

## <<政治传播学引论>>

### 图书基本信息

书名：<<政治传播学引论>>

13位ISBN编号：9787501171507

10位ISBN编号：7501171505

出版时间：2005-8

出版时间：新华出版

作者：布赖恩·麦克奈尔

页数：218

字数：235000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<政治传播学引论>>

### 内容概要

当代意义最为重着的革命不是经济革命或是政治革命，而是一场在被统治者中制造同意的艺术的革命——在新一代掌权者的政治生活中，劝服已然成为一门自觉的艺术与大众政府的常规器官。

（沃尔特·李普曼语） 如果有一个组织斗胆闯入当代政治领域，却缺乏对媒介动作的深入理解以及对公共关系机器如何将这种理解转化为政治优势的认识，那么勇气可嘉之余，失败似乎命中注定。如今所有的政治行动者，从总统到首相到工会领袖甚至恐怖分子，都已经意识到这种深入的理解与认识是他们涉足政治讨论与政府决策的先决条件。

政治行动不再是由一群理智、富有且受过教育的精英分子发起，并由他们的集体意愿决定。广大群众可以通过他们手中的选票做出决定，并且以公共舆论影响政治过程，而公共舆论可以被构建、制造和引导，为那些有兴趣这样做的人们所操纵。

大众传媒在政治进程中扮演日渐重要的角色，这对于民主政治而言，是祸是福？

《政治传播学引论》批判性地探讨了英国、美国以及其他当代社会中政治、媒体与民主政治的关系。布赖恩·麦克奈尔在这本通俗易懂的教材中考察了政治家、工人、压力集团与恐怖组织如何利用媒体，还考察了政治媒体与它们的影响，政治广告、政治市场营销和政治公关的作用，以及各层次机构组织的传播实践。

<<政治传播学引论>>

作者简介

布赖恩·麦克奈尔，英国斯特林大学电影与传媒研究系的高级老师。  
他是《英国新闻与新闻业》《开放性、改革与苏联媒体》以及《敌人的形象》的作者。

<<政治传播学引论>>

书籍目录

总序序言第二版序第一部分 中介时代的政治 第一章 传媒时代的政治 本书的范围 结论  
第二章 政治、民主和媒体 自由民主理论 公共舆论和公共领域 媒体和民主进程 民主  
和媒体：一个批判性分析 第三章 政治传播的效果 政治效果研究在方法论上的困难 政治传  
播有效吗？  
微观效果 电视广告的效果 政治传播与民主进程 竞选花费的攀升 政治商业化 政治  
与后现代 结论 第四章 政治媒体 媒介环境 广播电视环境 民主与媒体 关于媒体  
一些批评 媒体与霸权主义 政治与媒介生产 媒体对于新闻素材的渴求 新闻职业 第五  
章 作为政治行为者的媒体 定义政治事实 报纸 报纸的公开声音 作为评论家的记者  
专栏 特稿 游吟客 广播电视 专家 结论第二部分 传播政治 第六章 政党政  
治传播 1：广告 第七章 政党政治传播 2：政治公关 第八章 压力集团政治与宣传的氧气 第九  
章 国际政治传播 第十章 结论：表演政治与民主进程

<<政治传播学引论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>