

Содержание

<i>Предисловие научного редактора</i>	7
<i>Предисловие автора</i>	9
<i>Введение</i>	10
<i>Как использовать эту книгу</i>	35
Эстетизация	37
Установка новостной повестки дня	40
Американизация / профессионализация	44
Аудитории	51
Аутентичность	55
Брэнд/брендинг	59
Широкое/целевое (узконаправленное) вещание	64
Кампании/проведение кампаний	68
Цивилизованное/гражданское общество	77
Консюмеризм / консюмеризация	82
Цинизм	88
Падение лояльности избирателей	92
Упрощение [политики]	96
Интернет-представительство / Интернет-политика	100
Электоральный профессионализм	104
Эмоционализация	108
Фрейминг	113
Глобализация	119
Господствующая модель	123
Идеология	127
Имидж	131
Информационное субсидирование	134
Инфотейнмент (разыгрывание новости)	137
Легитимность/легитимизация	141
Производство согласия	147

Медиацентрированная демократия	153
Медиа-эффекты	158
Медиатизация	163
Сообщение/сообщения	170
Негатив	177
Управление новостями	183
Новостные ценности	188
Оформление политики	193
Перманентное проведение избирательных кампаний	200
Политическая реклама	206
Политический маркетинг	212
Популярная культура	221
Популизм	225
Пропаганда	228
Псевдособытия	232
Пиар-демократия	236
Общественная сфера	243
Представительство	250
Риторика	257
Сегментация	261
Саундбайт/ культура саундбайтов	265
Отношения «источник-репортер»	269
Пиар/специалист по пиару (пиарщик)	273
Технологический детерминизм	278
Терроризм	280
Теория использования и удовлетворения	283
Виртуальная политика/виртуальные сообщества	288
<i>Литература</i>	296