

<<控制沟通>>

图书基本信息

书名：<<控制沟通>>

13位ISBN编号：9787208073739

10位ISBN编号：7208073732

出版时间：2007-10

出版时间：上海人民出版社

作者：沈国麟

页数：237

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>

<<控制沟通>>

内容概要

《控制沟通：美国政府的媒体宣传》以“国家—社会”和“结构—行为”为分析框架，分析美国政府的媒体宣传行为是如何去利用媒体影响和控制社会、追求和维护政府的权威性和合法性，以成功达到其对内、对外政策的政治目的、媒体是现代社会重要的沟通方式和渠道，控制媒体就等于控制社会。

沈国麟博士从理论探索、结构考察、行为考察和制度考察这四个方面探讨了美国政府的宣传行为在整个宏观政治结构中所呈现出的态势和受到的制约，从政治沟通机制的角度研究了美国政府的媒体宣传行为对美国民主政治的影响。

<<控制沟通>>

作者简介

沈国麟，1978年2月生于上海。
现任教于复旦大学新闻学院。
1996年起就读于复旦大学新闻学院，先后获文学学士和硕士学位。
2003年9月开始攻读媒介管理学博士，主要研究方向为美国政治传播、国际传播和媒介管理等，师从秦绍德、孙哲和张国良等教授，2006年10月获文学博士学位。

书籍目录

序导论第1部分 理论探索第1章 国家与社会：美国政府媒体宣传的理论视角第1节 美国政府媒体宣传：概念的界定1.不同语境中的“宣传”2.美国政府媒体宣传的历史变迁第2节 国内外研究的现状第3节 研究美国政府媒体宣传的理论视角1.国家与社会：本书的理论框架2.国家与社会关系在美国的发展和变化3.追求合法性：美国政府媒体宣传的动因4.媒体：当代社会的信息沟通渠道第4节 美国政府媒体宣传行为的研究范式和研究方法第5节 评析：“国家—社会”与美国新闻制度第2部分 结构考察第2章 美国政府媒体宣传的结构第1节 美国政府宣传结构形成原因1.政府结构的扩张2.公共关系行业的出现和成熟3.媒体对美国政治的影响4.冷战的影响第2节 美国政府宣传结构的历史发展和结构考察1.白宫机构2.内阁3.独立机构第3节 评析：沟通还是宣传?美国民主的两难第3章 美国媒体的结构第1节 媒体的所有制结构1.私有媒体2.公共媒体第2节 媒体的意识形态1.主流意识形态2.国家利益3.媒体的政治倾向第3节 美国媒体的新闻专业主义1.客观性2.公正第4节 评析：商业媒体的政治路线第3部分 行为考察第4章 形象政治：美国总统的媒体宣传第5章 美国政府公共政策的宣传第6章 危机中的媒体宣传第7章 战争中的媒体宣传第8章 美国政府的对外媒体宣传第4部分 制度考察第9章 为与不为：美国政府媒体宣传的界限第10章 媒体宣传与民主政治结语参考文献后记

<<控制沟通>>

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>