

Spis treści

Michał D r o ź d ź, Jerzy S m o l e ń, <i>Od redaktorów</i>	VII
I. ZJAWISKO	
Michał D r o ź d ź, <i>The mediatization of life – an attempt to capture the phenomenon ...</i>	1
Ignacy S. F i u t, <i>Ontologia komunikowania. Próba projektu</i>	17
Bernadetta C i c h, <i>Mediatization of life – in the process of ceaseless trans coding</i>	32
Katarzyna K o p e c k a - P i e c h, <i>Mediatyzacja przez aplikatyzację. Mobilna hybrydyzacja, wielozadaniowość i współdzielenie</i>	49
Malwina P o p i o ł e k, <i>Serwisy społecznościowe w przestrzeni internetowej – (social)mediatyzacja życia codziennego</i>	60
II. DYSKURSY	
Agnieszka O g o n o w s k a, <i>Kompetencje medialne i informacyjne: wybrane modelowe ujęcia i koncepcje</i>	72
Wiesława W o ź n i a k, <i>Moralne dyskursy mediatyzacji</i>	89
Weronika M a d r y a s, <i>Znaczenie nowych mediów w procesie zarządzania informacją</i>	102
Mariusz M a k o w s k i, <i>Ekspert w mediach czy „ekspert” – interakcja między specjalistą, dziennikarzem i odbiorcą</i>	114
Anna L u s i ń s k a, <i>Ważność mediacji w sporze propagowana w mediach masowych na przykładzie rządowej kampanii społecznej „Masz prawo do mediacji”</i>	127
III. KONTEKSTY	
Jerzy S m o l e ń, <i>Death and dying in mass media aspects</i>	142
Karolina A l b i ń s k a, <i>Radiodbiornik – towarzysz codzienności. O „morning show” w ujęciu diachronicznym</i>	151
Agnieszka Ł u k a s i k - T u r e c k a, <i>Audytywna reklama wyborcza – przeżytek czy konieczność?</i>	167

Wojciech F u r m a n, <i>Czy można odróżnić działania public relations od stronniczego dziennikarstwa?</i>	176
Katarzyna D r ą g, <i>Rycerze pióra? Michał Bałucki dziennikarz o etosie dziennikarzy ...</i>	191
Renata S z c z e p a n i a k, <i>„Plemiona sieci” – Internet jako medium społeczne i kulturowe</i>	202