

<<从形象到认同>>

图书基本信息

书名：<<从形象到认同>>

13位ISBN编号：9787565704000

10位ISBN编号：7565704008

出版时间：2012-4

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：龙小农

页数：235

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>

<<从形象到认同>>

内容概要

社会因传播而存在，因传播而认同。

社会传播系统是国民对文化、民族、国家为何进行想象的载体；是社会各阶层、各群体互动的润滑剂和黏合剂；是社会各阶层、各群体都可以使用的利益诉求表达和均衡机制。

创新社会管理，关键在创新社会传播系统，充分发挥社会传播制造社会认同、国家认同，构建和皆社会的作用与功能。

如何借助社会传播系统重塑文化形象、民族形象、政府形象，来建构国民心中的国家形象，从而实现社会认同、国家认同建构，是当下中国实施经济、政治、文化、社会“四位一体”发展战略的重要任务之一。

本书以社会传播的视角来分析国家形象的建构和国家认同的重构，为国家“四位一体”战略的实施，提共重构国家认同和社会认同的参照依据，是社会学者、传播学者和公共事务管理者值得参阅的著作。

——编辑感言

<<从形象到认同>>

书籍目录

- 绪论：信息传播?形象建构?认同制造
- 第一编 社会传播与国家形象的层次分析
 - 第一章 文化认同：文化形象建构之诉求
 - 第一节 文化及文化形象概说
 - 第二节 文化认同及其心理驱动作用
 - 第三节 自我偏见：中国文化形象异化之源
 - 第四节 改变汉语弱势：文化形象重构之基
 - 第五节 文化自信：中国文化形象立足之本
 - 第六节 重构文化形象：抵制文化霸权之道
 - 第二章 民族认同：民族形象建构之诉求
 - 第一节 民族与民族国家观念的形成和形象建构
 - 第二节 民族精神及其传承
 - 第三节 消费文化传播与民族形象建构
 - 第四节 民族认同与国家统一
 - 第三章 政府认同：政府形象建构之诉求
 - 第一节 政府形象及其形成过程
 - 第二节 建构政府形象的主要渠道
 - 第三节 政府形象的整体性和碎片化
 - 第四节 政府形象与执政的合法性
 - 第五节 危机处理与政府形象建构
- 第二编 社会传播与国家形象的维度分析
 - 第四章 国家形象的行为分析
 - 第一节 行为传播建构国家形象的原理
 - 第二节 信息发布行为与国家形象塑造
 - 第三节 政府行为透明度与政府领导人形象塑造
 - 第四节 国家形象的行为罗致能力
 - 第五章 国家形象的制度分析
 - 第一节 制度建设与制度形象的建构
 - 第二节 制度形象与国家形象互相建构
 - 第三节 国家制度建设：建构国家形象方式之一
- 第三编 社会传播与国家形象的价值分析
- 结束语
- 参考文献
- 后记

<<从形象到认同>>

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>