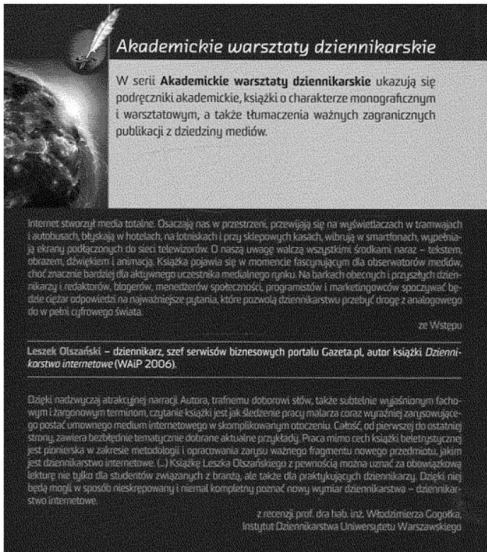


Media i dziennikarstwo internetowe

Leszek Olszański

Spis treści



Wstęp 7

Rozdział 1

Rzut oka wstecz 9

- 1.1. Pierwsze kroki 9
- 1.2. Polska dołącza do stawki 11
- 1.3. Czas portali 17
- 1.4. Weblogi, od ekskrybionizmu do dziennikarstwa 26
- 1.5. Dziennikarstwo społeczne i społecznościowe 39

Rozdział 2

Wielkie słowa mediów internetowych 47

- 2.1. B – jak biznes 47
- 2.2. D – jak dziennikarstwo 63
- 2.3. J – jak jakość. A raczej problemy z nią 76
- 2.4. Z – jak zasięg 88
- 2.5. S – jak sieci społecznościowe 98
- 2.6. C – jak curation 104
- 2.7. M – jak urządzenia przenośne 108

Rozdział 3

Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego 121

- 3.1. Tekst w sieci 125
- 3.2. News gorący – wstępna wersja artykułu 128
- 3.3. News agencyjny – wersja pośrednia 129
- 3.4. News prasowy – wersja ostateczna 130
- 3.5. Raport big picture 134
- 3.6. Relacja na żywo 141

Rozdział 4

Artykuł drukowany a artykuł internetowy – podobieństwa i różnice 163

- 4.1. Specyfika tytułów – od tekstu do superstreszczenia 163
- 4.2. Optymalna objętość tekstu 175
- 4.3. Odniesienia czasowe 177
- 4.4. Piramida informacyjna w prasie i w internecie 179
- 4.5. Fotografia i infografika 185

Rozdział 5

Interaktywne i społecznościowe formy dziennikarskie 191

- 5.1. Budowanie społeczności online 196
 - 5.1.1. Pierwsze kroki 199
 - 5.1.2. Rozwój i dojrzałość 204
 - 5.1.3. Dojrzała społeczność a dziennikarze 207
 - 5.1.4. Dojrzałość i pielęgnacja internetowej społeczności 211
- 5.2. Blogi 214
- 5.3. Twitter i Facebook – media społecznościowe 226
- 5.4. Sieci społecznościowe a etyka 255
- 5.5. Formy bazodanowe i infograficzne 266
- 5.6. Artykuły multimedialne 292
 - 5.6.1. Digital storytelling 295
 - 5.6.2. Kiedy korzystać z raportu multimedialnego 296
 - 5.6.3. Budowa raportu multimedialnego 299
 - 5.6.4. Technologia 305
 - 5.6.5. Perspektywy multimedialnych gatunków dziennikarskich 307

Posłowie 311

Bibliografia 313

Indeks 317