

<<国家形象传播研究论丛>>

图书基本信息

书名：<<国家形象传播研究论丛>>

13位ISBN编号：9787119053004

10位ISBN编号：7119053000

出版时间：2008-4

出版时间：外文出版社

作者：周明伟 编

页数：515

字数：395000

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>

<<国家形象传播研究论丛>>

内容概要

本书是国家社科基金重点项目《对外传播中的国家形象设计》的阶段性成果，集中了外宣业界、学界的知名专家和学者。

采用比较研究、实证研究等多种研究方法，系统分析了当前中国国家形象定位、塑造和传播过程中面临的战略性和紧迫性问题，总结了不同历史阶段国家形象塑造的经验教训以及世界主要国家在国家形象塑造方面的有益启示。

全书立论新颖、资料翔实、论述严谨，将传播理论研究与工作实践紧密结合，是传播工作者和相关研究人员的重要参考。

<<国家形象传播研究论丛>>

书籍目录

上部 国家形象传播的理论与实践 当代中国国家形象定位的核心要素 一、从当代中国所处历史时期的时代特征看国家形象的定位：传统社会与现代社会的并存与转换 二、从当代中国的发展状况看国家形象的定位：综合国力的不断增强与民族复兴的任重道远 三、从当代中国发展模式的国际意义看国家形象的定位：独特的发展道路与后发国家现代化一般规律的交汇 四、从当代中国与世界文明的互动看国家形象的定位：东方文化与现代“普世价值”的融合 五、从当代中国在国际关系格局演变中的角色看国家形象的定位：大国关系变革中的冲突与协调 六、小结：当代中国国家形象定位核心要素的提炼 国家形象塑造及其问题与对策 一、什么是国家形象 二、谁是国家形象的塑造者 三、谁是国家形象塑造的受众群体 四、国家形象塑造中的媒体策略 国家形象构建的渠道研究 一、构建国家形象的渠道假说 二、当前构建中国国家形象的渠道分析 中国国家形象塑造：形式和手段 一、构建国家形象的整合传播策略 二、中国国家形象的整合传播渠道 三、中国国家形象整合传播中可运用的主要形式 四、中国国家形象整合传播的手段 全球化背景下媒体与国家形象传播 一、媒体与政府的正向关系和负向关系 二、政府如何借助媒体构建国家形象 国际组织对塑造国家形象的作用和意义 引言 一、国际组织的形成、发展及其对塑造国家形象的作用和意义 二、中国与国际组织互动的历史进程 三、国际组织与中国的和平发展 四、政策建议 构建中国国家形象对外传播的文化平台 一、构建新时期中国对外传播的文化平台 二、构建对外传播文化平台的问题与策略 国家形象修复案例研究 一、国家形象修复的基本理论与战略 二、国家形象修复的案例研究 中国不同历史阶段国家形象的形成原因及经验教训 一、汉唐中国形象的初现 二、宋明时期中国形象的多面性 三、清代中国形象的变迁 四、历史的借鉴意义 二战后德国、日本国家形象塑造对比分析 一、战后影响德、日两国形象的标志性人物和事件 二、德、日两国塑造国家形象的主要手段 三、德、日两国在国家形象塑造方面的对比分析 四、关于两国国家形象塑造的学理分析 五、对中国国家形象塑造的借鉴意义 下部 关于国家形象的调查分析 外国媒体对中国国家形象的影响和作用 一、外国媒体涉华报道分析 二、外国媒体驻华记者采访录 三、分析及建议 附录：编码表设计及说明 西方主流媒体言论中的中国形象及对策研究 引言 一、西方主流媒体涉华报道研究 二、原因分析 三、对策与建议 四、改进对外传播工作的若干建议 美国三大日报涉华报道中的中国国家形象分析 一、三大日报涉华报道内容分析 二、美国主流舆论中的中国国家形象 中国国家形象境外公众调查分析 一、调查说明 二、问卷结果统计分析 三、结论 从2004~2005年境外涉华民意调查看中国国际形象 一、民意调查的主题 二、民意调查的主要结论 三、“中国威胁论”对受访者的影响 四、部分民意调查图表 五、调查机构的背景和调查方法 2007年皮尤全球公众调查涉华评价分析 一、调查的基本情况 二、全球公众对中国的总体评价以正面为主 三、不同地区公众对中国的评价差别较大 四、对中国军力发展普遍感到不安 五、多数公众对中国经济发展看法积极 六、非洲、拉美对中国影响力的感受不同 七、中国被列为全球环境污染重要责任国 八、中国既是盟友也是威胁

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>