

Tartalom

1. Részvétel, domesztikáció, kisajátítás	7
2. Képalapú közösségi média	16
2.1. Az Instagram affordanciái	16
2.2. Felhasználók és használati módok	18
2.3. Az Instagram vizuális kultúrája	22
3. Helyek termelése	26
3.1. Tér, társadalom és hálózati média	30
3.2. Identitás a lokatív hálózati médiában	36
3.3. Az Instagram mint lokatív közösségi média	43
3.4. Az Instagram mint kutatási eszköz és adatbázis	55
3.5. Instagram és turizmus(marketing)	57
4. Instant irodalom	62
4.1. Online irodalom	62
4.2. Amatőr irodalomkritika az online térben	67
4.3. Instagram-naplók	72
4.4. Instant líra	81
5. Instagram-újságírás	105
5.1. Kommunikációs és médiatrendek	105
5.2. Változatok az újságírássra	112
5.3. Átalakuló szakma, változó szerepek	118

5.4. Újságírás a közösségi médiában	123
5.5. Újságírók a közösségi médiában	131
5.6. Az újságírói történetmesélés új alakzatai	137
5.7. A közszolgálat a közösségi médiában	140
5.8. Tagesschau – közszolgálat a digitális médiában	145
5.9. A tagesschau az Instagramon	150
 6. Irodalomjegyzék	 161
 Abstract	 171