

SPIS TREŚCI

Tomasz Gackomski

Wstęp 7

Jakub Noułak

O badaniu kultur popularnych online..... 13

Marcin Łączyński

Polskie błogi kulinarne - hosting, aktywność internautóiu

1

tematyka 35

Jacek Dąbała

Strukturalizm a tworzenie serwisów informacyjnych w internecie 51

Anna Miotk

Opinie polskich specjalistom PR na temat pomiaru PR.

Wyniki badań 61

Monika Kaczmarek-Ślioińska

Przestrzeń nowych mediów a etyka komunikowania. Problemy metodologiczne w badaniach kwestii wrażliwych dotyczących zachowań online..... 87

Agnieszka Chiuiałkoiuska

Marketing szeptany, marketing wirusowy, „buzz” marketing

- studia przypadku i metody pomiaru 103

Anna Jupouńcz-Ginalska

Media społecznościowe a promocja produktów medialnych

na przykładzie www.facebook.com/tylkomuzyka 127

Łukasz Przybysz

Role media w komunikowaniu politycznym na przykładzie wyborów prezydenckich w USA w 2008 roku 153

Tomasz Gackowski

Jak badać komunikację giełdową? Perspektywa behawioralno-medioznawcza177

Stanisław Kuźniakowski

Opinia publiczna w czasach komunikowania mobilnego i społeczności internetowych211

Notki o autorach.....239

Indeks osób.....243