

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Zestawienie bibliograficzne w wyborze za lata 2011-2016

ARTYKUŁY Z CZASOPISM

(Artykuły dostępne w Czytelni Biblioteki Pedagogicznej i/lub jej Filiach).

BORYCZKA Bożena : *Aplikacje Web 2.0 wspierające zarządzanie projektami szkolnymi i pracą grupową* // **Meritum.** – 2013 , nr 4 , s. 107-113

GOETZ Magdalena : *Portale społecznościowe – dobrodziejstwo czy zagrożenie?* // **Niebieska Linia.** – 2012, nr 2, s.25-27

IVANOVA Viera : *Korzyści i zagrożenia serwisów społecznościowych* // **Remedium.** – 2012, nr 7/8, s. 1-3

KREMIENŃ Tatiana : *Media społecznościowe a edukacja* // **Ruch Pedagogiczny.** – 2013 , nr 4, s. 173-178

LORENS Roman : *Szkoła a serwisy społecznościowe* // **Dyrektor Szkoły.** – 2013 , nr 2, s. 81-83

MUSIAŁ Emilia : *Media społecznościowe - narzędzie ucznia cyfrowej szkoły* // **Nowa Szkoła.** – 2013, nr 10, s. 13-20

MUSIAŁ Emilia : *Planowanie procesu dydaktycznego a nowe media* // **Edukacja i Dialog.** – 2011, nr 5-6, s. 20-25

MUSZYŃSKI Damian : *Portale społecznościowe a potrzeby i możliwości rozwojowe dzieci w wieku 9-13 lat* // **Meritum.** – 2013, nr 2, s. 64-67

NADMIERNE korzystanie z sieci społecznościowych / Martyna Kotyśko [i in.] // **Alkoholizm i Narkomania.** – 2014, nr 2, s. 177-194

PAPUDA-DOLIŃSKA Beata : *Czas i cyberprzestrzeń – temporalna organizacja działania użytkowników portali społecznościowych* // **Pedagogika Społeczna.** – 2014, nr 2, s. 117-132

PRYŁOWSKA-NOWAK Elżbieta : *Komunikacja poprzez media społecznościowe* // **Meritum.** – 2014, nr 4, s. 44-48

STOJKOW Maria, ŻUCHOWSKA-SKIBA Dorota : *Aktywność osób z niepełnosprawnościami na profilach i forach w społeczeństwie sieci* // **Polityka Społeczna.** – 2015, nr 5/6, s. 17-21

WASYLEWICZ Magdalena, CZOPEK Jakub : *Miejsce i rola Internetu i mediów społecznościowych w przestrzeni edukacyjnej* // **Nowa Szkoła.** – 2016, nr 4, s. 31-39

ZARÓD Marcin : *TIK nie gryzie* // **Dyrektor Szkoły.** – 2014, nr 1, s. 54-58
(Artykuł dostępny w Filiach w Bełchatowie i Radomsku)

ZIOŁO-PUŻUK Karolina : *Bezpieczeństwo w internecie* // **Dyrektor Szkoły.** – 2014, nr 9, s. 48-51
Dot. dokumentu regulującego zasady obecności szkoły w mediach społecznościowych i internecie. Zawiera przykład formularza dla nauczyciela, który chce założyć profil społecznościowy szkoły.
(Artykuł dostępny w Filiach w Bełchatowie i Radomsku)

ZIOŁO-PUŻUK Karolina : *Media społecznościowe* // **Dyrektor Szkoły.** – 2014, nr 4, s. 50-53
Wpływ mediów społecznościowych na edukację. Historia ich powstania oraz rodzaje. Przedstawiono zasady korzystania z mediów społecznościowych w edukacji oraz korzyści z tego wynikające.
(Artykuł dostępny w Filiach w Bełchatowie i Radomsku)

ZIOŁO-PUŻUK Karolina : *Szkoła w mediach społecznościowych // Dyrektor Szkoły.* – 2014, nr 8, s. 58-61

(Artykuł dostępny w Filiach w Bełchatowie i Radomsku)

ARTYKUŁY DOSTĘPNE W CZASOPISMACH ONLINE

BATORSKI Dominik : *Filtrowanie społecznościowe w internecie – nowy sposób docierania do treści i jego konsekwencje // Studia Medioznawcze.* – 2015, nr 3, s. 43-57

http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2015_3_62/batorski.pdf

BRZEZIŃSKA-WALESZCZYK Marta : *Dobre praktyki w komunikacji marek w mediach społecznościowych // Studia Medioznawcze.* – 2015, nr 4, s. 76-79

http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2015_4_63/brzezinska.pdf

BUCHNOWSKA Dorota : *Analiza i ocena poziomu wykorzystania mediów społecznościowych przez największe polskie przedsiębiorstwa // Informatyka Ekonomiczna Business Informatics.* – 2013, 4(30), s. 55-69

<http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/doccontent?id=24991>

Klasyfikacja mediów społecznościowych pod kątem zastosowania w organizacjach. Poziom wykorzystania mediów społecznościowych w biznesie. Obecność największych polskich firm w mediach społecznościowych.

WYKORZYSTANIE mediów społecznościowych przez uczelnie wyższe i studentów w świetle badań własnych // *Nauki o Zarządzaniu.* – 2013, nr 2(15), s. 36-50

<http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/doccontent?id=24459>

Pojęcie mediów społecznościowych i ich popularność w Polsce. Cele wykorzystania mediów społecznościowych przez organizacje gospodarcze. Obecność i działania polskich firm w mediach społecznościowych. Powody wykorzystania serwisów społecznościowych przez uczelnie. Ocena aktywności uczelni wyższych w mediach społecznościowych. Wykorzystanie serwisu Facebook przez studentów i uczelnie wyższe.

CEGLIŃSKA Anita, KOPEĆ-ZIEMCZYK Katarzyna : *Wpływ kampanii politycznej w mediach społecznościowych na zachowania wyborcze młodych Polaków // Studia Medioznawcze.* – 2016, nr 1, s. 57-71

http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2016_1_64/pelny.pdf

DOREŃDA-ZABOROWICZ Marta : *Marketing w social media // Nowe Media.* – 3/2012, *Studia i Rozprawy*, s. 59-79

<https://repozytorium.umk.pl/bitstream/handle/item/1553/NM.2012.003%2cDorenda-Zaborowicz.pdf?sequence=1>

Cechy i rola mediów społecznościowych. Społeczności w Internecie. Media paid, owned, earned Budowanie „społecznego autorytetu” w mediach społecznościowych. Praktyka Facebook marketingu, błędy marek w mediach społecznościowych. Przyszłość social media.

GOGOŁEK WŁODZIMIERZ, KUCZMA PAWEŁ : *Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych. Cz. 1. Blogi, fora, analiza sentymentów // Studia Medioznawcze.* – 2013, nr 3, s. 89-105

http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2013_2_53/pelny.pdf

GOGOŁEK WŁODZIMIERZ, KUCZMA PAWEŁ : *Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych. Cz. 2. Portale internetowe, konteksty medialne i merytoryczne // Studia Medioznawcze.* – 2013, nr 3, s. 153-157

http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2013_3_54/pelny.pdf

ŁASZKIEWICZ Anna : *Media społecznościowe i ich potencjał w generowaniu wartości dla organizacji // Acta Universitatis Lodzensis Folia Oeconomica.* – 2013, 287, s. 157-168

<http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/10308/12-%C5%82aszkievicz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Potencjalne obszary generowania wartości za pośrednictwem mediów społecznościowych, wątpliwości związane z wykorzystaniem potencjału mediów społecznościowych.

MAKARUK Katarzyna : *Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież : wyniki badania EU NET ADB / Katarzyna Makaruk. // Dziecko Krzywdzone.* – 2013, nr 1, s. 69-79

<http://docplayer.pl/7225618-Korzystanie-z-portali-spoecznościowych-przez-młodzież-wyniki-badania-eu-net-ADB.html>

NOŻEWSKI Jacek : *Profil użytkownika mediów społecznościowych osobisty newsroom 2.0.?* // **Studia Medioznawcze. – 2015, nr 4, s. 35-49**
http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2015_4_63/pelny.pdf

Artykuł prezentuje podobieństwa między profilem użytkownika a tradycyjnymi redakcjami w mediach społecznościowych. Użytkownicy dystrybuują i określają, jakie materiały znajdują się w obiegu informacyjnym.

PIECHOTA Grażyna : *Spółczesność obywatelskie w dobie social media* // **Athenaeum : Polskie Studia Politologiczne. – vol. 41/2014, s. 231-248**

https://repozytorium.ka.edu.pl/bitstream/handle/11315/3364/Piechota_Gra%C5%BCyna_Spo%C5%82ecze%C5%84stwo%20obywatelskie%20w%20dobie%20social%20media_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CROWDFUNDING - pozyskiwanie pieniędzy, z wykorzystaniem social media, na realizację określonych, konkretnych projektów. Kanalizowanie sprzeciwu społecznego, promowanie postaw społecznych – kampanie społeczne z wykorzystaniem social media. Społeczna odpowiedzialność biznesu – corporate social responsibility i zrównoważony rozwój.

RAK Agnieszka : *Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych* // **Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. – 2012, nr 260, s. 407-416**

<http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/doccontent?id=18798>

Polski konsument w sieci.

SEWERYN Renata : *Profil turysty pozyskującego informacje o destynacji z mediów społecznościowych (na przykładzie odwiedzających Kraków)* // **Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. – 2015, nr 379, s. 439-447**

<http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/doccontent?id=30335>

Portale społecznościowe źródłem informacji turystycznej.

STACHOWIAK Beata : *Nauczyciel akademicki a media społecznościowe* // **E-mentor. – 2013, nr 3(50), s. 56-60**

<https://repozytorium.umk.pl/bitstream/handle/item/1086/Nauczyciel%20akademicki%20a%20media%20spo%C5%82eczno%C5%9Bciowe.pdf?sequence=1>

STEFANIAK Izabela Maria : *Profesjonalne i eksperckie media społecznościowe a rynek pracy* // **Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. – Nr 258 (2016), s. 187-198**

<http://www.sbc.org.pl/dlibra/docmetadata?id=226664&from=publication#>

Media społecznościowe – definicje. Profesjonalne i eksperckie media społecznościowe. Analiza serwisów społecznościowych GoldenLine i LinkedIn.

SZCZERBIŃSKI Marcin : *Standardy użytkowania serwisów społecznościowych : analiza pedagogiczna* // **Spółczesność i Rodzina. – 2014, nr 1, s. 34-47**

<https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/5008/SiR%2038%20Szczerci%C5%84ski.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pedagogiczno-moralne aspekty regulaminów portali społecznościowych. Propagowanie reguł i narzędzia ich egzekwowania. ocena i wnioski pedagogiczne.

ARTYKUŁY DOSTĘPNE W WYDAWNICTWACH ZWARTYCH (KSIĄŻKACH) ONLINE

CHMIELECKI Michał, SUŁKOWSKI Łukasz : *Tworzenie talent pipeline z wykorzystaniem mediów społecznościowych w świetle wyników badań* // W: **Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Nr 349, Sukces w zarządzaniu kadrami Różnorodność w zarządzaniu kapitałem ludzkim – podejścia, metody, narzędzia Problemy zarządczo-ekonomiczne** / red. nauk. Marzena Stor Tadeusz Listwan. – Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2014. – **S. 74-89**

<http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/doccontent?id=27689>

Media społecznościowe jako nowa forma rekrutacji pracowników o wysokim potencjale.

CHWIAŁKOWSKA Agnieszka : *Świadomość kadry marketingowej w zakresie idei marketingu w mediach społecznościowych – wyniki badania* // W: **Metodologie badań medioznawczych** / pod red. Tomasza Gackowskiego. – Warszawa : Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR cpo. 2014. – **S. 109-136**

<https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/5933/248916499-T-Gackowski-Twitter-w-r%C4%99kach-politykow-Rzecz-o-metodologii-i-potencjale-bada%C5%84-mediow-spo%C5%82eczno>

[%C5%9Bciowych-w-Metodologie-bada%C5%84-medioznawczych-red.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

KUKULSKI Szymon : *Prospołeczne aspekty działalności społeczności internetowych* // W: **Człowiek zalogowany. T. 2, Wirtualne społeczności** / red. Małgorzata Wysocka-Pleczyk, Kinga Tucholska. – Kraków : Biblioteka Jagiellońska, 2014. – S. 17-23
<http://jbc.bj.uj.edu.pl/dlibra/doccontent?id=276170>

KULCZYCKI Emanuel : *Wykorzystanie mediów społecznościowych przez akademickie uczelnie wyższe w Polsce : badania w formule otwartego notatnika* // W: **Komunikologia : teoria i praktyka komunikacji** / red. E. Kulczycki, M. Wendland. – Poznań : Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM, 2012. – (Biblioteka Komunikacji Społecznej). – S. 89-109
<https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/2853/1/Emanuel%20Kulczycki%20-%20Wykorzystanie%20medi%C3%B3w%20spo%C5%82eczno%C5%9Bciowych%20przez%20akademickie%20uczelnie%20wy%C5%BCsze%20w%20Polsce.%20Badania%20w%20formule%20otwartego%20notatnika.pdf>

KULIKOWSKI Konrad : *Związek motywów komunikowania się za pomocą komunikatora internetowego Facebook chat z satysfakcją z życia i samooceną* // W: **Człowiek zalogowany. T. 2, Wirtualne społeczności** / red. Małgorzata Wysocka-Pleczyk, Kinga Tucholska. – Kraków : Biblioteka Jagiellońska, 2014. – S. 50-58
<http://jbc.bj.uj.edu.pl/dlibra/doccontent?id=276170>

Satysfakcja z życia a aktywność w serwisach społecznościowych. Motywy komunikacji za pomocą Facebook, chat. Prezentacja wyników oraz analiza i wnioski z badań przeprowadzonych wśród użytkowników witryny internetowej wizaż.pl.

NOWAK Paweł F. CHALIMONIUK-NOWAK Marta : *Potencjał mediów społecznościowych w edukacji zdrowotnej* // W: **Współczesne kierunki działań prozdrowotnych** / red. A. Wolska-Adamczyk. – Warszawa, 2015. – S. 35-45
https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/7366/P_Nowak_potencjal_mediow_spolesznosciowych2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SZCZEPAŃCZYK Maciej : *Innowacyjne sposoby wykorzystania mediów społecznościowych w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji* // W: **Studia Ekonomiczne – Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach ; 183. Innowacyjność współczesnych organizacji. Cz. 2, Kierunki i wyniki badań** / red. Teresa Kraśnicka . – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 2014. – S. 185-196
<http://www.sbc.org.pl/dlibra/doccontent?id=115392>

Istota, funkcje i klasyfikacja mediów społecznościowych. Wykorzystanie mediów społecznościowych w procesach komunikacji.

WITCZAK Olgierd : *Potencjał wykorzystania serwisów społecznościowych w badaniach jakościowych* // W: **Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Nr 336, Badania marketingowe – nowe podejścia oraz metody na współczesnym rynku** / red. nauk. Krystyna Mazurek-Łopacińska Magdalena Sobocińska. – Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2014. – S. 331-338
<http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/doccontent?id=26062>

**WIĘCEJ TEMATYCZNYCH ZESTAWIEŃ BIBLIOGRAFICZNYCH
ZNAJDZIECIE PAŃSTWO NA NASZYM INTERNETOWYM SERWISIE
<http://www.pedagogiczna.edu.pl>**