

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Komunikowanie polityczne jako praktyka i nauka – podstawowe pojęcia, perspektywy badawcze	15
1.1. Polityka i jej aspekty	15
1.2. Komunikowanie/komunikacja	17
1.3. Komunikowanie polityczne	19
1.4. Systematyka obszarów teoretyczno-badawczych	23
1.5. Społeczeństwo medialne jako analityczne pojęcie przewodnie – mediatyzacja polityki	31
Pytania kontrolne	35
Literatura uzupełniająca	35
Rozdział 2	
Aktorzy i instytucje komunikowania politycznego	37
2.1. Cechy normatywne aktorów	37
2.2. Podział aktorów według kryterium organizacji	40
2.3. Podział aktorów według kryterium stosunku do interesów	40
2.4. Aktorzy w systemie intermediarnym	45
2.5. Media jako aktor w systemie intermediarnym	47
2.6. Perspektywa personalistyczno-aktorska w badaniach komunikowania politycznego	50
Pytania kontrolne	54
Literatura uzupełniająca	55
Rozdział 3	
Struktury polityki i mediów	57
3.1. Modele kierowania politycznego	57
3.2. Kultura polityczna	61
3.3. Media i komunikowanie masowe	63

3.4. Zawartość mediów	67
3.5. Publiczność medialna i jej współczesne wymiary	70
3.6. Koncepcja demokracji i polityki 2.0	73
Pytania kontrolne	75
Literatura uzupełniająca	75

Rozdział 4

Opinia publiczna jako przestrzeń komunikowania politycznego	77
4.1. Definiowanie opinii publicznej	77
4.2. Funkcje i modele opinii publicznej	80
4.3. Formowanie się i cechy opinii publicznej	84
4.4. Europejska opinia publiczna	88
4.5. Opinia publiczna w Internecie	91
Pytania kontrolne	95
Literatura uzupełniająca	95

Rozdział 5

Dziennikarstwo polityczne	97
5.1. Rodzaje (politycznej) oferty medialnej	98
5.2. <i>Infotainment</i> w (politycznej) ofercie medialnej	100
5.3. Dziennikarstwo polityczne w perspektywie teoretycznej	104
5.4. Funkcje i zadania dziennikarstwa politycznego	110
5.5. Praktyczne aspekty dziennikarstwa politycznego	116
Pytania kontrolne	120
Literatura uzupełniająca	120

Rozdział 6

Polityczny management komunikacyjny	123
6.1. Inscenizacja polityki	124
6.2. Komunikacja skandalizacyjna	128
6.3. Koncepcja polityki jako rozrywki	131
6.4. Komunikacja kampanijna	135
6.5. Strategie komunikacyjno-polityczne	139
Pytania kontrolne	142
Literatura uzupełniająca	142

Rozdział 7

Polityczne public relations	145
7.1. Public relations jako forma komunikowania publicznego	145
7.2. Cechy i właściwości politycznych PR	151
7.3. Instrumenty politycznych PR	155
7.4. Odgraniczenie politycznych PR od innych form komunikowania politycznego	159
Pytania kontrolne	165
Literatura uzupełniająca	165

Rozdział 8

Komunikowanie polityczne w kampaniach wyborczych	167
8.1. Funkcje wyborów	167
8.2. Ewolucja kampanii wyborczych	169
8.3. Cechy komunikacji w kampaniach wyborczych	173
8.4. Badania kampanii wyborczych	179
Pytania kontrolne	183
Literatura uzupełniająca	183

Rozdział 9

Polityka medialna i komunikacyjna	185
9.1. Podstawy i cele polityki medialnej	186
9.2. Definiowanie polityki medialnej	189
9.3. Aktorzy polityki i regulacji medialnej	201
9.4. Problem wolności mediów	208
Pytania kontrolne	211
Literatura uzupełniająca	212

Rozdział 10

Komunikowanie polityczne w przestrzeni lokalnej	213
10.1. Społeczności lokalne i ich komunikacja	214
10.2. Media lokalne jako aktor komunikowania politycznego	221
10.3. Definiowanie lokalnego komunikowania politycznego	227
10.4. Lokalna opinia publiczna	231
10.5. Polityka komunikacyjna samorządu terytorialnego	234
Pytania kontrolne	236
Literatura uzupełniająca	236

Zakończenie	239
--------------------	-----

Bibliografia	243
---------------------	-----

Spis schematów	251
-----------------------	-----

Spis tabel	253
-------------------	-----

Summary	255
----------------	-----