

Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1	
Komunikowanie polityczne	15
ROZDZIAŁ 2	
Strategie komunikowania politycznego	32
2.1. Polityczne strategie komunikacyjne — podstawowe pojęcia	32
2.2. Typologia politycznych strategii komunikacyjnych	43
ROZDZIAŁ 3	
Polityczne strategie propagandowe	62
3.1. Wczesne strategie propagandowe w komunikowaniu politycznym	62
3.2. Nowoczesne strategie propagandy politycznej	70
3.3. Polityczne strategie propagandowe — teoretyczne założenia koncepcji oddziaływania propagandowego	79
ROZDZIAŁ 4	
Geneza i rozwój koncepcji politycznego komunikowania marketingowego	111
4.1. Polityczne kampanie premodernizacyjne — w poszukiwaniu efektywnej formuły komunikowania rynkowego	111
4.2. Kampanie polityczne ery telewizyjnej	126
4.3. Modernizacja/amerykanizacja kampanii politycznych w Europie	133
ROZDZIAŁ 5	
Charakter przeobrażeń strategii komunikowania politycznego	143

ROZDZIAŁ 6

Polityczne kampanie komunikacyjne w ujęciu marketingowym. . .	157
6.1. Egzogenne czynniki warunkujące przebieg kampanii politycznych. . .	161
6.1.1. Odbiorcy komunikowania politycznego jako podmiot rynkowy . . .	163
6.1.2. Środki masowego przekazu a polityczne komunikowanie marke- tingowe	172
6.2. Endogenne czynniki warunkujące przebieg kampanii politycznych . .	189
6.3. Etapy politycznej kampanii komunikacyjnej w ujęciu marketingowym .	199

ROZDZIAŁ 7

Strategie politycznych kampanii komunikacyjnych zorientowanych marketingowo	224
--	-----

ROZDZIAŁ 8

Badania rynku politycznego – informacyjne podstawy strategii ko- munikacyjnych	241
8.1. Segmentacja rynku politycznego	262

ROZDZIAŁ 9

Kreowanie i pozycjonowanie oferty politycznej.	268
9.1. Długookresowe rynkowe strategie komunikacyjne	268
9.1.1. Proces pozycjonowania indywidualnego i mieszanego – długo- okresowe rynkowe strategie indywidualne	272
9.1.2. Długookresowe rynkowe strategie komunikacyjne zbiorowych aktorów politycznych	300

ROZDZIAŁ 10

Strategie komunikacyjne w kampaniach politycznych – strategie krótkookresowe (limitowane czasowo)	322
10.1. Tradycyjne (bezpośrednie) strategie komunikacyjne w kampaniach politycznych	329
10.2. Polityczne strategie komunikacyjne zorientowane na media masowe .	336
10.2.1. Strategia komunikacyjna w mediach płatnych – polityczna strategia reklamowa	340
10.2.2. Medialne strategie komunikacyjne w czasie nieodpłatnym . . .	362

ROZDZIAŁ 11

Perspektywy rozwoju koncepcji strategicznego komunikowania politycz- nego	375
Bibliografia	387
Indeks osobowy	403
Summary	409
Zusammenfassung	411