

Kształtowanie wizerunku medialnego Antoniego Macierewicza na podstawie analizy dwóch tygodników opiniotwórczych

Wstęp.

Rozdział I

Wizerunek w ujęciu teoretycznym

1.1 Definiowanie pojęcia wizerunku

1.2 Proces budowania i kreowania wizerunku

1.3 Wykorzystanie technik i metod public relations w polityce

1.4 Negatywna propaganda w public relations

Rozdział II

Założenia metodologiczne

2.1 Charakterystyka materiału badawczego

2.2 Problematyka pracy

2.3 Analiza zawartości

2.4 Klucz kategorizacyjny jako środek badawczy

2.5 Opis próby badawczej

2.6 Pytanie podstawowe i hipotezy poboczne

Rozdział III

Analiza wyników

3.1 Cechy Antoniego Macierewicza w świetle metody badawczej

3.1.1 Pozytywne

3.1.2 Negatywne

3.2 Główne konteksty i tematy w których opisywana jest postać Antoniego Macierewicza

3.3 Wypowiedzi osób trzecich o Antonim Macierewiczu

3.3.1 Pozytywne

3.3.2 Negatywne

3.4 Podsumowanie

Zakończenie.

Bibliografia

Opis zawartości pracy

Praca składa się ze wstępu, trzech rozdziałów, podsumowania, zakończenia, bibliografii oraz aneksu.

W pierwszym rozdziale postawnowiono zająć się problemem wyjaśnienia pojęcia wizerunku i podjąć próbę jego definicji, która okazała się być ciężkim wyzwaniem.

Drugi rozdział poświęcono na badania metodologicznie, wyjaśnienie strony badawczej pisanej przeze mnie pracy, postawienie pytań i hipotez a także charakterystykę materiału badawczego.

Trzeci rozdział poświęcono na analizę wyników mojej pracy badawczej oraz wysnuwanie wniosków z zebranych przeze mnie danych.