

Spis treści

Wstęp	7
-------------	---

CZĘŚĆ I

1. Serwisy społecznościowe i ich miejsce w przestrzeni medialnej	13
1.1. Nowe media w teorii mediów	13
1.2. Nowe media czy nowe technologie?	20
1.3. Media społecznościowe jako podkategoria nowych mediów	22
1.4. Klasyfikacja mediów społecznościowych	31
1.5. Serwisy społecznościowe jako podgrupa w ramach mediów społecznościowych	35
1.6. Serwisy społecznościowe w rozwoju historycznym	41
1.7. Polskie serwisy społecznościowe	53
2. Społeczeństwo informacyjne – charakterystyka i modele rozwoju	61
2.1. Społeczeństwo informacyjne – zarys teoretyczny i definicyjny	63
2.2. Informacja i jej znaczenie w sieciowym społeczeństwie informacyjnym	75
2.3. Wizje, modele i scenariusze rozwoju społeczeństwa informacyjnego	85
2.4. Władza w sieciowym społeczeństwie informacyjnym	98

CZĘŚĆ II

3. Serwisy społecznościowe w sieciowym społeczeństwie informacyjnym – analiza fenomenu Facebooka na podstawie badań własnych	111
3.1. Przyczyny korzystania z Facebooka w literaturze przedmiotu	114
3.2. Potrzeba kontroli i bezpieczeństwa w zakresie dostępu do informacji	125
3.3. Facebook jako podstawowy kanał przepływu informacji w świetle przeprowadzonego eksperymentu	140
3.4. Znaczenie Facebooka w przestrzeni społecznej – analiza krytyczna	152
4. Osoby niekorzystające z Facebooka – analiza form, przyczyn i konsekwencji niekorzystania z serwisu.....	165
4.1. Osoby niekorzystające z Facebooka – różne podejścia teoretyczne i wyniki badań empirycznych	166
4.2. Co to znaczy nie korzystać z Facebooka?	173
4.3. Decyzje o usunięciu konta – trudności i dylematy	187
4.4. Społeczne postrzeganie osób nieposiadających konta na Facebooku	192
4.5. Życie bez Facebooka – co można zyskać, a co stracić	196
4.6. Pozory bezpieczeństwa i algorytm zachłanny	206
Zakończenie	211
Bibliografia	217
Podziękowania	231
Indeks rzeczowy	233
Indeks osobowy	235