

Spis treści

Słowo wstępne	7
Kazimierz Wolny-Zmorzyński	
Mapa nauk o mediach – propozycja genologiczna	9
Jerzy Jastrzębski	
Tradycje i główne nurty badań nad publicznością mediów	27
Maria Wojtak	
O lingwistycznych fundamentach badań medioznawczych – zarys problematyki	45
Maciej Kawka	
Utopia interdyscyplinarności i rozproszenie teorii a problem badawczy w naukach o mediach i komunikacji społecznej	57
Arkadiusz Lewicki	
Czy medioznawca może zajmować się kinem? Film jako medium	69
Maria Teresa Lizisowa	
Język w mediach jako przedmiot badań medioznawczych	83
Klaudia Cymanow-Sosin	
Projektowanie i produkcja w komunikacji wizerunkowej na przykładzie obrazów reklamowych	111
Wojciech Misztal	
Kwestia odrębności i metodologii nauk o mediach: perspektywa teologiczna	127
Alicja Waszkiewicz-Raviv	
Okiem odbiorcy. Perspektywa medioznawstwa w świetle metodologii biometrycznych	145