

Spis treści

<i>Ewa Pietrzyk-Zieniewicz</i> – Wstęp	7
<i>Ewa Pietrzyk-Zieniewicz</i> – Perswazja – język mediów	
– ryzyko demagogii	11
Nowomowa w demokracji	11
Demokracja a język mediów	20
Zaburzenia procesu komunikacji społecznej	25
Populizm jako konsekwencja zaburzeń dialogu	27
Populizm jako spektakl medialny	30
<i>Andżelika Wardęga</i> – Polskie kampanie wyborcze	
– seryjność i powtórzenia	33
Kryteria klasyfikacji	34
Powtarzalność i seryjność w audycjach wyborczych	38
Filmy wyborcze – bohaterowie, wątki, motywy	46
Filmy wyborcze – wykorzystanie konwencji teledysku	56
Filmy wyborcze – rola intertekstu	64
<i>Anna Skrzypek</i> – Kampania polityczna jako spektakl	
wyborczy	76
Teatralizacja polityki	76
Potrzeba reżyserii	78
Szef sztabu wyborczego jako reżyser	81
Polityczna poprawność – niezbywalny element	
scenariusza	88
Rekwizyty – teczka polityka	91
Rytuał – niezbywalność teczki	94
<i>Olgięrd Annusewicz</i> – Marketing polityczny – pytania	
i kontrowersje. Główne zagadnienia podejmowane	
w angielskiej i amerykańskiej literaturze przedmiotu	98
Geneza i definicje	99
Kamienie milowe	104
Marketing a marketing polityczny	116