniwersytet Warszawski
(Warszawa)

- Rozdział 17 **Od kontemplacji do użytkowania.** Performatywny wymiar odbioru sztuki interaktywnej Sieci **284**

Sylwia Szykowna, Uniwersytet Adama Mickiewicza
(Poznań)

- Rozdział 18 **Tekst w sieci obrazów.** Internet jako medium zapośredniczonej komunikacji wizualnej **298**

Konrad Chmielecki, Wyższa Szkoła
Humanistyczno-Ekonomiczna (Łódź)

- Rozdział 19 **Ideologia przekazu telewizyjnego**
(na przykładzie stacji telewizyjnej AXN) **314**

Katarzyna Skowronek, Akademia Górniczo-
Hutnicza (Kraków), Bogusław Skowronek,
Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN (Kraków)

Część czwarta **Nadawca, odbiorca, użytkownik. Kto (współ)tworzy media?**

Rozdział 20 **Inny ja. Kto (współ)tworzy tożsamość użytkownika mediów? 331**

Patrycja Cicha, Uniwersytet Wrocławski (Wrocław)

Rozdział 21 **Last.fm: statystyka tożsamości 343**

Artur Szarecki, Uniwersytet Warszawski
(Warszawa)

Rozdział 22 **Miedzy „Władcami Móch” a „Szkłem kontaktowym”. Badanie preferencji telewizorów 360**

Agnieszka Ogonowska, Uniwersytet Pedagogiczny
im. KEN (Kraków)

Rozdział 23 **Wiadomości telewizyjne a obrazy w naszych umysłach. Nowe spojrzenie na teorię ram 379**

Monika Kopytowska, Uniwersytet Łódzki (Łódź)

Rozdział 24 **Czy media elektroniczne tworzą sztuczny świat? Rola mediów elektronicznych w rozumieniu świata i kształtowaniu postaw 398**

Krystyna Skarżyńska, Instytut Psychologii PAN
(Warszawa)

Część piąta **Konteksty**

Rozdział 25 **Niektóre pułapki prawne przekazu audiowizualnego 415**

Jacek Sobczak, Szkoła Wyższa Psychologii
Społecznej (Warszawa)