

SPIS TREŚCI

WSTĘP	11
I. TEORIE WPŁYWU MEDIÓW NA ODBIORCĘ	
– ZADANIEM BADAWCZYM	17
I.1. Wybrane zagadnienia z historii badań nad odbiorem mediów	17
I.1.A. Komunikowanie i wybrane modele komunikowania	17
I.1.B. Teorie efektów komunikowania masowego	19
I.1.C. Historia metodologii badań recepcji mediów	27
I.2. Edukacyjna rola młodego pokolenia w badaniach nad odbiorem mediów	30
I.2.A. Edukacja medialna	30
I.2.B. Komunikacyjne skutki recepcji mediów w popularyzowaniu założeń edukacji medialnej	44
I.3. Badania nad odbiorem w interakcji medialnej	45
I.3.A. Interakcja medialna – nowe pojęcie	45
I.3.B. Miejsce odbiorcy indywidualnego w interakcji medialnej	49
I.3.C. Badania nad reaktywnością odbiorcy indywidualnego w interakcji medialnej	51
II. PRAKTYKA BADAŃ SONDAŻOWYCH NAD RECEPCJĄ MEDIÓW I EDUKACJĄ MEDIALNĄ	55
II.1. Społeczno-medialne badania sondażowe a mediolingwistyczne metody analityczne	55
II.2. Jak media wpływają na zachowania komunikacyjne? Odbiorcza samoświadomość młodzieży	57
II.2.A. Korpus semantyczny	60
II.2.A.a. Językowe zachowania reproduktywne/kalkujące	60
II.2.A.a.a. Mówienie	61
II.2.A.a.a.i. Aspekt temporalny	61
II.2.A.a.a.i.i. Aspekt motywacyjny	62
II.2.A.a.a.i.i.i. Aspekt lokatywny	64
II.2.A.a.a.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	64
II.2.A.a.b. Cytowanie	65
II.2.A.a.b.i. Aspekt temporalny	65
II.2.A.a.b.i.i. Aspekt motywacyjny	66
II.2.A.a.b.i.i.i. Aspekt lokatywny	67

II.2.A.b. Językowe zachowania kreatywne	67
II.2.A.b.a. Śpiewanie	67
II.2.A.b.a.i. Aspekt temporalny	68
II.2.A.b.a.i.i. Aspekt motywacyjny	72
II.2.A.b.a.i.i.i. Aspekt lokatywny	76
II.2.A.b.a.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	77
II.2.A.c. Językowe zachowania afektywne	77
II.2.A.c.a. Wulgaryzowanie	78
II.2.A.c.a.i. Aspekt temporalny	78
II.2.A.c.a.i.i. Aspekt motywacyjny	79
II.2.A.c.a.i.i.i. Aspekt techniczny	79
II.2.A.d. Językowe zachowania mediumiczne	80
II.2.A.d.a. Opowiadanie	80
II.2.A.d.a.i. Aspekt temporalny	80
II.2.A.d.a.i.i. Aspekt motywacyjny	82
II.2.A.d.a.i.i.i. Aspekt kumulatywny	83
II.2.A.d.a.i.i.i.i. Aspekt techniczny	84
II.2.A.d.b. Dzielenie się	84
II.2.A.d.b.i. Aspekt temporalny	85
II.2.A.d.b.i.i. Aspekt motywacyjny	86
II.2.A.d.b.i.i.i. Aspekt kumulatywny	87
II.2.A.d.b.i.i.i.i. Aspekt techniczny	88
II.2.A.e. Językowe zachowania interakcyjne	88
II.2.A.e.a. Rozmawianie	88
II.2.A.e.a.i. Aspekt temporalny	89
II.2.A.e.a.i.i. Aspekt motywacyjny	90
II.2.A.e.a.i.i.i. Aspekt kumulatywny	92
II.2.A.e.a.i.i.i.i. Aspekt techniczny	93
II.2.A.e.b. Dyskutowanie	94
II.2.A.e.b.i. Aspekt temporalny	94
II.2.A.e.b.i.i. Aspekt motywacyjny	94
II.2.A.e.b.i.i.i. Aspekt lokatywny	95
II.2.A.e.b.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	95
II.2.A.e.b.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	95
II.2.B. Korpus formalny	96
II.2.B.a. Cyfryzacyjna ikonizacja pisma	96
II.2.B.b. Cyfryzacyjna ekonomizacja zapisów	97
II.1.B.b.a. Cyfryzacyjna dezinterpunkcyjacja zapisów	97
II.1.B.b.b. Cyfryzacyjna dezortografizacja zapisów ...	98

II.1.B.b.c. Cyfryzacyjna degramatyzacja zapisów	99
II.1.B.b.d. Potoczność zapisów	100
II.1.B.b.e. Skrótowość zapisów	101
II.2.C. Samoświadomość odbiorcza młodzieży a edukacja medialna	101
II.3. Jak media wpływają na zachowania komunikacyjne? Odbiorcza samoświadomość studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej	105
II.3.A. Korpus semantyczny	107
II.3.A.a. Zachowania reproduktywne/kalkujące	107
II.3.A.a.a. Mówienie	107
II.3.A.a.a.i. Aspekt temporalny	107
II.3.A.a.a.i.i. Aspekt motywacyjny	108
II.3.A.a.a.i.i.i. Aspekt lokatywny	111
II.3.A.a.a.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	111
II.3.A.a.a.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	112
II.3.A.a.b. Cytowanie	114
II.3.A.a.b.i. Aspekt temporalny	114
II.3.A.a.b.i.i. Aspekt motywacyjny	117
II.3.A.a.b.i.i.i. Aspekt lokatywny	121
II.3.A.a.b.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	122
II.3.A.a.b.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	123
II.3.A.b. Językowe zachowania kreatywne	126
II.3.A.b.a. Dopowiadanie	126
II.3.A.b.a.i. Aspekt techniczny	126
II.3.A.b.b. Śpiewanie	127
II.3.A.b.b.i. Aspekt temporalny	127
II.3.A.b.b.i.i. Aspekt motywacyjny	129
II.3.A.b.b.i.i.i. Aspekt lokatywny	131
II.3.A.b.b.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	132
II.3.A.b.b.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	133
II.3.A.c. Językowe zachowania afektywne	134
II.3.A.c.a. Krzyczenie	134
II.3.A.c.a.i. Aspekt temporalny	134
II.3.A.c.a.i.i. Aspekt motywacyjny	135
II.3.A.c.a.i.i.i. Aspekt kumulatywny	137
II.3.A.c.a.i.i.i.i. Aspekt techniczny	137
II.3.A.c.b. Wulgaryzowanie	138
II.3.A.c.b.i. Aspekt temporalny	138
II.3.A.c.b.i.i. Aspekt motywacyjny	139

	II.3.A.c.b.i.i.i. Aspekt lokatywny	141
	II.3.A.c.b.i.i.i.i. Aspekt techniczny	142
II.3.A.d.	Językowe zachowania mediumiczne	142
	II.3.A.d.a. Opowiadanie	142
	II.3.A.d.a.i. Aspekt temporalny	143
	II.3.A.d.a.i.i. Aspekt motywacyjny	144
	II.3.A.d.a.i.i.i. Aspekt kumulatywny	146
	II.3.A.d.a.i.i.i.i. Aspekt techniczny	147
	II.3.A.d.b. Dzielenie się	148
	II.3.A.d.b.i. Aspekt temporalny	149
	II.3.A.d.b.i.i. Aspekt motywacyjny	149
	II.3.A.d.b.i.i.i. Aspekt lokatywny	152
	II.3.A.d.b.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	152
	II.3.A.d.b.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	153
II.3.A.e.	Językowe zachowania interakcyjne	153
	II.3.A.e.a. Rozmawianie / konwersowanie	153
	II.3.A.e.a.i. Aspekt temporalny	154
	II.3.A.e.a.i.i. Aspekt motywacyjny	156
	II.3.A.e.a.i.i.i. Aspekt lokatywny	161
	II.3.A.e.a.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	162
	II.3.A.e.a.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	164
	II.3.A.e.b. Dyskutowanie	165
	II.3.A.e.a.i. Aspekt temporalny	165
	II.3.A.e.a.i.i. Aspekt motywacyjny	166
	II.3.A.e.a.i.i.i. Aspekt lokatywny	168
	II.3.A.e.a.i.i.i.i. Aspekt kumulatywny	169
	II.3.A.e.a.i.i.i.i.i. Aspekt techniczny	170
II.3.B.	Korpus formalny	171
	II.3.B.a. Cyfryzacyjna ikonizacja pisma	171
	II.3.B.a.a. Używanie emotikonów w mowie i w piśmie	171
	II.3.B.a.b. Tworzenie memów internetowych	172
	II.3.B.b. Cyfryzacyjna ekonomizacja zapisów	174
	II.3.B.b.a. Cyfryzacyjna degramatyzacja zapisów	176
	II.3.B.b.b. Cyfryzacyjna dezinterpunkcyjacja zapisów	176
	II.3.B.b.c. Cyfryzacyjna dezortografizacja	176
	II.3.B.b.d. Cyfryzacyjna deztypografizacja	177
II.3.C.	Samowiedomość odbiorcza studentów a edukacja medialna	178

III. PRAKTYKA BADAŃ NAD ODBIOREM MEDIÓW	
W WARUNKACH NATURALNYCH	181
III.1. Zajęcia fakultatywne – badania nad odbiorem mediów w praktyce dydaktycznej	181
III.2. W jaki sposób świadomość bycia badanym pod względem repcji mediów wpływa na ekspresję odbiorcy przekazu medialnego? (Adrianna Klimek)	183
III.3. Śmieszne czy nieśmieszne treści z Youtube? (Agata Wiatr)	185
III.4. Czy reklama M&M-s emitowana podczas Super Bowl 2018 zachęciła odbiorcę do zakupu draży? (Aleksandra Świętochowska) ...	187
III.5. Odbiór odcinka ulubionego serialu (Alicja Kutarska)	190
III.6. Film <i>Laktoza</i> bawi widza (Weronika Sędal)	191
III.7. Żywiołowość reakcji na przekaz medialny (Julia Dynkiewicz)	193
III.8. Reakcje subskrybenta na film zamieszczony przez youtubera (Natalia Andrzejczak)	194
III.9. Internet jako medium towarzyszące (Rafał Granat)	196
III.10. Reakcje na materiał filmowy zaangażowanego i niezaangażowanego fana (Paweł Jasiński)	198
III.11. Skutki warunków otoczenia na odbiór oglądanego przekazu medialnego (Maciej Nieszporek)	199
III.12. Skutki odbiorcze niespójności tytułu filmu autorstwa Krzysztofa Gonciarza <i>Depilacja nosa woskiem *challenge*</i> z wszystkimi treściami przekazu (Patrycja Mielniczek)	201
ZAKOŃCZENIE	205
BIBLIOGRAFIA	209
ANEKS 1. Tabele z odpowiedziami uczniów na pytania ankietowe	219
ANEKS 2. Teksty uczniów sklasyfikowane według analiz z korpusu formalnego	259
ANEKS 2.A. Cyfryzacyjna ikonizacja pisma	259
ANEKS 2.A.a. Stosowanie w zapisach kwestionariusza ankiety emotikonów	259
ANEKS 2.B. Cyfryzacyjna ekonomizacja zapisów	259
ANEKS 2.B.a. Cyfryzacyjna dezinterpunkcyjacja zapisów	259
ANEKS 2.B.b. Cyfryzacyjna dezortografizacja zapisów	271
ANEKS 2.B.c. Cyfryzacyjna degramatyzacja zapisów	276
ANEKS 2.B.d. Cyfryzacyjna potoczność zapisów	278
ANEKS 2.B.e. Cyfryzacyjna skrótowość zapisów	280
ANEKS 3. Teksty skorygowane przy włączonym trybie śledzenia zmian	281
LISTA STUDENTÓW BIORĄCYCH UDZIAŁ W BADANIU (ANEKS 3) ..	335