

# Spis treści

Wstęp.....	13
------------	----

## Część I

### Konwergencja mediów – konteksty genologiczne

<i>Małgorzata Kita</i> Przejawy komunikacji negatywnej w dzisiejszych mediach.....	17
---	----

<i>Olga Dąbrowska-Cendrowska</i> Elementy konwergencji w polskiej telewizji śniadaniowej.....	29
--	----

<i>Irena Pulak Małgorzata Wieczorek-Tomaszewska</i> Obraz jako medium informacji we współczesnej przestrzeni edukacyjnej .....	41
---	----

<i>Krzysztof Kopczyński</i> Polski film dokumentalny w dobie konwergencji .....	51
--	----

<i>Paweł Wieczorek</i> News od nowa. Socjalizowanie informacji nowym sposobem dystrybucji przekazu medialnego.....	59
---	----

<i>Łukasz Goniak</i> <i>One small step for a man, one giant transition for television.</i> Skok Felixa Baumgartnera i nowy wymiar telewizji.....	69
--	----

<i>Anna Perzyńska</i> Opowiadać dalej – fanfiki, mashupy, uniwersa – alternatywa i konwergencja.....	81
--	----

<i>Marta Golda</i> Konwergencja mediów a sztuka. Opowiadania transmedialne.....	93
---	----

<i>Agnieszka Barczyk</i> <i>Anna Maćkowiak</i> Między fikcją a realnością. Rzecz o słuchowisku dokumentalnym .....	101
---	-----

<i>Anna Mlekodaj</i> Analiza gatunków i rejestrów dyskursu dziennikarskiego na przykładzie regionalnego portalu informacyjnego <a href="http://www.Podhale24.pl">www.Podhale24.pl</a> .....	111
---	-----

<i>Joanna Szyłko-Kwas</i> Wywiad, talk-show czy debata – rola dziennikarza a zmiany w obrębie wywiadu dziennikarskiego .....	119
<i>Piotr Lehr-Splawiński</i> Medialna polingwistyczność jako hipoteza konwergencyjna .....	131
<i>Adam Regiewicz</i> Na konwergencję – komparatystyka! .....	143
<i>Adam Rychlik</i> O niektórych aspektach języka mediów tradycyjnych, nowych i najnowszych .....	155
<i>Anna Wileczek</i> Mowa pisana. Pismo mówione... O „konwergencji” (internetowej) młodomowy .....	165
<i>Grażyna Osika</i> Hipertekst jako efekt konwergencji mediów .....	177
<i>Katarzyna Żakieta</i> Estetyka telewizyjnych materiałów autopromocyjnych w Polsce a innowacyjne strategie reklamowe .....	187

## Część II

### Konwergencja mediów a profesja dziennikarska

<i>Katarzyna Siezieniewska</i> Czy łatwo być dziennikarzemw dobie konwergencji? Analiza na wybranych przykładach .....	199
<i>Maciej Soin</i> Nowe media a postulat dziennikarskiego obiektywizmu .....	209
<i>Dariusz Baran</i> Czy nowe media zmieniają obraz polskiego dziennikarstwa? .....	221
<i>Agnieszka Grzesiok-Horosz</i> Konwergencja mediów a naruszenie dóbr osobistych .....	233
<i>Krzysztof Piskorz</i> Role dziennikarza w nowych mediach na przykładzie publicystyki Rafała Steca .....	245
<i>Joanna Szegda</i> Mojo – przyszłość dziennikarstwa przez telefon komórkowy .....	251

Renata Zajac

Kompetencje redaktora w świetle konwergencji mediów – teoria kontra praktyka.....	261
--	-----

### Część III

## Cyfrowy odbiorca – procesy konwergencji a publiczność medialna

Agnieszka Ogonowska

Rola myślenia konwergencyjnego i dywergencyjnego w rozwijaniu kompetencji informacyjnych i medialnych.....	273
---	-----

Katarzyna Kuźniar-Żyłka

Konsumpcja mediów w warunkach dynamicznego rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych .....	285
--	-----

Magdalena Szpunar

Bogactwo informacji a ubóstwo uwagi w cyfrowej kulturze nadmiaru .....	293
--	-----

Halina Klepacz

Elżbieta Żółtowska

Czy jesteśmy z komputerami Internetem na ty? Analiza porównawcza umiejętności odbiorców mediów. Studium przypadku .....	303
---	-----

Monika Frania

Zjawisko konwergencji mediów w kontekście działań edukacyjnych w środowisku szkolnym i pozaszkolnym .....	321
--	-----

Krzysztof Stanikowski

Transparencja zachowań seniorów w środowisku Web 2.0.....	331
---	-----

Michał Okseniuk

Facebook – Facebook a społeczeństwo .....	341
---	-----

Anna Ryłko-Kurpiewska

Witamy w świecie marek! O zmieniającej się funkcji dziecka jako odbiorcy reklamy .....	351
---	-----

Marcin Misztal

Alfabetyzm w kulturze konwergencji, a przygotowanie dzieci do odbioru przekazu medialnego .....	361
--	-----

Tomasz Kopczyński

Sensoryczna perspektywa konwergencji mediów.....	369
--	-----

# Table of Contents

Introduction.....	13
-------------------	----

## Part I

### Convergence of media - genologic context

*Małgorzata Kita*

Signs of negative communication in contemporary media .....	17
---	----

*Olga Dąbrowska-Cendrowska*

Elements of convergence in Polish breakfast television .....	29
--	----

*Irena Pulak*

*Małgorzata Wieczorek-Tomaszewska*

Image as a medium of information in the modern educational space .....	41
---	----

*Krzysztof Kopczyński*

The Polish documentary in the age of convergence.....	51
---	----

*Paweł Wieczorek*

News from scratch.

Socialization of media transmission as new means of information distribution .....	59
--	----

*Łukasz Goniak*

*One small step for a man, one giant transition for television.*

Felix Baumgartner's jump and a new dimension of television .....	69
--	----

*Anna Perzyńska*

Go on telling

- fanfic, mashup, universe - alternative and convergence .....	81
--	----

*Marta Golda*

Convergence of media and art.

Transmedial stories.....	93
--------------------------	----

*Agnieszka Barczyk*

*Anna Maćkowiak*

Between fact and fiction.

About documentary podcasts .....	101
----------------------------------	-----

*Anna Mlekodaj*

Register and genre analysis of journalistic discourse

on the example of a regional information portal www.Podhale 24 .....	111
--	-----

<i>Joanna Szytko-Kwas</i> An interview, a talk-show or a debate – the role of a journalist and the changes within the journalistic interview .....	119
<i>Piotr Lehr-Splawiński</i> Media's Postlinguisticity as the Convergence Hypothesis .....	131
<i>Adam Regiewicz</i> To convergence – comparative!.....	143
<i>Adam Rychlik</i> The chosen aspects of language used in traditional, new and the newest media.....	155
<i>Anna Wileczek</i> Written Speech, Spoken Writing... About the “Convergence” of the (Internet) <i>Youth Speech</i> .....	165
<i>Grażyna Osika</i> Hypertext as result of media convergence.....	177
<i>Katarzyna Żakieta</i> Aesthetics of television self-promotion in Poland and innovative advertising strategies .....	187

## Part II

### Convergence of media and profession of a journalist

<i>Katarzyna Siezieniewska</i> Is it easy to be a journalist in a convergence era? Selected examples based analysis.....	199
<i>Maciej Soin</i> New media and the demand for journalistic objectivity .....	209
<i>Dariusz Baran</i> Does new media change the image of Polish journalism? .....	221
<i>Agnieszka Grzesiok-Horosz</i> Media convergence and the violation of personal rights.....	233
<i>Krzysztof Piskorz</i> Rafał Stec's journalism as the example of journalist's roles in new media .....	245
<i>Joanna Szegda</i> Mojo – the future of the mobile journalism .....	251

*Renata Zajac*

Editor competences in the view of media convergence

- the theory versus practice ..... 261

### Part III

#### Digital recipient - process of convergence and media audience

*Agnieszka Ogonowska*

The role of convergent and divergent thinking

in the development of information literacy and media..... 273

*Katarzyna Kuźniar-Żyłka*

Consumption of media in the light of dynamic development

of information & communication technologies ..... 285

*Magdalena Szpunar*

The wealth of information and poverty of attention in the digital culture of excess ..... 293

*Halina Klepacz*

*Elżbieta Żółtowska*

Are we to YOU with a computer and Internet?

Comparative analysis of public media skills. Case study ..... 303

*Monika Frania*

The phenomenon of media convergence in the context of education activities

in school and out-of-school environment ..... 321

*Krzysztof Stanikowski*

Seniors transparent behavior in Web 2.0 ..... 331

*Michał Okseniuk*

FaceGod – Facebook and society ..... 341

*Anna Rylko-Kurpiewska*

Welcome to brands world!

On emerging child – advertisement consumer function ..... 351

*Marcin Misztal*

Literacy in the culture of convergence,

and preparing children to receive media transmission ..... 361

*Tomasz Kopczyński*

Sensory approach to media convergence ..... 369

# Spis treści

## Część IV Konwergencja a logika systemu medialnego

<i>Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek</i> Konwergencja korporacyjna w polskich firmach medialnych.....	15
<i>Wojciech Furman</i> Świat wirtualny czy świat Gutenberga? Spór o ACTA w polskich tygodnikach opinii z początkiem 2012 roku.....	25
<i>Adam Szynol</i> Ekonomiczny wymiar konwergencji mediów.....	35
<i>Ryszard Żabiński</i> Strategie rozwoju produktów konwergentnych na rynku telewizyjnym.....	45
<i>Anna Ślósarz</i> Konwergencja mediów głównego nurtu w postkomunistycznej Polsce jako instrument powielania ideologicznych matryc.....	55
<i>Aleksandra Wagner</i> Rola mediów w procesach deliberacji. Nowe możliwości i bariery partycypacji w kulturze konwergencji medialnej.....	67
<i>Piotr Tkacz</i> Kultura konwergencji a współczesne media.....	77
<i>Piotr Zięba</i> Prasa narodowa w Polsce jako przykład mediów starego typu.....	85
<i>Maria Nowina Konopka</i> Ekonomiczne i społeczne korzyści jednolitego rynku cyfrowego w kontekście zapisów Europejskiej Agencji Cyfrowej.....	95
<i>Jan Beliczyński</i> Zdolność rozwojowa radia w warunkach konwergencji medialnej.....	107
<i>Judyta Ewa Perczak</i> Abrakadabra w sieci: portale i strony internetowe prasy ezoterycznej w Polsce.....	119
<i>Sebastian Musioł</i> Prasa branżowa jako przedsiębiorstwo multimedialne.....	129

<i>Przemysław Szews</i> Gazeta 2.0 – nowe formy konwergencji w prasie .....	139
<i>Paulina Czarnek</i> Zjawisko konwergencji w radiu komercyjnym na przykładzie Radia ZET .....	149
<i>Marta Polaczek-Bigaj</i> Wpływ postępu technologicznego na proces konwergencji w mediach – zmiany w radiofonii i telewizji.....	159
<i>Paulina Olechowska</i> Zmiana formy produkcji i dystrybucji treści polskich wydawców dzienników i czasopism opinii jako skutek konwergencji mediów .....	169
<i>Izabela Winiarska-Górska</i> O konwergencji mediów historycznie. Formacja religijna w XVI wieku za pośrednictwem książki drukowanej.....	181

## Część V

### Nowe media we współczesnym społeczeństwie

<i>Mirosław Lakomy</i> Bałkanizacja Internetu w dobie konwergencji .....	195
<i>Tomasz Chrząstek</i> Twitter zamiast porannej prasy .....	207
<i>Michał Drożdż</i> Konwergencja mediów jako wyzwanie dla nauk o mediach .....	219
<i>Katarzyna Gajlewicz-Korab</i> Miejsce mediów społecznościowych w polskim systemie medialnym – wybrane zagadnienia .....	231
<i>Barbara Koc-Kozłowiec</i> Człowiek w masce Guya Fawkesa – (h)aktywista w percepcji użytkownika sieci.....	243
<i>Wacław Branicki</i> Nowe media a doświadczenie czasu .....	253
<i>Ilona Dąbrowska</i> Potęga klikania. Media społecznościowe w kontekście konwergencji mediów .....	263
<i>Mariusz Krogulec</i> Transmedia storytelling w erze konwergencji.....	275

Karolina Karbownik

E-komunikacja – czy to jedyny sposób na rozmowę wśród gimnazjalistów? ..... 285

## Część VI

### Komunikowanie publiczne w kulturze konwergencji

Alicja Waszkiewicz

Nowe media a współprojektowanie identyfikacji wizualnej organizacji..... 297

Anna Jupowicz-Ginalska

Konwergencja a marketing medialny – rys teoretyczny..... 305

Dorota Buchnowska

Monika Woźniak

Rola i wykorzystanie mediów społecznościowych  
przez uczelnie wyższe – ranking uczelni w mediach społecznościowych ..... 319

Małgorzata Łosiewicz

Ku strategii wykorzystania mediów społecznościowych  
przez polskie przedsiębiorstwa ..... 331

Ewelina Kancik

Internetowy marketing jednostek samorządu terytorialnego  
w obliczu konwergencji mediów ..... 341

Małgorzata Koszembar-Wiklik

E-marketing – w świecie aktywnych konsumentów  
i konwergencji mediów..... 351

Zbigniew Chmielewski

Ewolucja public relations i jego instrumentarium jako konsekwencja  
konwergencji mediów..... 361

Joanna Mikosz

Sposoby promocji prasy – przyciąganie uwagi i wzroku czytelników ..... 371

Mirosław Matosek

Problemy konwergencji mediów zakładowych..... 381

Marek Maruszczak

Memy internetowe w marketingu,  
czyli droga od rozrywki do promocji ..... 391

Anna Modzelewska

Nowe sposoby promocji tradycyjnej prasy w Internecie..... 401

<i>Magdalena Parus</i> W pogoni za uwagą, czyli politycy w obliczu nowych mediów.....	411
<i>Małgorzata Rzeszutko-Piotrowska</i> Media społecznościowe jako nowe narzędzie budowania wizerunku w firmach w Polsce i Unii Europejskiej .....	419
<i>Monika Woźniak</i> <i>Dorota Buchnowska</i> Media społecznościowe – zjawisko konwergencji a biznesowe aspekty organizacji gospodarczych.....	427
<i>Dominika Urszula Popielec</i> Cybergeniczność Janusza Korwin-Mikkego w nowych nowych mediach.....	439
<i>Magdalena Pataj</i> Blog jako nowa forma gatunku dziennikarskiego. Analiza „Polifonii” Bartka Chacińskiego.....	449

## Część VII

### Konwergencja mediów – konteksty technologiczne

<i>Jacek H. Kołodziej</i> Paradygmat determinizmu technologicznego w wyjaśnianiu konwergencji mediów – wybrane aspekty epistemologiczne.....	459
<i>Janusz Grobicki</i> Telefonia mobilna w standardzie NFC. Funkcje zbliżeniowe PDA i konwergencja wielokanałowych usług bankowych .....	467

# Table of Contents

## Part IV Convergence and logic of media system

<i>Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek</i> Corporate convergence in Polish media companies.....	15
<i>Wojciech Furman</i> Virtual world or Gutenberg world? The quarrel about ACTA in the Polish weeklies of opinion at the beginning of 2012.....	25
<i>Adam Szynol</i> Economic aspects of media convergence .....	35
<i>Ryszard Żabiński</i> Product development strategies on the media market.....	45
<i>Anna Ślósarz</i> MSM Convergence in post-communist Poland as an Instrument of Ideological Matrix Reproduction.....	55
<i>Aleksandra Wagner</i> The role of mass media in deliberation processes. New challenges and the barriers of participation in the convergence culture .....	67
<i>Piotr Tkacz</i> The culture convergence and modern media .....	77
<i>Piotr Zięba</i> The national press in Poland as an example of old type media.....	85
<i>Maria Nowina Konopka</i> The economic and social benefits of a digital single market in the context of the Digital Agenda for Europe.....	95
<i>Jan Beliczyński</i> Development capability of radio in conditions of media convergence .....	107
<i>Judyta Ewa Perczak</i> Abracadabra in the Web: Internet Sites and Pages of Occult Magazines in Poland.....	119
<i>Sebastian Musioł</i> Trade press as a multimedia company.....	129

<i>Przemysław Szewś</i>	
Newspaper 2.0 – new form of convergence in the press .....	139
<i>Paulina Czarnek</i>	
The phenomenon of convergence in a commercial radio on the example of Radio ZET.....	149
<i>Marta Polaczek-Bigaj</i>	
Influence of technological progress of convergence in media – changes in radio and television broadcasting .....	159
<i>Paulina Olechowska</i>	
A change in the form of content production and distribution among the publishers of Polish daily newspapers and magazines of opinion as a result of media convergence .....	169
<i>Izabela Winiarska-Górska</i>	
Media convergence in the past. Religious formation in 16 <sup>th</sup> century through the printed book .....	181

## Part V

### New media in the modern society

<i>Mirosław Lakomy</i>	
The balcanisation of the Internet in the wake of convergence .....	195
<i>Tomasz Chrzęstek</i>	
Twitter instead of the morning newspaper .....	207
<i>Michał Drożdż</i>	
Media convergence – challenge for media studies .....	219
<i>Katarzyna Gajlewicz-Korab</i>	
The place of social media in Polish media system – selected issues .....	231
<i>Barbara Koc-Kozłowiec</i>	
(H)activist – a man behind a Guy Fawkes mask – as seen by a web user .....	243
<i>Wacław Branicki</i>	
New media and the experience of time .....	253
<i>Ilona Dąbrowska</i>	
The power of clicking. Social media in the context of media convergence .....	263
<i>Mariusz Krogulec</i>	
Transmedia storytelling in convergence era .....	275

<i>Karolina Karbownik</i>	
E-communication is the only way to conversation between teenagers?.....	285

## Part VI

### Public communication in the culture of convergence

<i>Alicja Waszkiewicz</i>	
New media for organizational identity co-design .....	297
<i>Anna Jupowicz-Ginalska</i>	
Convergence and media marketing – a theoretical figure .....	305
<i>Dorota Buchnowska</i>	
<i>Monika Woźniak</i>	
The role and use of social media by universities – ranking of universities in social media .....	319
<i>Małgorzata Łosiewicz</i>	
Towards a strategy for the use of social media by Polish companies.....	331
<i>Ewelina Kancik</i>	
Internet marketing of local government units in the face of media convergence .....	341
<i>Małgorzata Koszembar-Wiklik</i>	
E-marketing – in the world of active consumer and media convergence.....	351
<i>Zbigniew Chmielewski</i>	
The evolution of public relations tools as a consequence of media convergence .....	361
<i>Joanna Mikosz</i>	
Ways of Press Promotion – attracting the leader attention and eye .....	371
<i>Mirosław Matosek</i>	
The problems of media convergence in company.....	381
<i>Marek Maruszczak</i>	
Internet meme in marketing, road from entertainment to promotion.....	391
<i>Anna Modzelewska</i>	
New ways of promoting conventional press on the Internet.....	401
<i>Magdalena Parus</i>	
In pursuit of attention, politicians in face of new media .....	411

<i>Małgorzata Rzeszutko-Piotrowska</i> Social media as a new tool for image building companies in Poland and the European Union .....	419
<i>Monika Woźniak Dorota Buchnowska</i> Social media – phenomenon of convergence and business aspects of the economic organizations .....	427
<i>Dominika Urszula Popielec</i> Cybergenic of Janusz Korwin-Mikke in new new media .....	439
<i>Magdalena Pataj</i> Blog as an example of a new form of journalism species. The analysis of “Polifonia” by Bartek Chaciński .....	449

## Part VII

### Konwergencja mediów – konteksty technologiczne

<i>Jacek H. Kołodziej</i> Technological determinism as a paradigm for media convergence – selected epistemic aspects .....	459
<i>Janusz Grobicki</i> Mobile telephony in standard NFC. Contactless Functions PDA and convergence of multi-channel banking services .....	467