

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE ..	9
-----------------	---

CZĘŚĆ I

NOWA RZECZYWISTOŚĆ MEDIALNA JAKO PRZEDMIOT ANALIZ

MICHAŁ DROŻDŻ, Mediatyzacja życia - media masowe wobec procesów konwergencji.....	17
TOMASZ PŁONKOWSKI, Kultura i media w świetle medialnego relatywizmu (determinizmu technologicznego, ekologii mediów) i koncepcji pokrewnych	36
MARTA ZIMNIAK-HAŁAJKO, Media alternatywne: szkic o radykalnych formach komunikowania	50
SŁAWOMIR CZAPNIK, MICHAŁ KUŚ, Nowy wspaniały świat. Mity cyberprzestrzeni a rzeczywistość	62
BOGUSŁAW DZIADZIA, Trash TV, web, celi phone and me	71
MATEUSZ TUŁECKI, Gadżety w służbie tożsamości, czyli o poszukiwaniu jednostkowych autodefinicji w świecie nowych technologii	79
KONRAD CHMIELECKI, Tekst jako obraz - obraz jako tekst. O zapośredniczonym medialnie komunikowaniu wizualnym w społeczeństwie informacyjnym	89
BARBARA GŁYDA, Schizofreniczne komunikaty. Światło, lustro, ekran	98
SYLWIA SZYKOWNA, (V)user - nowy paradygmat odbiorcy sztuki interaktywnej.....	107
IGOR BORKOWSKI, Com.munio wobec doświadczenia sytuacji granicznej.....	115
BOGNA PIECHOTA, W poszukiwaniu prawidłowości interakcji	122
MICHAŁ PIOTR PRĘGOWSKI, Piętnowanie w Sieci. Specyfika Internetu w kontekście koncepcji piętna Ervinga Goffmana	128
KRZYSZTOF STACHURA, Zaufanie i nieufność w Internecie. Analiza wybranych determinantów kapitału społecznego	138

CZĘŚĆ II NOWE MEDIA I DEBATA PUBLICZNA

JAKUB NOWAK, Debata 2.0? Współczesny Internet jako (nowe) medium publicznej debaty	147
MAŁGORZATA NICPOŃ, RADOSŁAW MARZĘCKI, Debata w mediach a racjonalność poglądów i zachowań politycznych	156
MICHAŁ M. BUKOWSKI, Perswazja polityczna a globalizacja. Przykład rządowej komunikacji politycznej w Internecie	168
IWONA JAKUBOWSKA-BRANICKA, Kreowane obrazy rzeczywistości a zachowania polityczne	178
EWA MIGACZEWSKA, Polski dziennikarz: wzór normatywny jego roli zawodowej	188
JURIJ HAŁAJKO, Rynek prasy na współczesnej Ukrainie: polityczne konsekwencje medialnego konfliktu kulturowego.....	199
AGNIESZKA KAMPKA, Pomocnik, partner, krytyk czy wróg - politycy o mediach.....	208
MARIA ŚWIĄTKIEWICZ-MOŚNY, ALEKSANDRA WAGNER, Niecodzienna codzienność. Kategoria codzienności w <i>expose</i> trzech premierów: Marcinkiewicza, Kaczyńskiego i Tuska	218
RAFAŁ GARPIEL, Strategia politycznej prowokacji. Przypadek Janusza Palikota	232
PAULINA NOWICKA, Samorząd lokalny wobec wyzwań wirtualnej komunikacji	240
KATARZYNA SKUBISZ-KĘPKA, Sprostowanie medialne jako środek kształtowania opinii publicznej	251

CZĘŚĆ III NOWE MEDIA I NOWA PRZESTRZEŃ SPOŁECZNA

ŁUCJA KAPRALSKA, O komunikacyjnych i integracyjnych funkcjach serwisów społecznościowych.....	263
ANDRZEJ GÓRNY, AGATA ZYGMUNT, Komu jest potrzebna Nasza-klasa?	273
PIOTR SIUDA, Cyberreligia - powstanie religijnych społeczności wirtualnych	284
DANIELA DZIENNI AK-PULINA, Pomiedzy erotyką a śmiercią w reklamie	294
MARZENA MAMAK-ZDANECKA, WANDA TAKUSKA-MRÓZ, <i>Homo comunicans</i> w warunkach nowoczesnego biznesu	307

MAŁGORZATA KOSZEMBAR-WIKLIK, Advertainment i marketing wirusowy — nowe formy komunikacji z odbiorcą	317
PIOTR DŁUGOSZ, Młodzież pogranicza w cyfrowej rzeczywistości	327
AGATA MAKSYMOWICZ, Internet a sprawa aborcji Polek.....	338
PATRYCJA RUDNICKA, Moodle i co dalej? Psychologiczne właściwości internetowych środowisk edukacyjnych.....	347
MIROŚLAW WĄTROBA, Wpływ mediów na dziecko. Prawne i społeczne mechanizmy ochrony	356

CZEŚĆ IV

FENOMEN WEB 2.0

KAZIMIERZ KRZYSZTOFEK, Web 2.0: „Morderca”, czy dobroczyńca ludzkości?	369
TADEUSZ POLAK, Komercyjne wykorzystanie Web 2.0 - zmiana oblicza reklam on-line	383
ANNA MAJ, Folksonomia jako nowy model wiedzy. Komunikacyjne i kulturowe aspekty Web 2.0	390
KATARZYNA KORZENIEWSKA, Web 2.0 - Marketing 2.0 - Kultura 2.0	396
BIBLIOGRAFIA PRAC CYTOWANYCH	403
NETOGRAFIA	434
SUMMARY: COM.municating in a Changing Society	437