

Zawiera m.in.:

Kazimierz Krzysztofek: Nowe media totalne – intruz w naszych domach;

Marta Dorenda-Zaborowicz: Nowe media w służbie marketingu politycznego;

Paweł Kuczma: Rola narzędzi do analizowania mediów społecznościowych w marketingu społecznościowym;

Marek Sokołowski: Miłość w cyberprzestrzeni. Związki partnerskie zawierane online;

Oliwia Tarasewicz-Gryt: Stare czy nowe? Retoryka nowych mediów;

Katarzyna Kopecka-Piech: Usieciowienie mediów w świetle teorii grafów. Przykład stacji TVN;

Jolanta Hajdasz: Społeczne skutki cyfryzacji telewizji w Polsce. Prognozy na tle doświadczeń wybranych państw Unii Europejskiej;

Radosław Sierocki: Żałoba narodowa w Polsce. Wydarzenie medialne w przestrzeni Internetu;