

CUPRINS

| | |
|-----------------------------|----------|
| CUVÂNT ÎNAINTE | 9 |
|-----------------------------|----------|

CAPITOLUL I

PUTEREA POLITICĂ. CONȚINUT, TRĂSĂTURI ȘI FUNCȚII13

| | |
|---|----|
| I.1. Politic, politică și putere politică | 13 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| I.2. Trăsăturile și funcțiile puterii politice..... | 20 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| I.3. Sistemul politic și comunicarea..... | 22 |
|---|----|

CAPITOLUL II

TEORII ȘI CONCEPȚII DESPRE COMUNICAREA POLITICĂ.....29

| | |
|--|----|
| II.1. Noțiuni și termeni de bază privind comunicarea | 29 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| II.2. Comunicarea politică: definiții, concepte și controverse teoretice | 37 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| II.3. Comunicarea politică – un domeniu interdisciplinar..... | 50 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| II. 4. Abordarea integrală și dimensiunile comunicării..... | 56 |
|---|----|

| | |
|--|-----------|
| <i>II.4.1. Dimensiunea pragmatică.....</i> | <i>60</i> |
|--|-----------|

| | |
|--|-----------|
| <i>II.4.2. Dimensiunea simbolică.</i> | <i>62</i> |
|--|-----------|

| | |
|---|-----------|
| <i>II.4.3. Dimensiunea structurală.....</i> | <i>65</i> |
|---|-----------|

| | |
|--|----|
| II.5. Factori ai comunicării politice..... | 71 |
|--|----|

CAPITOLUL III

SPAȚIUL PUBLIC ȘI MEDIATIZAREA COMUNICĂRII

| | |
|-----------------------|-----------|
| POLITICE | 73 |
|-----------------------|-----------|

CAPITOLUL IV.

| | |
|---|-----------|
| CAMPANIA DE COMUNICARE | 84 |
| IV.1. Regulile de bază ale comunicării politice | 88 |
| IV.2. Campanii după meniu (sau <i>a la carte</i>)..... | 97 |
| IV.3. Identificarea publicului țintă..... | 101 |
| IV. 6. Construirea și gestionarea imaginii..... | 115 |
| IV.6. Pregătirea temelor de campanie (agenda politică)..... | 132 |

CAPITOLUL V

| | |
|--|------------|
| COORDONATE STRATEGICE ALE CAMPANIEI DE COMUNICARE..... | 135 |
| V.1. Strategia și analiza..... | 135 |
| V.2. Planificarea campaniei (sau cronologia)..... | 137 |
| V.3. Lansarea campaniei | 141 |
| V.4. Ritmul campaniei | 142 |
| V.5. Planificarea media (Media planning) | 143 |
| V.6. Percepția mass-media..... | 150 |
| V.7. Discursul politic..... | 153 |
| V.8. Sloganul..... | 162 |
| V.9. Analiza și sinteza informației..... | 165 |
| V.9.1. <i>Serviciul de monitorizare mass-media.....</i> | <i>167</i> |
| V.9.2. <i>Serviciul de analizare și filtrare a informației.</i> | <i>169</i> |
| V.9.3. <i>Serviciul de monitorizare și producție a sondajelor de opinie.....</i> | <i>173</i> |
| V.9.4. <i>Serviciul de monitorizare și comunicare cu liderii de opinie.....</i> | <i>177</i> |
| V.9.5. <i>Serviciul de analiză strategică și politică.....</i> | <i>180</i> |
| V.9.6. <i>Serviciul de coordonare.....</i> | <i>182</i> |

| | |
|--|------------|
| CAPITOLUL VI | |
| CAMPANIILE ELECTORALE PREZIDENȚIALE DIN ROMÂNIA | 183 |
| | |
| CAPITOLUL VII | |
| COMUNICAREA ÎN EXERCITIUL PUTERII | 193 |
| VII.1. Comunicarea directă | 193 |
| VII.2. Comunicarea prezidențială..... | 193 |
| VII.3. Comunicarea guvernamentală | 195 |
| VII.4. Comunicarea politică locală | 196 |
| VII.5. Comunicarea politică internațională | 197 |
| VII.6. Comunicarea de partid | 198 |
| | |
| ÎNCHEIERE | 201 |
| | |
| BIBLIOGRAFIE GENERALĂ | 209 |