

OBSAH

Úvodem	5
Kapitola I.	
PROPAGACE V PROCESU VÝCHOVY NOVÉHO ČLOVĚKA	7
1.1. Socialistická společnost v období přechodu od kapitalismu ke komunismu	9
1.2. Kulturní revoluce a výchova nového člověka	12
1.3. Charakteristika propagace	18
1.4. Tři základní kategorie propagace	20
1.5. Vztahy mezi propagací a podobnými činnostmi	22
Kapitola II.	
PROPAGACE A TVORBA SOCIALISTICKÉHO ZPŮSOBU ŽIVOTA	27
2.1. Charakteristika propagačního procesu	29
2.2. Principy a funkce propagace	36
2.3. Poznámka k účinnosti propagace	40
2.4. Propagace v prostředcích masové informace	41
2.4.1. Tisk	42
2.4.2. Rozhlas	43
2.4.3. Film	44
2.4.4. Televize	45
2.5. Ke vztahu propagace a socialistického způsobu života	49
2.6. Propagace a jednotlivé komponenty způsobu života	52
Kapitola III	
ROLE PROPAGACE V KULTURNĚ VÝCHOVNÉ ČINNOSTI	57
3.1. K pojetí propagace kulturně výchovné činnosti	59
3.2. Propagace, kultura, volný čas	64
3.3. Kulturní domy	71
3.4. Divadlo	72
3.5. Kino	73
3.6. Koncertní síně	74
3.7. Galerie	74
3.8. Muzea	75
3.9. Kulturní památky	76

3.10. Péče o životní prostředí	79
3.11. Tělesná výchova	85
3.12. Kniha a knihovny	87
3.13. Výtvarné umění	91
3.14. Hudba	94
Kapitola IV.	
NĚKTERÉ PROPAGAČNÍ PROSTŘEDKY V KULTURNĚ VÝCHOVNĚ ČINNOSTI	97
4.1. Obecně o propagačních prostředcích	99
4.2. Nejčastěji používané propagační prostředky	102
4.2. 1.	102
4.2. 2. Inzerát	103
4.2. 3. Pozvánka	106
4.2. 4. Propagační dopis	106
4.2. 5. Prospekt	107
4.2. 6. Katalog	108
4.2. 7. Brožura	108
4.2. 8. Vývěska	108
4.2. 9. Plakát	109
4.2.10. Transparent	110
4.2.11. Výkladní skříň	110
4.2.12. Diapozitiv	111
4.2.13. Film	112
4.2.14. Rozhlasová propagační relace	112
4.2.15. Žurnalistické žánry v propagaci	113
Kapitola V.	
BURŽOAZNÍ REKLAMA A BURŽOAZNÍ KULTURA	115
5.1. Buržoazní reklama — nástroj buržoazní kultury	117
5.2. Reklama a hodnoty	120
5.3. Reklama a spotřeba	122
5.4. Péče o člověka a reklama	125
5.5. Reklama a svoboda tisku	127
5.6. Několik čísel	129
Závěr	131
Odkazy na citovanou literaturu	133
Bibliografie	137
Příloha	140
Obsah	141