

Spis treści

Słowo wstępne 7

PRASA

Maryla Hopfinger

Czy obraz wypiera słowo? 11

Krzysztof Stępnik

„Kinetyka”. Rysunek i fotografia prasowa sprzed stulecia
(Kod Monte Carlo) 15

Andrzej Kozieł

Publicystyka wizualna w prasie: karykatura, rysunek satyryczny,
fotomontaż 35

Paweł Płaneta

Infografika w prasie: między przejrzystą informacją
a jałową estetyzacją 45

Paulina Olechowska

Wizualizacja treści na przykładzie „jedynek” wybranych dzienników
z całego świata 59

Joanna Szyłko-Kwas

Fotograficzny przegląd tygodnia – fotografia
w tygodnikach opinii 75

MEDIA ELEKTRONICZNE

Jacek Dąbała

Aksjologiczne konsekwencje komunikacji wizualnej
a telegeniczność 89

Justyna Janus-Konarska

Obraz telewizyjny jako strategia nadawcza dyskursu 100

Marek Uhma

Wizualna strona telewizyjnych przekazów sportowych 110

Jerzy Snopek

Sport jako medium komunikacji wizualnej 118

Joanna Szegda

Rola fotografii w przekazywaniu kultury
w mediach obywatelskich 123

Magdalena Winiarska

Kronika filmowa jako przykład retoryki werbalno-wizualnej 149

Katarzyna Bernat

Logo i strona internetowa jako wizualna forma prezentacji radia 161

Kinga Duszyk

Wideo klip jako komunikat medialny. Wartość estetyczna i funkcja 179

Krzysztof Flasiński

Komunikacja wizualna za pośrednictwem urządzeń iPad
firmy Apple w polskiej prasie tabletowej 198

Indeks nazwisk 213

Informacje o autorach 219