

Spis treści

Wprowadzenie 5

Agnieszka Kampka

Społeczne uwarunkowania alfabetyzacji wizualnej 7

Anna Kiryjow-Radzka

Instagram w budowaniu marki i wizerunku uczelni 23

Franciszek Kampka

Obraz rektora. Zmiana społeczna - zmiana wyobrażeń 37

Katarzyna Kurowska, Wioletta Ernst

Fotografia jako element kreowania wizerunku biblioteki - profil społecznościowy Biblioteki Głównej Politechniki Opolskiej 53

and.

LuiZa MałczakBurek

Wizualne mechanizmy wykorzystywane w obszarze komunikacji internetowej
employer branding na przykładzie firm IT działających na polskim rynku 65

Małgorzata Górecka

#instamatki: Instagram a rzeczywistość, czyli jak młode matki kreują swoje macierzyństwo w sieci i w jaki sposób
wpływają na swoich odbiorców 83

Agnieszka Siarkiewicz

Sondaże wyborcze jako narzędzie politycznego public relations na przykładzie analizy tweetów w kampanii
prezydenckiej 2015 roku na polskojęzycznym Twitterze 91

Jakub Szczepkowski

Kreowanie wizerunku miast w mediach społecznościowych. Analiza porównawcza na przykładzie Bydgoszczy i
Torunia 103

Kinga Rogowska

Marvel Studios i jego audytorium, czyli promocja marki na przykładzie
Avengers: Infinity War. Analiza multimodalna dyskursu marketingowego 115