

|| CUPRINS

INTRODUCERE.....	5
CAPITOLUL I	
SPAȚIUL PUBLIC – LOC DE MANIFESTARE A ACȚIUNII POLITICE.....	7
CAPITOLUL II	
OPINIA PUBLICĂ.....	17
II.1. Opinia publică – mentalitate, comportament.....	17
II.2. Valori, atitudini, opinii.....	25
II.3. Opinii și comportamente: convergențe și divergențe.....	33
II.4. Curente de opinie.....	35
II.5. Funcțiile opiniei publice.....	39
II.6. Manipularea.....	43
II.6.1. <i>Clasificarea manipulărilor</i>	49
II.7. Dezinformarea.....	52
II.8. Propaganda.....	53

CAPITOLUL III

METODE ȘI TEHNICI DE CERCETARE

A OPINIEI PUBLICE	59
III.1. Etapele cercetării sociologice.....	59
III.2. Interviu.....	63
III.3. Sondaj.....	69
III.3.1. <i>Etape tehnice și tipuri de sondaj</i>	72
III.4. Chestionarul.....	82

CAPITOLUL IV

COMUNICAREA POLITICĂ ÎN SPAȚIUL MEDIATIC... 95

IV.1. Comunicarea politică – specific și dimensiuni.....	95
IV.2. Rolul mass-media și impactul asupra partidelor politice... 102	
IV.3. Funcțiile mass-media în sistemul politic.....	119
IV.3.1. <i>Supravegherea</i>	120
IV.3.2. <i>Interpretarea</i>	122
IV.3.3. <i>Socializarea</i>	123
IV.3.4. <i>Manipularea</i>	126
IV.4. Efecte ale comunicării politice în spațiul mediatic actual.....	127
IV.5. Modalități de adaptare a limbajului politic cerințelor comunicării de masă.....	136
IV.6. Retrospectiva alegerilor din România.....	139
BIBLIOGRAFIE	145