

Spis treści

| | |
|--|-----|
| Wstęp | 7 |
| Rozdział 1. Dziennikarstwo w nowych mediach | 15 |
| 1.1. Tygodniki opinii a rozwój mediów internetowych | 15 |
| 1.2. Dziennikarstwo internetowe i obywatelskie | 26 |
| 1.3. Internetowe gatunki dziennikarskie | 37 |
| 1.4. Blog jako forma dziennikarska | 43 |
| Rozdział 2. Platformy blogowe ogólnopolskich tygodników opinii | 55 |
| 2.1. Powstanie i rozwój blogów | 55 |
| 2.2. Struktura blogów | 64 |
| 2.3. Narzędzia i funkcjonalności blogów | 74 |
| 2.4. Model komunikowania na blogach | 80 |
| Rozdział 3. Bloger jako nadawca | 89 |
| 3.1. Blogerzy ogólnopolskich tygodników opinii | 89 |
| 3.2. Teksty-matki – forma, objętość, częstotliwość | 100 |
| 3.3. Wpisy na blogu wobec innych gatunków | 111 |
| 3.4. Problematyka wpisów | 124 |
| Rozdział 4. Czytelnik jako komentator | 133 |
| 4.1. Aktywny odbiorca | 133 |
| 4.2. Teksty-opinie – format, objętość, częstotliwość | 140 |
| 4.3. Komentarz na blogu wobec innych gatunków | 150 |
| 4.4. Modalność komentarzy | 160 |

| | |
|---|-----|
| Rozdział 5. Blog jako autorska gazeta | 169 |
| 5.1. Funkcje blogosfery ogólnopolskich tygodników opinii. | 169 |
| 5.2. Endo- i egzotekstowy aspekt blogowania | 177 |
| 5.3. Blogi – między informacją a publicystyką | 183 |
| 5.4. Blogi a marketing medialny | 191 |
| Zakończenie | 201 |
| Aneks I. | 209 |
| Aneks II | 217 |
| Bibliografia. | 221 |
| Spis ilustracji | 245 |
| Spis tabel | 247 |
| Spis wykresów | 249 |