

傳播書刊介紹

書名：《公關政治學：當代媒體與政治操作的理論、實踐與批判》

作者：倪炎元

出版社：商周出版

出版日期：2009年3月



許多人都以為，公關是一個耍嘴皮的工作、或者是飲酒的工作，如果與政治結合在一起，那就是更黑暗的一份工作了。因此，在多數人的心目中，政治與公關的結合，就成為了腐敗、政治人物抨擊對手、愚弄百姓、國家之間利益之爭的代名詞。

但究竟公關是如何介入政治？政治公關的目的及受眾，包括使用甚麼手段、伎倆，或者使用甚麼戰略，從選戰中勝出，讓議案可以通過？許多問題都可以從《公關政治學：當代媒體與政治操作的理論、實踐與批判》中發掘。當普羅大眾可以看透政治公關的手段、目的，才可以更清楚地認識服務於百姓的政黨，投出自己神聖的一票。

此書的作者為《中國時報》的總主筆倪炎元先生，憑藉其個人豐富的經歷，他以國外的案例作討論依據，向讀者介紹從他的視覺剖析「公關作為一種實踐如何介入政治的世界」，辨別「幻象政治與實質的分野」。大體來說，該書的內容可劃分為：政治人物的外在、內在包裝；傳播信息的修辭、組織、包裝；公關活動的操作，包括民調解讀、議題操作、危機公關等方面。

而隨著近期互聯網的蓬勃發展，公關政治也已經從物理的廣場辯論、議會討論，轉

移到了虛擬的互聯網平台。政治人物、政黨已不一定透過傳統媒體發佈資訊，而可以採用自己搭建的政治資訊傳播平台——例如博客（blog）、政黨網站等傳遞自己的信息。書中援引曾經擔任前美國總統克林頓主要選舉策士莫里斯的預測，「網絡終將取代電視在政治傳播上的主導地位」。

而書中也介紹了另外一種的公關政治手法——民調，這是專業從事政治公關的人士不可或缺的工具之一。除了最基本的直接認為操縱，民調的提問方式、提問時間、調查人群選擇，到最後的撰寫報告所選用的詞藻、媒體操作，也會直接影響到最終市民對民調結果的看法，及對相關事件的表態。

此書的價值，最重要的是透過簡單清晰的案例，讓非政治工作者，也可以清晰地辨識政治所用的公關工具，耐心分辨政策的實質，分清楚甚麼是政治、甚麼是表演，再三思考後再投出自己手中寶貴的一票。而對於公關從業者，更需要堅持李普曼的信條，即「公眾應該知道真相」。

[-] 韓冰
偉達公眾關係顧問有限公司顧問