

Patrick Lecomte

**COMUNICARE
TELEVISIONE
DEMOCRAZIE**

**media
comunicare**

t...
TRITONIC

CUPRINS

Introducere	7
Capitolul I – COMUNICARE ȘI LEGĂTURĂ SOCIALĂ	13
I – Obiectele comunicării: codarea realității	15
<i>Studiu de caz: Armele de comunicare în războiul din Golf</i>	20
II – Mecanismele comunicării: dinamica interacțiunii	22
III – Semnele comunicării: de la semnul indicial la reprezentarea simbolică	29
Capitolul II – COMUNICARE ȘI CONEXIUNE MEDIATICĂ	33
I – Un mod de comunicare original: imagine și imaginar	34
O relație mediatizată	34
O adresare și o audiență universale	37
Un mesaj din imagini	38
II – Un proces de socializare paradoxal: deschidere și refugiu	44
III – Un sincretism cultural universal: amestec și reciclare	47
Capitolul III – COMUNICARE ȘI REPREZENTARE POLITICĂ	53
I – Politica-spectacol: limitele genului	54
<i>Studiu de caz: Televiziunea în campanie</i>	58
II – Duelul televizual: dezbatere de idei și joc de roluri	69

<i>Studiu de caz: Mitterrand/Chirac sau Președinte/ Prim ministru?</i>	71
Confruntarea tematică	71
Bătălia adresării	73
III – Discursul mediatic: de la retorica de mobilizare la estetica seducției	76
IV – Agora catodică: restructurarea spațiului public și instituționalizarea comunicării politice	82
<i>Studiu de caz: O nouă diviziune a muncii politice la nivel municipal</i>	84
V – Legitimare mediatică: cucerirea opiniei	89
<i>Studiu de caz: Sistemul Noir</i>	90
VI – Scenografia puterii: guvernământul simbolic ...	95
Concluzie	108
Bibliografie	111

CARTEA PRIN POȘTĂ

Pentru cărțile comandate, editura suportă costurile de transport prin poștă. În plus:

- pentru 2 cărți se acordă o reducere de 10%
- de la 3 cărți în sus se acordă o reducere de 15%.

Pentru a obține oricare din aceste cărți, trimiteți comanda dumneavoastră pe adresa: **Editura TRITONIC, C.P. 3-12 BUCUREȘTI**, prin fax: **021.242.54.09**, la tel.: **0788.360.391** sau prin e-mail la: **tritonice@fx.ro; editura@tritonice.ro**.