

SPIS TREŚCI

Wstęp	6
Część I: Komunikowanie polityczne w ujęciu teoretycznym	13
<i>Bogusława Dobek-Ostrowska</i>	
Miejsce i rola mediów masowych w systemach demokratycznych	14
<i>Max Kaase</i>	
System demokratyczny i mediatyzacja polityki	41
<i>Hans Mathias Kepplinger</i>	
W kierunku systemowej teorii komunikowania politycznego	77
<i>Dorota Piontek</i>	
Imagistyka społeczna czyli marketing polityczny	100
Część II: Praktyka komunikowania politycznego	125
Analiza przypadków	
<i>John Parrish-Sprowl</i>	
Komunikowanie polityczne w Stanach Zjednoczonych perswazja na arenie publicznej	126
<i>Barbara Baerns</i>	
Jakość oraz przemiany jakościowe w dziedzinie public relations w Niemczech	150
<i>Philippe J. Maarek</i>	
Błędy komunikacyjne w kampanii Lionela Jospina	160
<i>Francesco Amoretti</i>	
Silvio Berlusconi. Od kampanii typu prezydenckiego do prezydenckiego rządu	171
<i>José Carlos Losada, Rocío Zamora</i>	
Partia polityczna jako instytucja komunikacyjna. Diagnoza sytuacji na hiszpańskiej scenie politycznej w kontekście odnowy PSOE	199
<i>Paolo Mancini</i>	
Informacje parlamentarne w prasie włoskiej	221
Część III: Komunikowanie polityczne na poziomie lokalnym	239
<i>Jordi Pérez Llavador</i>	
Komunikowanie polityczne w wymiarze gminy: lokalne i nielocalne	240
<i>Marzena Cichosz</i>	
Bitwa o twierdzę Wrocław – rzecz o wyborach samorządowych we Wrocławiu w 2002 roku	259
Informacje o autorach	285