

Wstęp

Rozdział 1. Rzut oka wstecz

- 1.1. Pierwsze kroki
- 1.2. Polska dołącza do stawki
- 1.3. Czas portali
- 1.4. Weblogi, od ekskrybicjonizmu do dziennikarstwa
- 1.5. Dziennikarstwo społeczne i społecznościowe

Rozdział 2. Wielkie słowa mediów internetowych

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

Rozdział 3. Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego

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

Rozdział 4. Artykuł drukowany a artykuł internetowy – podobieństwa i różnice

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

Rozdział 5. Interaktywne i społecznościowe formy dziennikarskie

- 5.1. Budowanie społeczności online
 - 5.1.1. Pierwsze kroki
 - 5.1.2. Rozwój i dojrzałość
 - 5.1.3. Społeczność a dziennikarze
 - 5.1.4. Dojrzałość i pielęgnacja internetowej społeczności
- 5.2. Blogi
- 5.3. Twitter i Facebook – media społecznościowe
- 5.4. Sieci społecznościowe a etyka
- 5.5. Formy bazodanowe i infograficzne
- 5.6. Artykuły multimedialne
 - 5.6.1. *Digital storytelling*
 - 5.6.2. Kiedy korzystać z raportu multimedialnego
 - 5.6.3. Budowa raportu multimedialnego
 - 5.6.4. Technologia
 - 5.6.5. Perspektywy multimedialnych gatunków dziennikarskich

Postłowie

Bibliografia

Indeks