

《政治传播简明原理》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2015年01月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787565709333

内容简介

本书主要从政治传播活动的基本结构、政治传播主体、政治传播内容、政治传播中介、政治传播客体、政治传播效应、政治传播形态几方面来研究探讨人类信仰的发生、发展的基本机制和规律。对人类社会各种信仰领域和信仰现象以及人们对信仰的认识、思考、总结、概括进行科学的抽象、一般性的研究。本成果是国内学术界对于信仰理论研究的重大突破，既有重大的“学科”建设拓新拓展意义，又有理论观点的学术创新意义。

作者简介

荆学民，男，1959年生，毕业于南开大学哲学系。哲学博士。中国传媒大学政治传播研究所所长、教授、博士生导师；中国传媒大学“优秀创新团队”学术带头人；国家社科基金重大项目《中国特色政治传播理论与策略体系研究》首席专家。近年来先后主持并完成多个国家社科基金项目、教育部社科研究专项、北京市社科研究规划项目、中广协社科研究项目。先后在人民出版社、中国社会科学出版社、北京大学出版社、中国传媒大学出版社等出版学术著作多部；2008年转型致力于政治传播的研究，主编“中国政治传播研究丛书”、《当代中国政治传播研究巡检》，出版专著《政治传播活动论》。在《中国社会科学》、《求是》、《哲学研究》、《光明日报》、《文艺研究》、《马克思主义研究》、《现代传播》、《江海学刊》、《天津社会科学》等权威刊物共发表学术论文140多篇。

目录

前言

第一章 政治传播活动的基本结构

第一节 从三个维度认识政治

第二节 从社会的深度理解传播

第三节 从政治与传播视界融合理解政治传播

第四节 区别几种涉及政治传播的学科

第五节 把政治传播作为一种活动来研究

第二章 政治传播主体

第一节 人是政治传播活动中的主体

第二节 政治传播主体形态

第三节 政治传播活动中的主体意识

第四节 国家与政府作为政治传播主体

第五节 政党作为政治传播主体

第六节 社会共同体作为政治传播主体 前言第一章 政治传播活动的基本结构
第一节 从三个维度认识政治 第二节 从社会的深度理解传播 第三节
从政治与传播视界融合理解政治传播 第四节 区别几种涉及政治传播的学科
第五节 把政治传播作为一种活动来研究 第二章 政治传播主体 第一节
人是政治传播活动中的主体 第二节 政治传播主体形态 第三节
政治传播活动中的主体意识 第四节 国家与政府作为政治传播主体 第五节
政党作为政治传播主体 第六节 社会共同体作为政治传播主体 第七节
个人作为政治传播主体第三章 政治传播内容 第一节 解读政治信息 第二节
作为一种政治信息的意识形态 第三节 作为政治信息的政治价值 第四节
作为政治信息的政治文明第四章 政治传播中介 第一节 中介、媒介、媒体
第二节 作为基础性中介的政治组织 第三节 作为核心性中介的大众媒介
第四节 作为外表性中介的政治话语 第五章 政治传播客体 第一节
客体、对象、受众 第二节 政治传播客体的内与外 第三节
作为客体的精英与群氓 第四节 作为客体的臣民、市民与公民 第六章
政治传播效应 第一节 对传播学效果论研究的检讨 第二节
政治传播效应(一)：推进政治民主 第三节 政治传播效应(二)：形成公共舆论
第四节 政治传播效应(三)：构建政治合法性 第七章 政治传播形态 第一节
政治宣传 第二节 政治沟通 第三节 政治营销 第四节
三大形态的逻辑关系和理论比较 第五节 三大形态的实践过程 参考文献

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)