

Internet jako nowoczesne medium propagandy politycznej.

Wstęp.....6

Rozdział 1

Internet – nowy instrument środków masowego przekazu.....8

- 1.1. Historia powstania Internetu
- 1.2. Charakterystyka Internetu
- 1.3. Internet w liczbach
- 1.4. Komunikacja polityczna a Internet

Rozdział 2

Wykorzystanie internetu w marketingu politycznym.....29

- 2.1. Marketing polityczny – zagadnienia wstępne
- 2.2. Reklama a public relations
- 2.3. Możliwość reklamy internetowej
 - 2.3.1. Strona WWW
 - 2.3.2. Systemy wyszukiwawcze i katalogi tematyczne
 - 2.3.3. Bannery i przyciski reklamowe
 - 2.3.4. Techniki multimedialne
 - 2.3.5. Przesyłki reklamowe (Direct e-mail)
 - 2.3.6. Grupy dyskusyjne
 - 2.3.7. Listy dyskusyjne
 - 2.3.8. Listy dystrybucyjne

Rozdział 3

Analiza wykorzystania internetu na polskiej scenie politycznej.....53

- 3.1. Założenia metodologiczne badań
 - 3.1.1. Przedmiot i cel badań
 - 3.1.2. Problem badawczy i hipotezy
 - 3.1.3. Opis badań
- 3.2. Internet jako źródło informacji
- 3.3. Internet jako narzędzie oddziaływania
 - 3.3.1. Grupy dyskusyjne
 - 3.3.2. Czat
 - 3.3.3. E-mail i listy dystrybucyjne

Podsumowanie63

Bibliografia

Załączniki.....69