

MEDIA (PORTALE, SERWISY) SPOŁECZNOŚCIOWE (nasza-klasa.pl, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Twitter, Wikipedia)

Wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji usług rehabilitacyjnych – strategii skutecznego marketingu online / Ilona Wilk // **Rehabilitacja w Praktyce**. – 2024, nr 1, s. 77-80

Z makijażem przez social media / Monika Wyrzykowska // **Beauty Forum**. – 2024, nr 1, s. 116-118

Siła mediów społecznościowych / Karolina Sobkowiak // **Beauty Forum**. – 2024, nr 1, s. 104-106

Adrian Gamoń. Jak zabłysnąć na LinkedInie / Magdalena Gryn // **Forbes**. – 2023, nr 11, s. 288-291

Media społecznościowe jako źródło materiału dowodowego w sprawach cywilnych. Wyniki wstępnego badania ankietowego przeprowadzonego wśród adwokatów i radców prawnych / Piotr Lewulis // **Państwo i Prawo**. – 2023, nr 8, s. 118-133

Skuteczność profili społecznościowych miast wojewódzkich w Polsce / Magdalena Kotnis // **Przegląd Organizacji**. – 2023, nr 1, s. 46-51

Pracownicy w mediach społecznościowych / Paweł Sych, Patryk Kozieł // **IT w Administracji**. – 2023, nr 7-8, s. 45-47

Oddziaływanie mediów elektronicznych na rozwój i wychowanie małego dziecka – narracja pedagogów / Katarzyna Nosek-Kozłowska // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2023, nr 5, s. 39-48

Po co nam ekrany? O smartfonach i mediach cyfrowych w życiu (nie tylko) młodych osób / Karol Jachymek // **Głos Pedagogiczny**. – 2023, nr 139, s. 16-19

W sieci miłości / Piotr Olesiński // **Charaktery**. – 2023, nr 2, s. 54-55

Tik Tok w edukacji – jak go ugryźć? / Karol Jachymek // **Głos Pedagogiczny**. – 2022/2023, nr grudzień-styczeń, s. 30-35

Wpływ rozwoju Internetu i mediów społecznościowych na model przeciętnego konsumenta / Paweł Poznański // **Kwartalnik Urzędu Patentowego RP**. – 2022, nr 1, s. 23-29

Jak mądrze korzystać ze wsparcia specjalnych grup na Facebooku? / Małgorzata Łoskot // **Głos Pedagogiczny**. – 2022, nr 132, s. 14-16

Wykorzystanie Facebooka w komunikacji marketingowej przez lokalne organizacje w Polsce / Karolina Korbiel // **Turystyka**. – 2021, nr 2, s. 30-37

To użytkownik chce transformacji cyfrowej / Magdalena Kotlarczyk rozm. przepr. Tomasz Wygański // **Media i Marketing**. – 2022, nr 2, s. 12-17

Wykorzystywanie mediów społecznościowych w działalności rzeczniczej organizacji pozarządowych / Hubert Smoliński // **Trzeci Sektor**. – 2021, nr 55, s. 58-69

Dlaczego trzeba rozwijać w uczniach krytyczne myślenie o mediach społecznościowych i jak to robić? / Klaudia Wryszak-Lubaś // **Głos Pedagogiczny**. – 2021/2022, nr 129, s. 37-41

“Dermatozy cyfrowe” u dzieci i młodzieży-zmiany skórne inspirowane przez media społecznościowe / Trevor K. Young, Vikash S. Oza // **Medycyna Praktyczna Pediatria**. – 2021, nr 6, s. 73-80

Uzależnienie od Facebooka a satysfakcja ze statusu związku / Kinga Zawada, Wiktoria Skurzyńska // **Journal of Modern Science**. – 2021, T.1 (46), s. 111-122

Jakie media społecznościowe wybrać do promocji marki / Jacek Tomczyk // **ICAN Management Review Polska**. – 2021, nr 4, s. 28-29

Wstydlive sekrety imperiów online / Elżbieta Królikowska-Avis // **Forum Dziennikarzy**. – 2021, nr 1, s. 27-31

Media społecznościowe. Pożyteczne narzędzie czy złodziej czasu / Jaromir Kwiatkowski // **Forum Dziennikarzy**. – 2021, nr 1, s. 32-38

Internet skręcił w złą stronę, trzeba zrobić dwa kroki w tył / Michał Dydycz rozm. przepr. Alina Bosak // **Forum Dziennikarzy**. – 2021, nr 1, s. 18-26

Chęć angażowania się w działania zbiorowe w mediach społecznościowych: rola identyfikacji z grupą oraz cech osobowości / Leszek Chmara, Damian Szóstakowski, Tomasz Besta // **Przegląd Psychologiczny**. – 2020, T. 63, nr 3, s. 477-492

Koniec prywatności a spory wokół big data, mediów społecznościowych i neuronauki / Jan Waszewski // **Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego**. – 2020, nr 23, s. 305-332

Zawód celebryta? Cyberprzestrzeń płaszczyzną do uzyskiwania dochodów dzięki rozpoznawalności / Katarzyna Garwol // **Dydaktyka Informatyki**. – 2020, nr 15, s. 33-55

Nowe media w służbie czy źródło ułatwiania cyberprzemocy? / Ewa Wysocka // **Dydaktyka Informatyki**. – 2020, nr 15, s. 11-32

Bloger jako przedsiębiorca w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji / Artur Ingram // **Studia Prawnicze. Rozprawy i Materiały**. – 2019, nr 2, s. 139-154

Filmy Reżysera Życia o problemach polskiej młodzieży jako przykład uczenia i wychowywania za pośrednictwem serwisu Youtube / Karolina Kietla // **E-Mentor**. – 2020, nr 3, s. 15-22

Filmy Reżysera Życia o problemach polskiej młodzieży jako przykład uczenia i wychowywania za pośrednictwem serwisu Youtube / Karolina Kietla // **E-Mentor**. – 2020, nr 3, s. 15-22

Instagram w autoprezentacji politycznej. Analiza wizualna postów polskich kandydatów do europarlamentu w 2019 roku / Agnieszka Kampka, Katarzyna Molek-Kozakowska // **Polityka i Społeczeństwo**. – 2020, nr 1, s. 41-62

Pokolenie iGEN – dorastanie ze smartfonem w plecaku / Agnieszka Wilczyńska, Natasza Baran // **Psychologia w Praktyce**. – 2020, nr 5, s. 15-21

Kultura selfie / Krzysztof Zajdel // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2020, nr 7, s. 70-80

Komunikacja wizualna w dobie mediów cyfrowych / Grażyna Penkowska // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2020, nr 7, s. 29-36

Relacje w erze mediów społecznościowych / Kaja Funez Sokoła // **Psychologia w Praktyce**. – 2019, nr 70-74

Dzieciaki mają się dobrze / Lydia Denworth // **Świat Nauki**. – 2019, nr 12, s. 44-49

Nowy nieporządek świata / Claire Wardle // **Świat Nauki**. – 2019, nr 10, s. 64-69

Problematyczne użytkowanie Internet oraz portal społecznościowych wśród polskiej młodzieży / Łukasz Tomczyk // **E-mentor**. – 2019, nr 2, s. 44-54

Postawy merkantylne młodzieży aktywnej w mediach społecznościowych w świetle wyników badań własnych / Adam Andrzejewski // **Problemy Opiekuńczo Wychowawcze**. – 2019, nr 5, s. 26-32

Przelajkowali / Aleksandra Żelazińska // **Polityka**. – 2019, nr 37, s. 64-66

Miłość w czasach Tindera / Agata Jankowska // **Wprost**. – 2019, nr 34, s. 34-38

Wychowanie do kultury komunikowania się za pomocą nowych mediów społecznościowych / Adam Solak, Jerzy Smoleń // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2019, nr 4, s. 11-19

Pedagogiczny kontekst orientacji merkantylnej młodzieży aktywnej w mediach społecznościowych / Adam Andrzejewski // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2019, nr 4, s. 3-10

Perswazja szyta na miarę / Ella Rhodes / **Charaktery**. – 2019, nr 8, s. 46-51

Instagram mnie odmłodził / Maria Winiarska rozm. przepr. Paulina Socha-Jakubowska // **Wprost**. – 2019, nr 26, s. 39-41

Pierwszy ranking polskich silver influencerów / Karol Górski // **Wprost**. – 2019, nr 26, s. 32-37

Media społecznościowe wcale nie takie bezpieczne / Krzysztof Berenda // **Bank Miesięcznik Finansowy**. – 2019, nr 4, s. 68-69

Świat, w którym posty są na chwile, a zmiany rozwojowe na zawsze / Katarzyna Kudyba // **Medycyna Praktyczna. Pediatria.** – 2019, nr 2, s. 81-89

Era zagrajmera / Michał Klimko // **Polityka.** – 2019, nr 13, s. 66-68

Mania podglądania / Paulina Socha-Jakubowska // **Wprost.** – 2019, nr 11, s. 90-92

Na Insta tylko doskonali? / Danielle Wagstaff // **Charaktery.** – 2019, nr 3, s. 64-65

Twarze dane sieci / Aleksandra Żelazińska // **Polityka.** – 2019, nr 8, s. 64-66

Media cyfrowe jako źródło przemian relacji rodzinnych / Irena Pylypiak // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze.** – 2018, nr 9, s. 45-53

Smartfony, czaty, media społecznościowe – jak wpływają na nasze relacje z innymi? / Magdalena Goetz // **Głos Pedagogiczny.** – 2019, nr 105, s. 29-32

Medyczne media jako przestrzeń wzajemnej edukacji w pielęgniarstwie / Maciej Latos // **Magazyn Pielęgniarki i Położnej.** – 2018, nr 10, s. 4-7

Choć swata nas sieć / Daniel Melerowicz // **Charaktery.** – 2019, nr 1, s. 66-69

Czy social media pozwolą dotrzeć do szefów dużych firm/ Grzegorz Miller, Mariusz Ludwiński // **Marketing w Praktyce.** – 2018, nr 10, s. 44-46

Na YouTube patrz w metrykę / Maja Biniewicz // **Marketing w Praktyce.** – 2018, nr 10, s. 11-13

Odpowiedzialność za przetwarzanie danych przez portal społecznościowy – glosa d wyroku Trybunału Sprawiedliwości z 5.06.2018 r., C-210/16, Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH / Marcin Rojszczak // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2018, nr 10, s. 40-46

Kilka uwag o możliwościach wpływania przez pracodawców na działalność pracowników w mediach społecznościowych / Anna Konicka // **Outsourcing and More.** – 2018, nr 5, s. 30-31

Media społecznościowe a ruch w witrynie www banku / Dorota Zielińska // **NBS Nowoczesny Bank Spółdzielczy.** – 2018, nr 7-8, s. 60-65

Kierunki wykorzystania oraz analizy zbiorów danych przechowywanych w mediach społecznościowych – ocena stopnia świadomości użytkownika / Iwona Chomiak-Orsa, Bartłomiej Mrozek // **Przegląd Organizacji**. – 2018, nr 6, s. 49-55

Codzienny Facebook. Wpisy i formaty na profile małe i duże / Magdalena Albińska // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 6, s. 52-57

Oj, dzieje się w socjalu! / Jagoda Prętnicka // // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 6, s. 58-62

„Lajki” i „followersi” na portalach społecznościowych sposobem na poszukiwanie własnej tożsamości / Adam Andrzejewski // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2018, nr 1, s. 21-29

Nauczyciel w cyfrowej szkole – wykorzystanie mediów społecznościowych w edukacji / Dorota Zajęc. – **Głos Pedagogiczny**. – 2017, nr 94, s. 38-41

Wykorzystanie zrównoważonej karty wyników do oceny efektywności realizacji modeli biznesu na przykładzie firmy YouTube / Paulina Sergiel, Monika Raulinajtys-Grzybek // **Ekonomia i Organizacja Przedsiębiorstwa**. – 2017, nr 5, s. 65-78

Ochrona własności intelektualnej w social media na przykładzie portalu Facebook / Grzegorz Szymański, Andrzej Masiarek // **Przegląd Organizacji**. – 2017, nr 8, s. 55-60

Media społecznościowe a e-marketing hotelarski w Iranie – przykład Parsian International Hotels / Banafsheh Nasihatkon [i in.] // **Turyzm**. – 2016, nr 2, s. 15-22

Media społecznościowe a nauka języka obcego w gimnazjum / Sebastian Mrozek // **Głos Pedagogiczny**. – 2017, nr 2, s. 52-55

Nie warto liczyć lajków / Juliusz Kornaszewski // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 11, s. 14-15

Źródła dobrych treści na Facebooku / Grzegorz Miller // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 10, s. 12-15

Aktywność internautów w mediach społecznościowych / Joanna Jaworska // **Wychowawca**. – 2016, nr 11, s. 7-9

Media społecznościowe w procesie rekrutacji – perspektywa pracodawców i przyszłych pracowników / Beata Hysa, Anna Mularczyk, Iwona Zdonek // **Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa.** – 2016, nr 5, s. 59-70.

Wykorzystywanie seksualne na platformach społecznościowych / Lucia Kurilovska, Stanislav Silulak // **Przegląd Policyjny.** – 2015, nr 4, s. 77-87

Portale społecznościowe / Magdalena Goetz // **Głos Pedagogiczny.** – 2016, nr 79, s. 16-19

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

Dobre praktyki w komunikacji marek w mediach społecznościowych / Marta Brzezińska-Waleszczyk // **Studia Medioznawcze.** – 2015, nr 4, s. 67-79

Profil użytkownika mediów społecznościowych – osobisty newsroom 2.0? / Jacek Nożewski // **Studia Medioznawcze.** – 2015, nr 4, s. 35-49

Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji firmy z klientem / Stanisław Skowron, Radosław Skrzetuski // **Handel Wewnętrzny.** – 2015, R. 61, nr 6, s. 163-172

Wpływ mediów społecznościowych na zachowania konsumentów / Anna J. Parzonko // **Handel Wewnętrzny.** – 2015, R. 61, nr 6, s. 122-131

Kanał YouTube jako przykład wykorzystania mediów społecznościowych w procesie transferu wiedzy do biznesu turystycznego / Sebastian Kopera, Marta Najda-Janoszka, Ewa Wszendybył-Skulska // **Folia Turistica.** – 2014, nr 32, s. 55-72

Użyteczność serwisu społecznościowego Facebook dla detalistów internetowych w Polsce / Bartłomiej Stopczyński // **Handel Wewnętrzny.** – 2015, R. 612, nr 5, s. 313-326

Media społecznościowe w upowszechnianiu informacji statystycznych / Michał Sułkowski // **Wiadomości Statystyczne.** – 2015, R. 60, nr 10, s. 1-16

Facebook zna cię lepiej niż żona / Andrzej Ptak // **Press.** – 2015, nr 12, s. 86-91

Tweet jako odmiana newsa czy nowy (ponowoczesny) gatunek dziennikarski / Marek Palczewski // **Nowe Media**. – 2013, nr 4, s. 31-49

Sposoby komunikacji polskiej i brytyjskiej telewizji publicznej na Facebooku / Katarzyna Tołoczko // **Studia Medioznawcze**. – 2014, nr 4, s. 103-111

Facebook w edukacji / Sylwia Polcyn-Matuszewska // **Remedium**. – 2015, nr 1, s. 22-23

Primetime jest dziś w Youtube / Łukasz Jakóbiak rozm. przepr. Grzegorz Kiszluk // **Brief**. – 2015, nr 2, s. 44-47

Dokąd zmierza Youtube? / Łukasz Skalik rozm. przepr. Dominika Bulska // **Brief**. – 2015, nr 2, s. 42-43

Dziesięć lat z YouTube'em / Dominika Bulska // **Brief**. – 2015, nr 2, s. 40-41

Wizerunek wyćwierkany / Barbara Stawarz // **Marketing w Praktyce**. – 2015, nr 2, s. 65-68

Spółecznościowe porządki / Weronika Wyrzykowska // **Brief**. – 2014, nr 12, s. 34-35

Od kultury 'tylko do odczytu' do kultury kreatywności. YouTube jako medium demokratyzujące przestrzeń współczesnej twórczości audiowizualnej / Marta Majorek // **Zeszyty Prasoznawcze**. – 2013, T. 56, nr 2/4, s. 89-104

Aktywizowanie użytkowników mediów społecznościowych na przykładzie biur podróży / Krzysztof Stepaniuk // **Przegląd Organizacji**. – 2014, nr 7, s. 30-34

Dzieciaki, fejm, porno i hashatagi / Krzysztof Winnik // **Marketing w Praktyce**. – 2014, nr 11, s. 56-58

YouTube, bardzo proszę! / Łukasz Chwyszczuk // **Marketing w Praktyce**. – 2014, nr 11, s. 17-19

YouTube – YouLearn. Nauka przez YouTube? / Anna Michniuk // **E-Mentor**. – 2014, nr 4, s. 37-43

Twitter w siedmiu radach / Małgorzata Bednarek // **Marketing w Praktyce**. – 2014, nr 10, s. 13-15

Facebook dostarcza mierzalne rezultaty biznesowe // **Harvard Business Review. Polska.** – 2014, nr 9, s. 25-26

Tweety na szczycie. Polityka responsywna / Mirosław Lakomy // **Studia Medioznawcze.** – 2014, nr 2, s. 153-165

Dzielenie się hiperłączami na Facebooku. Determinanty otrzymywania informacji zwrotnej / Wojciech Walczak // **Studia Medioznawcze.** – 2014, nr 1, s. 67-80

Facebook – platforma algorytmicznej towarzyskości i technologia siebie / Mateusz Halawa // **Kultura i Społeczeństwo.** – 2013, T. 57, nr 4, s. 117-144

Twarze kryzysu. Uwagi o problemach współczesnego człowieka na podstawie wypowiedzi użytkowników serwisu Facebook / Marek Kaźmierczak // **Przegląd Zachodni.** – 2013, nr 4, s. 201-222

Media społecznościowe w marketingu terytorialnym polskich miast / Stanisław Brzeziński, Marcin Jasiński // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 3, s. 9-17

Czy Facebook przetrwa? / Edwin Bendyk // **Polityka.** – 2014, nr 5, s. 22-25

Kampania wyborcza świętokrzyskich kandydatek i kandydatów do parlamentu 2011 w portalu społecznościowym Facebook.com / Krzysztof Kowalik // **Studia Medioznawcze.** – 2013, nr 4, s. 63-76

Koniec Facebooka / Joanna Apulska // **Wprost.** – 2014, nr 2, s. 60-61

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

Profile partii politycznych na Facebooku w kampanii wyborczej 2011 roku / Janina Fras // **Roczniki Nauk Społecznych.** – 2012, nr 3, s. 55-73

Zarabianie przez ćwierkanie / Ryszard Holzer, Piotr Stasiak // **Newsweek Polska.** – 2013, nr 39, s. 76-78

Social media to konieczność / Magdalena Lemańska // **Rzeczpospolita.** – 2013, nr 222, s. F2

Sieci społecznościowe a rozwój salonu / Nowenn Tual Dequercadec // **Cabines Polska**. – 2013, nr 59, s. 52-55

Era Twittera / Piotr Grabiec // **PC World**. – 2013, nr 8, s. 90-93

From *Vis-à-vis* to *Face(book)-to Face(book)* Interaction. A Study on Friendship Between Young Students / Luca Guizzardi // **Polish Sociological Review**. – 2013, nr 2, s. 165-184

Piękni i towarzyszący / Marcin Kołodziejczyk // **Polityka**. – 2013, nr 27, s. 21-23

Media Społecznościowe a metody personalizacji i rekomendacji treści reklamowych i oferty produktowej / Piotr Tarka // **Marketing i Rynek**. – 2013, nr 6, s. 24-28

Bankowanie na *fan page* / Krzysztof Maciejewski // **Bank**. – 2013, nr 3, s. 114-115

Społecznościowe źródło informacji / Magdalena Grabarczyk-Tokaj // **Brief**. – 2013, nr 6, s. 74-77

Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB / Katarzyna Makaruk // **Dziecko Krzywdzone**. – 2013, Vol. 12, nr 1, s. 69-79

Najfajniejsza praca świata / Marek Rabij // **Newsweek: Polska**. – 2013, nr 20, s. 76-78

Jak to robić w social mediach / Szymon Ślipko // **Marketing w Praktyce**. – 2013, nr 4, s. 38-40

Nakręcić zyski / Adrian Todorczuk // **Press**. – 2013, nr 4, s. 46-47

Wykorzystanie serwisów społecznościowych do budowania wizerunku przedsiębiorstwa oraz komunikacji online w branży browarniczej / Patrycja Andrzejewska // **Marketing w Praktyce**. – 2013, nr 3, s. 37-41

Wielkość Minimalizmu / Aleksandra Prejs // **Brief**. – 2013, nr 3, s. 38-39

Złotówka z mediów społecznościowych / Małgorzata Skorwider // **Marketing w Praktyce**. – 2013, nr 3, s. 15-17

Dzieci i młodzież w sieci / Katarzyna Kaliszewska-Czeremska // **Remedium**. – 2012, nr 7/8, s. 1-2

Korzyści i zagrożenia serwisów społecznościowych / Vira Ivanowa // **Remedium**. – 2012, nr 7/8, s. 6-7

Potencjał social media / Krzysztof Stęplowski // **Rynek Turystyczny**. – 2012, nr 7, s. 32-34

Wykorzystanie Youtube'a jako narzędzia perswazji politycznej w kampanii Baracka Obamy/ Julita Ślusarczyk // **Zeszyty Prasoznawcze**. – 2012, nr 3-4, s. 145-161

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

Rozmowy i uczynki policzone / Jacek Szejda, Jan Zając, Dominik Batorski // **Marketing w Praktyce**. – 2012, nr 3, s. 25-27

Próba identyfikacji wytycznych do praktyk ZZL w organizacjach sieciowych / Magdalena Majowska // **Zarządzanie Zasobami Ludzkimi**. – 2012, nr 1, s. 11-28

Facebook – narzędzie kariery czy platforma rozrywki? Idea i wstępny sprawdzian koncepcji badania / Mirosław Spałek // **Zarządzanie Zasobami Ludzkimi**. – 2012, nr 1, s. 107-116

Kształtowanie marki i wizerunku pracodawcy w wirtualnych sieciach społecznych / Monika Kartowicz-Gdańska // **Zarządzanie Zasobami Ludzkimi**. – 2012, nr 1, s. 63-82

Nowe szaty YouTube / Tomasz Wygnański // **Media i Marketing Polska**. – 2012, nr 2, s. 24-25

Kasa musi się zgadzać / Maciej Florek // **Media i Marketing Polska**. – 2012, nr 2, s. 18-21

Co zrobić, by nas polubili / Maciej Burlikowski // **Media i Marketing Polska**. – 2012, nr 2, s. 12-17

Nina on the Net. A study of politician campaigning on social networking sites / Jakob Svensson // **Central European Journal of Communication**. – 2011, Vol. 4, nr 2, s. 195-208

Wykorzystanie Youtube'a jako narzędzia perswazji politycznej w kampanii Baracka Obamy / Julita Ślusarczyk // **Zeszyty Prasoznawcze**. – 2011, R. 54, nr 3-4, s. 145-161

Facewpadka / Bartosz Janiszewski // **Newseek Polska**. – 2012, nr 4, s. 39-41

Facebookowy zombie lubi to / Michał Górecki // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 12, s. 59-61

Czy algorytmy zabijają demokrację? / Marcin Sikorski // **Rzeczpospolita**. – 2011, nr 275, s. P12

Portale społecznościowe jako narzędzia wpływu politycznego / Karolina Stefanowicz // **Nowe Media**. – 2011, nr 2, s. 55-68

Social strategies that work / Mikołaj Jan Piskorski // **Harvard Business Review**. – 2011, nr 11, s. 117-122

Narcyż w sieci / Miriam Meckel // **Forum**. – 2011, nr 41, s. 31-33

Internet: na dobre i na złe / Steve Coll // **Rzeczpospolita**. – 2011, nr 235, s. P2-P3

Potęga społeczności / David Kirkpatrick // **Forbes**. – 2011, nr 10, s. 58-62

Wojna na szczycie / Paweł Wimmer // **PC Word**. – 2011, nr 10, s. 52-63

Prawo monopolisty / Agata Małkowska-Szozda // **Media & Marketing Polska**. – 2011, nr 7-8, s. 60-63

Jak wycisnąć więcej z Facebooka / Paulina Makuch // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 14-18

Prawda i fałsz na Facebooku / Miłada Jędrzyk // **Gazeta Wyborcza**. – 2011, nr 129, s. 13

Facebook nie śpi / Zbigniew Domaszewicz // **Press**. – 2011, nr 5, s. 75-77

YouTube, ZAiKS i sieroty / Tomasz Gryniewicz // **Press**. – 2011, nr 5, s. 52-54

Facebook dla lojalności – już wkrótce / Paweł Tkaczyk // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 3, s. 89-95

Aplikacje marketingowe na Facebooku / Beata Mordarska // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 3, s. 16-18

Umacnianie więzi / Tomasz Bitner // **Press**. – 2011, nr 3, 2011, s. 15-19 Dodatek pt.: Internet

Nowa religia marketingowa: media społecznościowe / Łukasz Adamus // **Hotelarz**. – 2011, nr 2 (577), s. 40-41

Facebook – napompowany balon / Przemysław Pająk // **Przekrój**. – 2011, nr 7, s. 37

Oczywisty pomysł, na który nikt nie wpadł / Michał Jabłoński // **Brief**. – 2011, nr 2, s. 44-45

Facebookowa potęga marketingu / Sylwia Czubkowska // **Dziennik Gazeta Prawna**. – 2011, nr 24, s. A5

Facebook – czarny czy biały? / Robert Wróbel // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 2, s. 22-24

Zakręcony regulamin / Bartłomiej Brzoskowski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 2, s. 25-28

Koniec świata – zbanowali! / Anna Robotyka // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 2, s. 29-31

Wrażliwe obszary / Justyna Dzieduszycka-Jędrach // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 2, s. 32-34

Planuj i przewiduj / Michał Mizera // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 2, s. 35-39

Wolność kontrolowana / Łukasz Dębski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 2, s. 40-42

Gruba ryba na Facebooku / Rafał Kostrzyński // **Przekrój**. – 2011, nr 4, s. 26-27

Mniejsza Nasza-Klasa / Sylv // **Dziennik Gazeta Prawna**. – 2011, nr 16, s. A4

YouTube podzieli się wpływami z artystami / Magdalena Lemańska // **Rzeczpospolita**. – 2011, nr 16, s. B8

10. urodziny Wikipedii / Paweł Jochym rozm. przepr. Marcin Banasik // **Dziennik Polski**. – 2011, nr 11, s. A6

Czas na rehabilitację Wikipedii / Andrzej Zawistowski // **Rzeczpospolita**. – 2011, nr 9, s. A15

Król encyklopedii / Monika Rębała // **Newsweek Polska**. – 2011, nr 2, s. 36-38

Encyklopedyści and Wisły / Dariusz Koźlanko, Jerzy Danilewicz // **Newsweek Polska**. – 2011, nr 2, s. 39-42

Czy Internet jest wiarygodny? / Piotr Bratkowski, Paweł Górecki // **Newsweek Polska**. – 2011, nr 2, s. 43

Serwisy społecznościowe jako przestrzeń reklamowa – istota, narzędzia, pomiar skuteczności / Mirosław Moroz // **Nauka i Gospodarka**. – 2010, nr 3, s. 35-43

Yahoo!, eBay, MySpace – jak spadają gwiazdy / Piotr Karnaszewski // **Forbes**. – 2010, nr 12, s. 56-58

Ranking miast w social mediach / Piotr Ślusarki // **Press**. – 2010, nr 11, s. 72-74

Obserwacja wpływu funkcjonalności serwisów społecznościowych na interakcje społeczne z perspektywy analizy sieciowej / Anita Zbieg, Błażej Żak // **Nowe Media**. – 2010, nr 1, s. 123-140

Przeprowadzka do sieci / Piotr Bratkowski // **Newseek Polska**. – 2010, nr 42, s. 54-56

Ciemne sprawy ojca Facebook / Jerzy Łabuda // **Newseek Polska**. – 2010, nr 42, s. 51-56

Cezar sieci / Andrew Clark // **Forum**. – 2010, nr 41, s. 48-57

Czy tego chcesz, czy nie, spotkamy się w sieci / Magdalena Żuk // **Kancelaria**. – 2010, nr 7-8, s. 28-29

Nasza-klasa od drugiej strony/ Michał Danielewicz // **Kultura Popularna**. – 2010, nr 1 (27), s. 83-89

Robert. Facebook i polityka / Michał Danielewicz // **Kultura Popularna**. – 2010, nr 1 (27), s. 68-70

Była sobie Nasza Klasa / Małgorzata Minta // **Wprost**. – 2010, nr 28, s. 76-77

Wikipedia – socjologiczny reportaż z miejsca zdarzeń / Michał Danielewicz // **Studia Socjologiczne**. – 2010, nr 2 (197), s. 127-156

To już nie jest Nasza-Klasa / Tomasz Grynkiwicz // **Gazeta Wyborcza**. – 2010, nr 147, s. 1

Kto nam zagląda przez ramię? / Piotr Kościelniak // **Rzeczpospolita**. – 2010, nr 141, s. P12-P13

Książę Dupek / Bartek Chaciński // **Polityka**. – 2010, nr 25, s. 84-85

Dojenie na fejsie / Adam Grzeszak // **Polityka**. – 2010, nr 25, s. 43-45

Wirusowe aplikacje do zarabiania / Michał Mizera // **Marketing w Praktyce**. – 2010, nr 6 (147), s. 58-60

Jak dobrać się do kapitału społecznościowego / Albert Hupa, Marcin Krzosek // **Marketing w Praktyce**. – 2010, nr 6 (147), s. 46-48

Połączył Internet / Grzegorz Kisson // **Marketing w Praktyce**. – 2010, nr 6 (147), s. 44-45

Marka, która będzie wszędzie / Iwona Wyrzykowska, Magdalena Sadowska // **Marketing w Praktyce**. – 2010, nr 6 (147), s. 42-43

Facebook? To lubię / Przemysław Pająk // **Newsweek**. – 2010, nr 21, s. 70-71

Pięć lat, miliard filmów dziennie / Patrick Barkham // **Forum**. – 2010, nr 19 (2333), s. 34-37

Dwie twarze Facebooka / Beata Drewnowska, Piotr Mazurkiewicz // **Rzeczpospolita**. – 2010, nr 111 (z dn. 14.05) s. B12-B13

Mikrokomunikacja miast / Joanna Gajewska // **Brief**. – 2010, nr 5 (127), s. 70-71

Czy jesteś uzależniony / Mirosław Stańczyk // **Przekrój**. – 2010, nr 18, s. 12

Chorzy na Facebook / Marlena Mistrza, Jerzy Ziemacki // **Przekrój**. – 2010, nr 18, s. 8-11

Społeczeństwo informacyjne – w świetle badań w Polsce i Francji / Barbara Borowska // **Edukacja Ustawiczna Dorosłych**. – 2009, nr 4, s. 87-100

Nowe cyfrowe Ja / Piotr Stasiak // **Polityka**. – 2010, nr 16 (2752), s. 32-37

Magia portali dla specjalistów / Agnieszka Bartosiewicz-Ksobiak // **Prokreacja**. – 2010, nr 4 (28), s. 26-28

Globalna Tuba Internetu / Rafał Stanowski // **Dziennik Polski**. – 2010, nr 48, s. C7

Uwaga ! Kradną tożsamość / Michał Stępień // **PC World**. – 2010, nr 2, s. 16-20

Facebóg w sześć dni / Igor Miecik // **Newsweek Polska**. – 2010, nr 7, s. 30-32

Chińska Republika Ludowa wobec społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy / Michał Penkala // **Przyszłość. Świat – Europa – Polska**. – 2009, nr 2, s. 62-96

Cała klasa na Facebooku / Tomasz Wiaderek // **Media & Marketing Polska**. – 2010, nr 1/2, s. 14

Społeczności internetowe // dodatek do **Media & Marketing Polska**. – 2009, nr 21, s. 42-44

Społeczności internetowe w życiu szkoły / Sebastian Wasiołka // **Edukacja i Dialog**. – 2009, nr 5, s. 54-57

Nasza klasa rozwija ofertę badawczą / TWI // **Media & Marketing Polska**. – 2009, nr 43, s. 6

Facebook wreszcie zyskowna // **Media & Marketing Polska**. – 2009, nr 38, s. 26

Facebook kontra nasza-klasa.pl / Wojciech Wowra // **PC World**. – 2009, nr 11, s. 99-101

Nowości i płatne funkcje w nasza-klasa.pl / Krystian Grzenkiewicz, Dawid Długosz // **PC World**. – 2009, nr 11, s. 96-98

Społeczności internetowe w życiu szkoły / Sebastian Wasiołka // **Edukacja i Dialog**. – 2009, nr 5, s. 54-57

Społeczności sieciowe i nasza-klasa.pl / Marta Klimowicz // **Kultura Popularna**. – 2008, nr 1, s. 83-94

Społeczność stratyfikowana czyli co dalej z naszą-klasą / Maciej Popowicz rozm. przepr. Krzysztof Maciejewski // **Biznes Trendy**. – 2008, nr 3, s. 28-31

Stuku-puku na fejsbuku / Joanna Nojszewska // **Wprost**. – 2009, nr 16, s. 82-84

Nasza klasa / Daneil Lyons // **Newsweek Polska**. – 2008, nr 43, s. 70

Przyszłość organizacji i nauk o organizacji i zarządzaniu w sieciowym społeczeństwie / Ewa Małyk-Musiał // **Współczesne Zarządzanie**. – 2007, nr 1, s. 108-119

Internet jako źródło postaw prospołecznych / Joanna P. Bierówka // **Studia Socjologiczne**. – 2007, nr 3, s. 15-36

Ulotne swobody informacyjne społeczeństwa informacyjnego / Włodzimierz Gogołek // **Studia Medioznawcze**. – 2007, nr 4, s. 11-22

Rzeczywistość wirtualna – rola mediów w pośredniczeniu doświadczania rzeczywistości w społeczeństwie masowym i ponowoczesnym / Dorota Inglik-Dziąg // **Studia Medioznawcze**. – 2007, nr 4, s. 23-39

Nowa rola informacji w społeczeństwie informacyjnym / Jan Macias // **Przegląd Organizacji**. – 2008, nr 2, s. 9-12

Czas wyzwań i szans / Yochai Benkler; tł. Rafał Próchniak // **Kultura Popularna**. – 2008, nr 1, s. 15-34 Fragment książki „Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność”

Po pierwsze – nie przeszkadzać / Tomasz Kulisiewicz // **Przegląd Organizacji**. – 2006, nr 10, s. 3-6

Nierówności i niedostatki społeczeństwa informacyjnego / Marian Golka // **Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny**. – 2006, R. 68, z. 3, s. 17-29

Manipulacja a demokratyzacja w społeczeństwie informacyjnym / Marian Golka // **Przegląd Zachodni**. – 2006, R. 62, nr 4, s. 25-42

Bardzo prosta historia / Marcin Nawrot, Waldemar Kedaj // **Nowe Państwo**. – 2007, nr 2, s. 73-75

Niedoskonałości procesu komunikowania i wykorzystania informacji ekologicznej a zanieczyszczenia przestrzeni informacyjnej w warunkach społeczeństwa informacyjnego / Agnieszka Becla // **Ekonomia i Środowisko**. – 2005, nr 1, s. 99-114

Dwie kultury informowania – dwie wersje depersonalizacji przez informowanie / Janusz Goćkowski, Katarzyna M. Machowska // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 321-343

Informacja – prawda – społeczeństwo: próba uporządkowania problematyki / Marcin Koszowy // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 65-76

Osobowa podmiotowość i wspólnota a społeczeństwo informacyjne / Kazimierz Krajewski // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 50-62

Wolność jednostki w społeczeństwie informacyjnym / Krzysztof Murawski // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 135-142

Człowiek na smyczy: manipulacje osobą ludzką w społeczeństwie informacyjnym / Maciej Iłowiecki // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 117-134

Spółeczeństwo informacji społeczeństwem spotkania osób? / Marek Jędraszewski // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 143-162

Od świata wirtualnego do świata osób : społeczeństwo informacyjne a wyzwania i zagrożenia dla uczestnictwa / Paweł Kawalec // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 163-183

Aksjologiczny fundament społeczeństwa informacyjnego / Agnieszka Lekka-Kowalik, Rafał Lizut // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 255-268

Spółeczeństwo informacyjne: zagrożenie dla integralności osoby? / Janusz Nagórny // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 364-377

Rodzina w społeczeństwie informacyjnym: integracja czy dezintegracja? / Piotr T. Nowakowski // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 378-392

Osoba ludzka ogniskową społeczeństwa informacyjnego / Tadeusz Zasępa // **Ethos**. – 2005, R. 18, nr 1/2, s. 426-437

Czym jest społeczeństwo informacyjne? / Marian Golka // **Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny**. – 2005, R. 67, z. 4, s. 253-265