สารบัญ

บทที่ 1 กำเนิดและพัฒนาการของการสื่อสารและการตลาดด้านการเมืองในสหรัฐอเมริกา 1
บทที่ 2 การสื่อสารการเมืองในยุคที่ต้องผ่านตัวกลาง 21
บทที่ 3 การเมืองแบบประชาธิปไตยกับสื่อ 39
บทที่ 4 ผลของการสื่อสารทางการเมือง 55
บทที่ 5 สื่อการเมือง 79
บทที่ 6 สื่อในฐานะผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง 107
บทที่ 7 การโฆษณาทางการเมืองของพรรค 123
บทที่ 8 การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองของพรรค 145
บทที่ 9 การสื่อสารการเมืองของกลุ่มอิทธิพล 165
บทที่ 10 การสื่อสารทางการเมืองระหว่างประเทศ 181
บทที่ 11 สรุป : การเมืองการแสดงและกระบวนการประชาธิปไตย 207
บรรณานุกรม 211
ประวัติผู้เขียน 213

สำหรับเพื่อการศึกษาและการอ้างอิงเท่านั้น
For educational use and reference only