

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 <i>public relations</i> 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