

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. Blogger 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