

# Kody i strategie w komunikacji

Acta Universitatis Wratislaviensis No 3817

---

# DZIENNIKARSTWO 8 I MEDIA 8

---

## Kody i strategie w komunikacji

Pod redakcją  
Igora Borkowskiego

Wrocław 2017  
Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego

Rada Redakcyjna  
Igor Borkowski, Michala Benešová, Renata Rusin-Dybalska, Andrzej Zawada

Redaktor naczelny  
Igor Borkowski

Recenzenci  
Waldemar Rydzak, Kazimierz Wolny-Zmorzyński

Na okładce: © nikodash/Fotolia

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego Sp. z o.o.  
Wrocław 2017

Wersją pierwotną czasopisma jest wersja drukowana.  
Rada Redakcyjna wdrożyła procedurę zapobiegania przypadkom *ghostwriting*  
i *guest authorship*

ISSN 0239-6661 (AUWr)  
ISSN 2082-8322 (DiM)  
ISBN 978-83-229-3604-7

Nakład: 200 egz.

Publikacja przygotowana w Wydawnictwie Uniwersytetu Wrocławskiego Sp. z o.o.  
50-137 Wrocław, pl. Uniwersytecki 15  
tel. 71 3752507, e-mail: [marketing@uwur.com.pl](mailto:marketing@uwur.com.pl)

# Spis treści

## Wstęp

Igor Borkowski, Kodować, planować, komunikować . . . . .	11
--	----

## Kody w komunikacji

Jerzy Olek, Reprezentacja zawarta w odbiciu . . . . .	17
Patrycja Kochanek, Komunikacja międzypokoleniowa w polskiej kulturze. Wyniki badań empirycznych . . . . .	29
Kamil Olender, Wartości czołowych kandydatów na prezydenta w wyborach 2015 r. na przykładzie wpisów Andrzeja Dudy, Bronisława Komorowskiego i Pawła Kukiza w serwisie Facebook . . . . .	45
Mariusz Janik, <i>Czasem rozczarowanie, czasem euforia...</i> — emocje w piłkarskim komentarzu sportowym . . . . .	57
Igor Borkowski, Doświadczenia uczestnictwa w mediach społecznościowych osób konsekrowanych . . . . .	65
Jakub Łączniak, Dyskursywny obraz miłości w tekstach disco polo z lat 2014–2016 . . . . .	79

## Strategie

Karina Stasiuk-Krajewska, Blogger a dziennikarz. O dziennikarstwie, blogowaniu i ich wzajemnych relacjach . . . . .	103
Kacper Kosma Kocur, System medialny współczesnego Izraela . . . . .	119
Mariusz Wszółek, Systemowa mechanika zmiany — innowacja i postęp w świetle nauki o komunikacji . . . . .	133
Arkadiusz Haławin, Cechy wpływające na odbiór i opinię o reklamie . . . . .	143
Joanna Paszek, <i>Girl power!</i> Femvertising jako nowy trend w komunikacji marketingowej. Analiza zjawiska na podstawie wybranych kampanii . . . . .	157
Barbara Kilijańska, Wpływ koloru przekazu na jego percepcję . . . . .	171
Tomasz Łukasz Nowak, Czy ryba może być z selera tak jak kaban z kury? O nazwach potraw na wegańskich blogach (i stołach) . . . . .	183
Annette Siemes, Powstawanie (auto)wizerunku w kontekście biografii medialnej i rozwoju technologii . . . . .	197
Karolina Lachowska, Medialny obraz terroryzmu — projekt badania i wyniki badań pilotażowych . . . . .	213



# Contents

## Introduction

Igor Borkowski, To code, to plan, to communicate . . . . .	11
--	----

## Codes in communication

Jerzy Olek, Representation in a reflection . . . . .	17
Patrycja Kochanek, Intergenerational communication in Polish culture . . . . .	29
Kamil Olander, Values in on-line presence of presidential candidates in the election in 2015. Cases of Andrzej Duda, Bronisław Komorowski and Paweł Kukiz . . . . .	45
Mariusz Janik, <i>Sometimes disappointment, sometimes euphoria...</i> — emotions in football commentary . . . . .	57
Igor Borkowski, The consecrated persons' experiences of participating in social media . . . . .	65
Jakub Łączniak, Discursive representation of love in disco polo music from years 2014–2016 . . . . .	79

## Strategies

Karina Stasiuk-Krajewska, Bloggers and journalists. On journalism, blogging and relations between them . . . . .	103
Kacper Kosma Kocur, The media system in Israel today . . . . .	119
Mariusz Wszolek, The systemic mechanism of change — innovation and progress in the light of communication science . . . . .	133
Arkadiusz Haławin, Qualities affecting the perception and opinion about advertising . . . . .	143
Joanna Paszek, <i>Girl power!</i> Femvertising as a new trend in marketing communications. Analysis based on selected campaigns . . . . .	157
Barbara Kilijańska, An impact of colour of the content on the perception . . . . .	171
Tomasz Łukasz Nowak, Can fish be made of celery like pork made of chicken? On the names of dishes on vegan blogs (and tables) . . . . .	183
Annette Siemes, The emergence of (auto)image in the framework of media biography and technology development . . . . .	197
Karolina Lachowska, The media image of terrorism — a study design and results of pilot studies . . . . .	213