

# Spis treści

- 7 Wstęp
- 11 **Bartłomiej Łódzki** · Nowe trendy w badaniach nad *agenda-setting*
- 29 **Małgorzata Adamik-Szysiak** · Obraz polityków w polskich programach informacyjnych na przykładzie „Wiadomości” TVP1 oraz „Faktów” TVN
- 51 **Aleksandra Seklecka** · Komunikacja polityczna w kontekście rytualnej komunikacji medialnej. Przypadek polskich serwisów informacyjnych
- 69 **Olga Białek-Szwed** · Specyfika socjolektu polityków i dziennikarzy a wyrazy modne we współczesnej komunikacji medialnej
- 81 **Agnieszka Łukasik-Turecka** · Radiowa reklama wyborcza w nieodpłatnych audycjach wyborczych Polskiego Radia Lublin. Kampania przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2014 roku
- 93 **Maria Ochwat** · Wizerunek Joanny Senyszyn
- 125 **Marta Juza** · Media a przemiany roli i znaczenia władzy w społeczeństwie sieciowym
- 141 **Karolina Burno-Kaliszuk** · Ćwierkająca partia. Twitter w komunikacji polskich partii politycznych
- 153 **Mirosława Wielopolska-Szymura** · Media w służbie sił zbrojnych. Polityka informacyjna Departamentu Obrony USA – zarys zagadnienia
- 171 Noty o autorach
- 175 The mediatization of political communication. In the circle of political science and media studies research. Summaries