

CUPRINS

INTRODUCERE	1
SFERA PUBLICĂ ȘI SPECTACOLUL POLITIC.....	5
I. Sfera publică: origine și dezvoltare.....	5
I.1. Public vs. Privat.....	5
I.2. Habermas și sfera publică burgheză.....	7
I.3. Critici aduse teoriei habermasiene.....	11
I.4. Sfera publică în secolul XXI.....	15
I.5. Opinie publică și comunicare politică.....	22
II. Spectacolul politic.....	31
IMAGINEA POLITICĂ.....	39
III. Publicul și imaginea politică.....	39
III.1. Definirea conceptului de imagine.....	39
III.2. Controversa stimul - agent al percepției.....	44
III.3. Proiecția imaginii sau echilibrul perceptiv.....	45
III.4. Imaginea ca tranzacție între stimul și agentul perceperii.....	54
III.5. Procesul de formare al imaginii.....	56
IV. Imaginea candidaților și comportamentul electoral.....	57
IV.1. Conținutul imaginii candidatului.....	57
IV.2. Imaginea candidatului și actul de votare.....	63
IV.3. Complexități ale tranzacțiilor de imagine.....	69
PR-UL POLITIC	72
V. PR și imagine politică.....	72
VI. Practici electorale moderne și consecințele lor.....	85
VI.1. Practici electorale moderne.....	85
VI.2. Modernizare și inovații electorale.....	92
VI.3. Consecințele modelelor de campanie.....	96
ANALIZA IMAGINII POLITICE	100
VII. Cum analizăm imaginea politică?.....	100
VII.1. Analiza imaginii politice.....	100

VII.2. Rolul Q-sort în cercetarea imaginii	113
VII.3. Analiza limbajului în cercetarea imaginii	126
VIII. Câștigători și pierzători. Publicul și imaginea candidaților politici	131
VIII.1. Efectele felicitărilor și condoleanțelor.....	131
VIII.2. Interpretarea eronată a publicului	137
CONCLUZII.....	150
BIBLIOGRAFIE.....	152