

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 pragmalingwistyki
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 *Nieruchomości* – *Mam do wynajęcia* w Rzeszowskim Serwisie Ogłoszeniowym www.rzeszowiak.pl 181

Monika Wasilonek

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