



Funkcjonowanie i rozwój nowych mediów, podobnie jak nowych zjawisk i tendencji w mediach „tradycyjnych”, oraz ich ocena i przewidywanie skutków to główny nurt w badaniach współczesnego medioznawstwa. I jest to w pełni zrozumiałe, gdyż jesteśmy świadkami zmian tak dynamicznych, iż często nie nadąża za nimi refleksja naukowa. Dlatego z wielkim uznaniem podejmuję się recenzji publikacji, która z racji swej problematyki poszerza dorobek polskiego medioznawstwa o nowe badania, analizy i teorie dotyczące nowych mediów i „tradycyjnej” telewizji.

Z recenzji prof. dr hab. Katarzyny Pokornej-Ignatowicz

Radosław Sierocki, Marek Sokołowski

Wstęp 7

CZĘŚĆ I
Nowe media

Bogdan Gębski

Ekstensje i ekskluzje współczesnego człowieka 13

Jakub Nowak

Dlaczego nie nowa (cyfrowa) sfera publiczna?

Ograniczenia dotyczące funkcjonowania Internetu

jako przestrzeni publicznej debaty u progu drugiej dekady XXI wieku 26

Jerzy Biniewicz

O agresji w mediach i o ich agresywności słów kilka 43

Miłosz Babecki

„Frontier homestead”?

O negatywnym potencjale modelowania przynależności w Internecie 60

Jolanta Chwastyk-Kowalczyk

Sposoby e-komunikowania społeczności polskiej na Wyspach Brytyjskich

i w Irlandii jako przedłużenie krajowego systemu medialnego 80

Barbara Koc-Kozłowiec, Anna Koper

Język perswazji czy manipulacji stosowany w komunikatach

marketingowych 97

Katarzyna Charkowska

Seksting – moda na autopornografię wśród współczesnej

polskiej młodzieży 130

Roman Grzejszczak

Internet a świat polityki – fenomen Krzysztofa Kononowicza 149

Grażyna Pietruszewska-Kobiela	
Język nowych mediów i język nowej literatury.....	161

CZĘŚĆ II

Telewizja w nowej rzeczywistości medialnej XXI wieku: analizy i interpretacje

Katarzyna Konarska	
Między przeszłością a przyszłością – rozważania wokół problemu tożsamości mediów publicznych w Polsce	185
Maciej Białas	
Songi misjonarza. Obraz kultury muzycznej w polskiej telewizji publicznej – polska telewizja publiczna jako kultura muzyczna	203
Olga Dąbrowska-Cendrowska	
Polska telewizja śniadaniowa – podobieństwa i różnice między programem „Pytanie na Śniadanie” emitowanym przez telewizyjną dwójkę a komercyjnym „Dzień Dobry TVN”	237
Stanisław Dunin-Wileczyński	
Suspens w newsie telewizyjnym.....	257
Magdalena Golińska-Konecko	
„Telewizja dla dziennikarzy” – kryzys publicznej telewizji w Polsce czy dziennikarstwo czasów kryzysu?	271
Judyta Perczak	
Reklama w życiu codziennym. Kto i jak nami manipuluje?	293
Noty o autorach.....	315