

SPIS TREŚCI

Od Redaktorów / 9

NOWE MEDIA A MEDIA TRADYCYJNE

- Marek Graszewicz, Dominik Lewiński, Wstęp do systemowej teorii Internetu / 13
- Maja Megier, Nowe media a „nowe ekonomie” i „nowe technologie” / 25
- Jerzy Jastrzębski, Media i dziennikarstwo alternatywne / 33
- Jacek Sobczak, Czy istnieje potrzeba zmiany prawa prasowego? / 39
- Joanna Ambrosiewicz, Krzysztof Stachura, W sieci - poza siecią. Aktywność użytkowników i nie-użytkowników Internetu / 71
- Katarzyna Kopecka-Piech, Zapośredniczone zapośredniczenie - pakiet transmedialny w działaniu / 89
- Miłosz Babecki, Partyzanckie formaty w natarciu. Seriale internetowe wobec rzeczywistości „Wielkich Mediów” / 111
- Anna Wilk, Marketing społecznie zaangażowany w internetowej kampanii Ergotest / 127
- Anna Ślósarz, Kulturowo-społeczne uwarunkowania ikonografii polskich, rosyjskich i niemieckich serwisów edukacyjnych / 141
- Michał Kaczmarczyk, Rola wybranych narzędzi internetowych w realizacji strategii public relations szkoły wyższej / 167
- Magdalena Mateja, Nowe media, nienowe treści. Feminizm w globalnej sieci / 185

NOWE MEDIA W POLITYCE

- Barbara Brodzińska-Mirowska, Internet w komunikowaniu politycznym / 201
- Jerzy Biniewicz, Blog polityczny, czyli o kreowaniu wizerunku politycznego słów kilka / 217
- Marta Dorenda, Blogosfera w polityce / 233
- Bartosz Szwejkowski, Od premiera do blogera - Kazimierz Marcinkiewicz, i jego komunikowanie ze społeczeństwem / 251
- Magdalena Musiał-Karg, Wpływ ICT na życie polityczne / 275
- Janusz Golinowski, Interakcyjny charakter zachowań współczesnego lidera politycznego i jego marketingowe oblicze / 293
- Aleksandra Seklecka, Kampania wyborcza jako kreowanie rzeczywistości, czyli o manipulacji medialnej w politycznym wydaniu / 315
- Bibliografia / 333