

<<宣传>>

图书基本信息

书名：<<宣传>>

13位ISBN编号：9787500091110

10位ISBN编号：7500091117

出版时间：2013-1

出版时间：中国大百科全书出版社

作者：刘海龙

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>

## <<宣传>>

### 内容概要

本书是宣传概念的历史，也是宣传观念的历史。

为了回答什么是宣传、它为什么会存在、大众为什么会容忍宣传等问题，本书追溯了第一次世界大战中宣传概念的产生、美国20世纪初宣传与民主的争论、俄国革命的宣传观念、第二次世界大战中的宣传观念、二十世纪后期的新宣传等宣传观念发展的重要环节，并以此为背景，重点研究了中国宣传观念的产生、国民党及共产党宣传观念的建立、知识分子与宣传、1949年之后中国宣传观念的变迁等问题。

本书以理性中立的笔调，详细描述了二十世纪以来各种宣传观念和话语的交锋，展示了一幅国家与个人、控制与自由、思想与身体等观念相互冲突的全景图像。

本书提出的问题值得每个深受宣传影响的中国人思考。

<<宣传>>

作者简介

传播学博士，美国宾夕法尼亚大学安纳堡传播学院方向学者，中国人民大学新闻学院副教授，中国人民大学新闻传播研究所副主任。

研究方向为政治传播和传播思想史。

著有《大丛传播理论：范式与流派》、《现代媒体总论》（合著）。

## &lt;&lt;宣传&gt;&gt;

## 书籍目录

丛书总序（戴元光）序（郭庆光）导言：宣传话语及其正当化过程 宣传观念的变迁 宣传观念与宣传话语 谁在说话：宣传话语的构成 宣传的正当性问题 宣传研究是否也会沦为宣传？

结构与主要内容 第一章宣传：暧昧而重要的概念 “宣传” 概念的产生 “宣传” 概念的旅行 宣传的要素 宣传的层次 第二章非理性人的发现：宣传观念的兴起 总体战与现代宣传的诞生 “我发布真相，他宣传谎言” 宣传恐慌及反思 非理性人的发现 制造同意 “紧张的自由主义者” 与宣传 第三章宣传与民主 从Propaganda到Publicity 制造现实与设计同意 公众真正的问题 保护和教育公众 宣传分析学会与反宣传教育 宣传与民主的共存 第四章宣传与革命 宣传与职业革命组织 理论研究、宣传和鼓动 报纸是集体的组织者 一体化宣传系统的建立 宣传观念的变革与苏联解体 反思苏联的宣传观念与体制 第五章唤醒国民：中国宣传观念的产生 基督教与中国近代宣传观念的产生 改良运动与暧昧的宣传观念 国民革命与苏俄宣传观念的引进 党治国家与宣传系统 宣传、组织和受众 第六章知识分子与宣传：中国现代宣传观念的分化 杜威与进步主义宣传观的输入 思想统一与“知难行易”的内在联系 文艺与宣传的歧途 宣传与做戏 矛盾的宣传概念 抗日战争与宣传话语的扩散与分化 文艺的本质就是宣传：民族主义的宣传话语 宣传促进社会进步：专业主义宣传话语 民族团结源自言论自由：新闻专业主义的宣传话语 宣传不是教育：自由主义的宣传话语 中国近代的两种宣传观念 第七章从“总体战”到“一体化” “手段而非目的” “一体化”的宣传观念与宣传话语 “一体化”宣传的效果 第八章中国当代宣传观念的形成与发展 毛泽东的宣传观念 中国共产党新闻理论的形成 思想改造 作为新型管理技术的思想改造 第九章中国共产党宣传观念的冲突与体制化 “使我们的国家整个地变成一座伟大的学校” 报纸批评的兴衰 新闻专业主义与一体化宣传观念的冲突 第十章从旧宣传到新宣传 埃吕尔与总体宣传 宣传的效果能够测量吗？

宣传模型 从公众外交到软实力 从旧宣传到新宣传 从扯谎到扯谈：宣传的进化 第十一章中国当代宣传观念的转型 “党性”与“人民性” 讨论与“文革”后的宣传话语 反精神污染及正统宣传观念的强化 新闻=宣传？

传播学的引进与宣传话语的转型 市场经济与宣传观念的转型 从危机事件到危机管理 谁之危机、何种危机？

从“妖魔化中国”到国家形象工程 新闻专业主义与宣传观念的转型 信息技术的影响 第十二章牧羊人的困境 宣传与现代性 两种宣传技术 效率与自由 宣传的传播伦理 被欺骗、被诱惑和做戏 后记

<<宣传>>

章节摘录

版权页：

<<宣传>>

编辑推荐

《宣传:观念、话语及其正当化》以新的观念阐述了各种宣传观念和话语之间的交锋，详细概述了宣传观念的产生和发展。

<<宣传>>

#### 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>