

Spis treści

Wstęp	5
--------------------	---

Rozdział 1

Definiowanie propagandy politycznej	25
1.1. Wprowadzenie do propagandy. Definicje i podejścia	25
1.2. Rodzaje propagandy (najważniejsze klasyfikacje i typologie)	42
1.3. Nadawcy i odbiorcy propagandy politycznej	49
1.4. Funkcje propagandy	54
1.5. Propaganda wśród innych sposobów oddziaływania na opinie, postawy i zachowania	57
1.6. Mediatyzacja propagandy. Propaganda współcześnie	67

Rozdział 2

Definiowanie Web 2.0	78
2.1. Krótka (i polityczna) historia internetu	78
2.2. Media nowe i nowsze – problemy definicyjne	87
2.3. Web 2.0: filozofia i architektura uczestnictwa	102
2.4. Web 2.0: nowy społeczny porządek?	115
2.5. Komunikowanie polityczne 2.0 – zarys problematyki	123

Rozdział 3

Badanie propagandy politycznej w internecie	133
3.1. Badanie propagandy	133
3.2. Badania internetu	142
3.3. Założenia metodologiczne	156

Rozdział 4

Identyfikacja i charakterystyka komunikacyjnych sytuacji propagandowych na podstawie analizy zawartości witryn internetowych

.....	185
4.1. Ilościowa analiza zawartości witryn internetowych o nacechowaniu propagandowym	185
4.2. Jakościowa analiza zawartości witryn internetowych o nacechowaniu propagandowym – <i>case studies</i>	221
4.3. Podsumowanie. Dalsze perspektywy badawcze	231

Rozdział 5

Charakterystyka dyskursu propagandowego w internecie na podstawie analizy gęstości i analizy porównawczej słów

kluczowych oraz analizy kontekstowej wyrażen	235
5.1. Analiza dyskursu propagandowego w internecie na podstawie badania gęstości słów kluczowych	235
5.2. Analiza dyskursu propagandowego w internecie na podstawie badania gęstości słów kluczowych o nacechowaniu propagandowym	240
5.3. Analiza dyskursu propagandowego w internecie na podstawie badania wyrażen (słów kluczowych w kontekście)	247
5.4. Podsumowanie	301

Zakończenie	305
-------------------	-----

Bibliografia	311
--------------------	-----

Spis schematów i tabel	343
------------------------------	-----