

Spis treści

Wstęp	5
-------------	---

Część 1. Komunikacja wprost

<i>Anna Brosch</i> Młodzież w obliczu seksualizacji kultury medialnej.....	15
<i>Lidia Barłoga, Angelika Urbaniak, Michał Cybulski</i> Media społecznościowe jako nowy sposób komunikacji społeczności akademickiej.....	27
<i>Maria J. Zajęczkowska</i> Walka, mediacja czy medytacja? Sposoby rozwiązywania konfliktów w środowisku studenckim	37
<i>Beata Krawiec</i> Idiom sprawiedliwości w edukacji.....	53
<i>Joanna Anioł</i> Media dobre i złe. Krytyczna analiza autowizerunku mediów w serialu o pracownikach socjalnych.....	65
<i>Jolanta Kędzior</i> Kampania społeczna jako przekaz perswazyjny w mediach	75

Część 2. Konteksty komunikacji

<i>Marian Niedźwiedziński, Halina Klepacz, Kamila Szymańska</i> Komunikacja marketingowa w działalności teatrów w Polsce	95
<i>Mieczysław K. Leniartek</i> Rewitalizacja przestrzeni miejskich jako wyraz społecznej kreatywności ...	113

Blanka Gosik, Maria Piech

Muzea jako miejsca spotkań biznesowych
(na przykładzie Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu) 135

Michał Piech

Adaptacja obiektów zabytkowych na cele hotelowe..... 153

Lesław Koćwin

Krajobrazy antropogeniczne Ziemi Kłodzkiej w twórczości literackiej
Josepha Wittiga produktem kreatywnej turystyki kulturowej..... 167

Agnieszka Górka-Chowaniec

Bukowina Tatrzańska wczoraj a dziś – trendy w turystyce przyjazdowej
regionu Podtatrze..... 185

Marta Pisarek, Marta Gargala

Infiorata jako kreatywny produkt turystyki religijnej na przykładzie
uroczystości Bożego Ciała w Spycimierzu..... 199

Zakończenie 215