

MIKROBLOGI (TWITTER, BLIP)

Zestawienie bibliograficzne w wyborze za lata 2009-2016

WYDAWNICTWA ZWARTE (KSIĄŻKI)

RUDZIŃSKA Lidia : *Twitter jako skuteczne narzędzie w pracy dziennikarza* // W: **E-gatunki : dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania** / red. nauk. Wiesław Godzic, Zbigniew Bauer ; współpr. Paweł Wieczok. – Warszawa : "Poltext", 2015. – (Genologia Dziennikarstwa). – **S. 203-235**
Mikroblogi – kategorie komunikatów. Język tubylców mikrologa. Ulotne i trwałe informacje na Twitterze. Media o mikroblogowaniu. Portret mikroblogera. Typologia użytkowników Twittera. Charakterystyczne grupy aktywnych użytkowników Twittera. Politycy i dziennikarze w twittosferze – przykłady.
Sygnatura: 105382

ARTYKUŁY Z CZASOPISM

(Artykuły z nw. czasopism dostępne w Czytelni Biblioteki Pedagogicznej i/lub jej Filii)

CHYZYŃSKI Tomasz : *Specyfika komunikacji językowej w mikroblogowym środowisku komunikacyjnym : (na przykładzie serwisu Blip)* // **Poradnik Językowy. – 2011, nr 4, s. 63-75**

KAŹMIERCZAK Marek : *Użytkownik, nadawca i odbiorca w Web 2.0. : uwagi o różnych sposobach odnoszenia się do literatury w serwisie Twitter* // **Teksty Drugie. – 2012, nr 6, s. 270-286**

MALINOWSKI Marcin : *Mikroblogowanie : z czym to się je?* // **Biblioteka Centrum Informacji. – 2010, [nr] 4, s. 5-7**

Mikroblog to rodzaj dziennika internetowego, w którym głównym nośnikiem informacji są krótkie wpisy mające zazwyczaj długość jednego zdania. Może być dostępny dla każdego lub wąskiej grupy wyselekcjonowanych przez autora czytelników. Pozwala bez żadnych nakładów finansowych dotrzeć do milionów potencjalnych fanów, wyborców czy klientów.

NYC Iga, NIEDEK Agnieszka : *Era Twittera* // **Wprost. – 2009, nr 44, s. 88-89**

TERESZKIEWICZ Anna : *Charakterystyka gatunkowa i funkcjonalna wpisów medialnych na Twitterze* // **Poradnik Językowy. – 2014, z. 8, s. 48-61**

TERESZKIEWICZ Anna : *Skarga na Twitterze (sposoby wyrażania skarg przez klientów firm telekomunikacyjnych)* // **Poradnik Językowy. – 2015, nr 9, s. 28-34**

ARTYKUŁY DOSTĘPNE W CZASOPISMACH ONLINE

ADAMSKA Karolina : *Hashtag, czyli komunikat? : rola i funkcje hashtagów na Twitterze* // **Studia Medioznawcze. – 2015, nr 3, s. 61-71**
http://www.sm.id.uw.edu.pl/Numery/2015_3_62/adamska.pdf

BARON Anna : *Zachowania komunikacyjne użytkowników platformy mikroblogerskiej tumblr* // **Transformacje. – 2012, nr 1/4, s. 275-288**
http://www.kozminski.edu.pl/fileadmin/wspolne_elementy/Jednostki/transformacje/PL/TRANSFORMACJE_1-4_2012_.pdf

BAUMAN Zygmunt : *Czy Twitter i Facebook pomagają propagować demokrację i prawa człowieka?* // **Rocznik Naukowy Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy. – Nr 7/8 (2012/2013), s. 11-15**
<http://kpsw.edu.pl/pobierz/wydawnictwo/rn7/bauman.pdf>

BIAŁOSZEWSKA Anna : *Rój, czyli o emocjach Twittera* / **Nowe Media (Gdynia). – 2015, nr 1, s. 76-78**
<https://wszystkoconajwazniejsze.pl/anna-bialoszevska-roj-czyli-o-emocjach-twittera/>

KAŹMIERCZAK Marek : *Użytkownik, nadawca i odbiorca w Web 2.0 : uwagi o różnych sposobach odnoszenia się do literatury w serwisie Twitter* // **Teksty Drugie.** - 2012, 6, s. 270-286
<http://rcin.org.pl/dlibra/doccontent?id=48380>

LAKOMY Mirosław : *Tweety na szczycie. : polityka responsywna* // **Studia Medioznawcze.** – 2014, nr 2, s. 153-165

Twitter – narzędzia, historia, statystyki. Twiplomacja. Twitter – analiza przypadków.
http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2014_2_57/pelny.pdf

MAJOREK Marta, Vall Marta du : *Obraz ukraińskiego Majdanu w polskich mediach społecznościowych – na przykładzie Twittera* // **Państwo i Społeczeństwo.** – 2016, nr 1, s. 117-132

https://repozytorium.ka.edu.pl/bitstream/handle/11315/7030/Panstwo%20i%20Spoleczenstwo_2016_nr1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PALCZEWSKI Marek : *Tweet jako odmiana newsa czy nowy (ponowoczesny) gatunek dziennikarski?* // **Nowe Media (Toruń).** – Nr 4 (2013), s. 31-49

http://apcz.pl/czasopisma/index.php/Nowe_Media/article/viewFile/NM.2013.002/3660

SZEWS Przemysław : *Facebook, Twitter i YouTube w mediach tradycyjnych : jak prasa, radio i telewizja wykorzystują serwisy społecznościowe?* // **Media i Społeczeństwo.** – Nr 4 (2014), s. 56-73

http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/04_szews.pdf

SZEWS Przemysław : *Mikroblog : odmiana blogu czy oddzielny gatunek?* // **Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica.** – 2013, nr 2, s. 271-289

<http://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/bitstream/handle/11089/4046/22-szews.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wykorzystanie mikroblogów. Zagrożenia związane z mikroblogami. Różnice między blogiem a mikroblogiem.

TERESZKIEWICZ Anna : *Ministerstwa na Twitterze : strategia reagowania na negatywne komentarze użytkowników na profilach wybranych ministerstw* // **Studia Medioznawcze.** – 2016, nr 2, s. 39-50

http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2016_2_65/tereszkiewicz.pdf

TERESZKIEWICZ Anna : *Strategie językowe w interakcji handlowej na Twitterze* // **Acta Universitatis Lodzensis. Folia Linguistica.** – 2015, nr 49, s. 17-30

http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/17390/2-017_030-Tereszkiewicz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ARTYKUŁY DOSTĘPNE ONLINE W KSIĄŻKACH – PRACACH ZBIOROWYCH

GACKOWSKI Tomasz : *Twitter w rękach polityków : rzecz o metodologii i potencjale badań mediów społecznościowych* // W: **Metodologie badań medioznawczych** / pod redakcją Tomasza Gackowskiego. – Warszawa : Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR cpo. 2014. – S. 163-208

<https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/5933/248916499-T-Gackowski-Twitter-w-r%C4%99kach-politykow-Rzecz-o-metodologii-i-potencjale-bada%C5%84-mediow-spo%C5%82eczno%C5%9Bciowych-w-Metodologie-bada%C5%84-medioznawczych-red.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

KOPERA Sebastian, STOKŁOSA Piotr : *Twitter jako narzędzie relacjonowania wielkich imprez sportowych = Twitter as a means of reporting major sport events* // W: **Organizacja i marketing imprez sportowych: młodzi w sporcie 2014** / pod red. nauk. Karoliny Nessel, Wszendybył-Skulskiej Ewy. –

Kraków : Publikacja Katedry Zarządzania w Turystyce Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2014. – S. 46-57

<http://docplayer.pl/2062447-Twitter-jako-narzedzie-relacjonowania-wielkich-imprez-sportowych.html>

Media społecznościowe w sporcie. Twitter jako narzędzie pracy dziennikarzy sportowych.

PALCZEWSKI Marek : *Twitter : ponowoczesne źródło informacji* / Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie. // W: **Marka, media, komunikacja** / pod red. Igora Borkowskiego i Kariny Stasiuk-Krajewskiej. – Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2013. – S. 175-196

Artykuł do pobrania : <http://dzm.wuwr.pl/preview/4633>

Zob też nw. zestawienia bibliograficzne dostępne na:

<http://pedagogiczna.edu.pl/zestaw.htm>

Media społecznościowe – wydawnictwa zwarte (książki) – za lata 2011-2014

Media społecznościowe – artykuły z czasopism – za lata 2011-2016

**WIĘCEJ TEMATYCZNYCH ZESTAWIENÍ BIBLIOGRAFICZNYCH
ZNAJDZIECIE PAŃSTWO NA NASZYM INTERNETOWYM SERWISIE**

<http://www.pedagogiczna.edu.pl>