

政治のパラダイムシフト

～政治マーケティングの役割と民主主義～

A Paradigm Shift in Politics: The Role of Political Marketing and Democracy

近年、選挙はますます「メディア選挙」化しています。しかし、さらに詳しく眺めると、メディアの役割が増大し政治広告が多用されるといった現象以上に、世論調査やフォーカスグループなどによる情報収集、戦略立案、ブランド構築、有権者層のターゲティングといったマーケティング技法の政治過程への浸透が見られます。政治マーケティング論は、こうした現実を背景に発達した、マーケティング論・心理学・政治学の学際的な研究領域です。

講演者のブルース・ニューマン教授は米国における政治マーケティング論の第一人者で、学術誌『Journal of Political Marketing』の初代編集長も務めています。講演では政治マーケティングの理論と実践についてわかりやすく解説するとともに、政治マーケティングが民主主義にもたらす功罪についても議論します。さらに、今年の米大統領選挙戦に対しても政治マーケティング論の視点から考察を加えます。

講演者



ブルース・ニューマン博士
米国デューポール大学教授
『Journal of Political Marketing』誌編集長

Bruce I. Newman, Ph.D.
Professor of Marketing
Wicklander Fellow of Bus. Ethics
DePaul University
Editor-in-Chief *Journal of Political Marketing*

日時

2012年7月28日(土)
15:00～16:30

会場

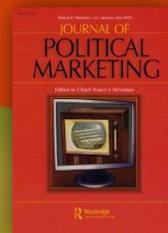
明治大学駿河台キャンパス
リバティタワー1123教室

言語

英語（日本語逐次通訳あり）

講演企画者

竹下 俊郎
明治大学政治経済学部 教授



Journal of Political Marketing