

SPIS TREŚCI

Wstęp

- I. Nowe media czy nowe w mediach?
 1. Czym są nowe media – próba konceptualizacji
 2. Proces konwergencji jako determinanta funkcjonowania współczesnych mediów
 3. Nowe media a paradygmat kultury uczestnictwa
 4. Kultura obrazu a ikonosfera Internetu
 5. Kompetencje komunikacyjne w komunikacji mediowanej komputerowo
 6. Złudna anonimowość Sieci
- II. Przestrzenie nowych mediów
 1. Typologia użytkowników sieci Internet
 2. Redefinicja pojęcia czasu i przestrzeni w dobie Internetu
 3. Przyczyny absencji wyborczej osób młodych a wpływ Internetu na zwiększenie udziału w głosowaniu
 4. Czas wolny w dobie konsumpcjonizmu i powszechnej mediatyzacji
 5. Konsumowanie jako forma spędzania wolnego czasu w społeczeństwie ponowoczesnym
- III. Aktywność w Sieci
 1. Dziennikarstwo obywatelskie w dobie Internetu
 2. Wikipedia – zbiorowa mądrość czy kolektywna głupota
 3. Prawdziwych przyjaciół poznaje się w Internecie
Serwisy społecznościowe i ich użytkownicy
 4. Granice wolności słowa w Internecie
 5. Flaming i trolling jako formy agresji werbalnej w Internecie
 6. Flash mob – rewitalizacja tłumu w nowej odsłonie
 7. Internet a kultura daru. Fenomen ruchu open source

Bibliografia

Nerografia