

Spis treści

Wprowadzenie	7
Katarína Fichnová, Peter Mikuláš, Łukasz P. Wojciechowski Social networking services in the preferences of Slovak, Czech and Polish youth.....	9
Danuta Smołucha Portale społecznościowe – substytut czy uzupełnienie realnej wspólnoty?	35
Katarzyna Walotek-Ściańska, Michał Szyszka Obecność instytucji kultury w mediach społecznościowych	49
Zbigniew Widera Kształtowanie postaw poprzez percepcję treści w Internecie – refleksja etyczna.....	63
Magdalena Harasimowicz Refleksja nad edukacją w kontekście problematyki multitaskingu.....	71
Rafał Guzowski Obecność organizacji społecznej w sieci jako ważny element budowania zaufania i wzmacniania wizerunku	83
Marta Macełko, Izabela Mendel Współczesne miasto płaszczyzną komunikacji i współdziałania różnosektorowych podmiotów	93
Małgorzata Koszembar-Wiklik Czy marketing wirusowy w sieci wymaga kontrowersji? O motywach szokujących w reklamach	105
Marta Kierska Shockvertising w służbie bezdomnym. Negatywne emocje jako narzędzia reklam społecznych	119
Lilianna Lakomy Infans Irretitus	137
Mirosław Lakomy System propagandowy Korei Północnej.....	145