

<<领导干部如何应对大众传媒>>

图书基本信息

书名：<<领导干部如何应对大众传媒>>

13位ISBN编号：9787503540707

10位ISBN编号：7503540702

出版时间：2008-12

出版时间：中共中央党校出版社

作者：李民，李宏 等著

页数：364

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>

## <<领导干部如何应对大众传媒>>

### 前言

著述本书的初衷由一次在特殊情况下的出国前后的所闻所见引发。

它使我深深感受到传媒在当今时代的重要作用。

那是在2005年10月，接到11月将随团出访法国巴黎的通知，心里很高兴。

正在办手续时，一次次传来巴黎骚乱的消息，我们心中难免疑惑能否出行？

何时出访？

后经外事部门谨慎运作后，如期赴巴黎。

在古老而现代的巴黎，一切井然有序，我们全然没有感到行前所闻媒体渲染的那种骚乱的恐怖气氛。

在巴黎的半个月期间，又从当地的各种媒体传来了我国松花江流域严重被油污染的消息。

我们的心都悬了起来，急切地关注事态发展的报道。

回国后，感到并不是像欧洲媒体报道的那样。

由此，我们深切地体会到传媒在当代社会的重要和微妙作用。

传媒，特别是大众传媒对执政党形象的影响作用太大了，也太至关重要了。

传媒可以客观公允、可以夸张，能够美化、也能够丑化其传播的对象。

大众传媒向不同方面渲染、影响的范围幅度和力度就更大。

因为，任何一个人，都不可能对任何事物亲历亲为。

既然不能，人们对这类事物的认识和判定基本上依据传媒。

就是说，传媒很大程度上决定着人们对某一事物的看法。

毫无疑问，执政党与大众传媒的关系是一个我们进入信息时代、网络社会亟待研究和解决的重要课题。

从事党建教学与科研多年，深感在我们已经步入信息时代网络社会的今天，把政治、政党政治，特别是把执政党与大众传媒结合起来研究很薄弱。

这却又是我们党必须面对和亟待解决的重要课题，舍此，后果难以设想。

## <<领导干部如何应对大众传媒>>

### 内容概要

本书具有强烈的时代气息，内容新颖，论述深入浅出。

文章从无处不在的传媒开始，把传媒的形态演变、特点、含义和大众传媒权力呈现在大家面前；介绍了政党、政党政治在现代社会中的作用，如政党推动社会利益实现的形式，政党政治推动社会利益实现的途径，并从大众传媒、政党政治之间的互动关系论述了执政党与大众传媒的不解之缘；说明了当今世界几种传媒政策下的大众传媒与政党政治；面对政治的新特征，解释了政治传媒化对政党政治的影响，政党政治的出路及网络政治中的政党政治发展图景和网络政治中党的执政能力的建设；归纳出了网络政治中的政治参与、政治民主、政治文化、政治权力，指出网络党建是提升党的执政能力建设的时代选择；论述了传媒国际化的内涵、实质、特点、发展、推进因素、理论争端，传媒国际化对政党政治的挑战及中国共产党应对传媒国际化的原则和策略；总结了执政党处理和大众传媒关系的经验教训，提出了中国共产党妥善处理与大众传媒关系的思路。

## <<领导干部如何应对大众传媒>>

### 作者简介

李民 中共中央党校党建部教授、博士生导师，国际战略研究中心研究员。  
兼任中国管理科学研究院教授，香港大学荣誉研究员。

在国家级及省部级报刊发表学术论文、调研报告一百七十余篇。  
有些论文多次被各种刊物转载及被收入《毛泽东与中国革命和建设》、《人民世纪的丰碑》、《建国50周年论文集》、《中国改革发展文库》、《中国改革开放的理论和实践》、《21世纪中国社会发展战略研究文集》等不同论文集。

个人学术专著：

博士论文专著《中国共产党干部队伍建设论》、国家九五社科重大课题学术专著《跨世纪干部队伍建设概论》、国家九五重点课题成果《邓小平的干部观》等三部专著分获三项全国奖。  
国家九五社科重大课题《跨世纪领导干部教育与培养》成果一十集干部教育系列片《世纪重任》总撰稿，该系列片获中央党校科研优秀奖。

撰写、主编、译著、参与撰稿《领导干部的素质》、《中国领导科学文库》、《儒学与现代化——中、日、韩儒学比较》、《毛泽东建党思想研究》、《中国20世纪通鉴》、《政治与传媒》等20余部著作。

## <<领导干部如何应对大众传媒>>

### 书籍目录

序第一章 无处不在的传媒 第一节 大众传媒的概念与含义 一 传播和媒介的概念 二 大众传媒的含义 第二节 大众传媒的形态演变 一 大众传媒的发展历程 二 大众传媒的特点 三 大众传媒对社会全方位的渗透 第三节 大众传媒的权力生成 一 大众传媒在社会实践中的重要性 二 大众传媒的属性 三 大众传媒权力及其特点第二章 政党与大众传媒的不解之缘 第一节 政党、政党政治在现代社会中的作用 一 政党、政党政治的普遍性 二 政党是推动社会利益实现的主要组织途径 三 政党、政党政治的特点及其发展趋势 第二节 传媒发展对政党政治构成的挑战和机遇 一 政党与大众传媒的关系演变 二 大众传媒、政党政治之间的互动 三 政党、政党政治的特点及其趋势第三章 大众传媒与政党政治关系的嬗变 第一节 大众传媒与政党政治的关系 一 大众传媒与政党政治的产生与发展 二 大众传媒与政党政治运作及政党行为模式的变迁 第二节 几种典型传媒政策下的大众传媒与政党政治 一 政党管大众传媒体制中的大众传媒与政党政治 二 政府、议会以及法律约束下的大众传媒与政党政治 三 社会动员型传媒政策下的大众传媒与政党政治 四 自由放任型传媒管理体制下的大众传媒与政党政治 第三节 政党政治大众传媒化的态势 一 政党政治传媒化、传媒意识形态化的含义与表现 二 政党政治大众传媒化是现代政治发展的新趋势 三 大众传媒意识形态化是政党政治发展的必然结果 四 政党政治传媒化与大众传媒意识形态化的交织发展 第四节 网络政治的发展对政党政治的冲击 一 网络政治在当代世界的发展及其对政治发展的影响 二 网络政治发展背景下的政党政治 第五节 大众传媒国际化对政党政治的挑战 一 大众传媒的国际化发展是大众传媒拓展市场的结果 二 大众传媒国际化使政党政治逐渐超出一国的界限 三 大众传媒国际化对政党自主权以及政党生存的巨大影响 四 大众传媒国际化使现代政党政治面临挑战第四章 政治传媒化对政党政治的冲击第五章 网络政治中的政党政治发展图景第六章 传媒国际化对政党政治的影响第七章 社会转型期执政党面对大众传媒的路径选择参考文献

## <<领导干部如何应对大众传媒>>

### 章节摘录

第一章 无处不在的传媒第一节 大众传媒的概念与含义传播是一种古老现象。

从人类产生以后就一直存在。

它由人的社会属性所决定。

一、传播和媒介的概念传播，即信息的生成及传递过程。

信息作为传递的客体可以是消息、信号，也可以是能量、物质。

在信息理论和信息科学中，人类生理反应、机械运动中的力电的传递等物理信息和生物信息也称为信息。

我们通常所说的传播是指社会信息的传递，是社会信息借助传播媒介在传播者和受众之间所发生的一系列关系，是“由传播关系组成的动态的有结构的信息传递过程”。

按照传播过程中中介的不同，传播大概可以划分为四个基本类型：自我传播、人际传播、组织传播和大众传播。

通常所说的大众传播(Mass communication)，是指承担某一特定精神内容的符号系统，通过语言、文字、电子等媒介向不定量的大众产生影响的过程。

在大众传媒中，传播者成了某种组织，是通讯社、电视台、报社等，传播渠道是大规模的以先进技术为基础的分发设备和分发系统，是各种各样的媒介。

传播的信息是可以复制的符号。

任何传播的进行都离不开媒介。

## <<领导干部如何应对大众传媒>>

### 编辑推荐

《领导干部如何应对大众传媒》由中共中央党校出版社出版。

<<领导干部如何应对大众传媒>>

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>