

<<国家形象对外宣传论文集>>

图书基本信息

书名：<<国家形象对外宣传论文集>>

13位ISBN编号：9787507828269

10位ISBN编号：7507828263

出版时间：2009-7

出版时间：中国国际广播出版社

作者：国家广播电影电视总局人事司，中国国际广播电台人事办公室 主编

页数：211

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>

<<国家形象对外宣传论文集>>

前言

同志们：上午好！

首先，祝贺全国广电系统国家形象对外宣传研讨班开班。

中国国际广播电台（以下简称国际台）很荣幸得到国家广电总局和大家的信任，有机会来承办这个研讨班。

今天，我想结合这个研讨班的主题和国际台这几年的实践与思考，谈几点体会，供大家参考。

在座的各位不管是广播还是电视行业的，都是各台从事外宣的同志。

外宣是我们国家宣传中的一个大门类，多年来，受到了国家的高度重视。

现在可以说是“全民搞外宣”，除了在座的广电人、媒体人之外，各省在搞外宣，各部委也都有负责外宣的同志。

可见国家和社会对于外宣的重视。

但是，现在外宣遇到了新问题。

在新形势下，如何做好外宣工作？

现在整个世界形势发生了变化，经济全球化、政治多极化、文化多元化，这已经是世界发展的趋势和现实。

形势发展到今天，外宣工作的很多方面已经不适应这些新情况。

近年来，国际台根据形势的变化，对自身的发展作了战略思考与战略定位。

2005年初，我们提出了发展目标，即构建现代国际广播体系。

这个战略目标一经确定，立刻在台里引起了热烈的讨论并且达成了广泛的共识。

这几年，这个战略目标的提出和实施给国际台带来了实实在在的变化。

今天，我就结合这个战略目标的实施和国际台的思考，谈几点体会，并和大家沟通、讨论。

<<国家形象对外宣传论文集>>

内容概要

研讨班旨在加深广电系统外宣工作者对国际传播的特点、功能和规律的认识，提高国际传播策划和报道能力，提升国际舆论引导水平，并总结交流近年外宣工作经验。

研讨班共分为三个单元：专题讲座、分组讨论和大会交流。

国家广播电影电视总局副局长田进、中国国际广播电台台长王庚年和国家广电总局人事司司长张丕民分别为研讨班作了重要讲话和专题报告。

清华大学新闻与传播学院副院长李希光、中国传媒大学国际传播研究中心主任陈卫星等分别作了专题演讲。

学员们围绕讲话精神、专题讲座以及广播电视国际传播的特点和规律、国家形象构建与国际传播策略等主题进行了深入研讨。

来自北京人民广播电台外语台、广东电视台海外中心、新疆电视台外宣中心、安徽电视台海外联络科、辽宁人民广播电台总编室、中国国际广播电台新媒体节目中心的六名学员代表汇报了学习体会。

<<国家形象对外宣传论文集>>

书籍目录

台网共做背景下的频率定位 ——北京外语广播网络电台运行实务简析地方媒体在国家形象宣传上也可以大有作为
创新电视传播策略提升中国国家形象
推进电视对外传播的“本土化”改造
网络传播与大众传播的分析比较
论对外传播与国家形象的塑造
试论地方媒体如何办好外宣节目
地方电台外宣工作面临的困难和挑战及突破的方向
论新闻采编中的“政治正确性”
从对俄节目看外宣的受众需求
“走出去”工程需要百舸争流 ——安徽电台《中国安徽之声》节目漫谈发挥“五缘”优势
改进议程设置
搞好对台宣传电视节目研究的思路 ——受众参与研究
从2008年大事件中看中国对外传播的进步
浅谈国家形象与媒体传播
对外报道要有世界眼光
关于广播电视对外传播的实践与思考
广东电视对外传播的现状和发展趋势
突出“传”字
淡化“宣”字 ——从广西电视台东盟特色看对外宣传的创新性
墙里墙外花都香 ——试论广西对外广播电视宣传新思路
在抗震救灾报道中凸显广播外宣特色
奥运语境下中国对外传播的技巧
探究浅论我国国家形象塑造及媒体策略
加强广播影视对外宣传工作
应对敌对势力舆论对抗和意识渗透的调查及政策研究
地方电台在区域形象构建中的平台和内容建设
“三贴近”原则在地方媒体对外传播中的作用
利用互联网开拓新传播
全球化背景下提升中国国际形象
的现状分析与对策
探讨国家形象中的文化软实力传播 ——兼论海峡电视台文化传播策略
后记

章节摘录

台网共做背景下的频率定位——北京外语广播网络电台运行实务简析【摘要】本文从实践的角度比较全面地阐述了为增强外宣效果在传统广播基础上开办网络电台的现实背景、平台特点、办台定位、功能开发以及实现台网共做需要考虑和处理的若干主要问题等。

具有比较强的操作性。

对传统广播走向新媒体运作具有现实意义。

【关键词】北京外语广播网络电台特点定位随着21世纪的来临，生活在大都市的我们越来越感到自己成了每日、每时都在接触网络的人。

与此同时，我们这些投身广播事业的人也渐渐发现继20世纪80年代电视的普及给广播带来的第一波冲击之后，网络媒体这个传媒业中的全能选手的逐步兴起给包括广播在内的传统媒体带来了新一轮“飓风”般的挑战。

不管我们承认与否，网络传播的时代确实已经来临，我们必须重新思考在这一轮媒体更新换代的大潮中，我们广播所应该具备的临战状态和投入疆场的战略、战术。

在这个大背景下，2008年1月1日北京外语广播网络电台开始试播。

他是北京电台第一个拥有独立域名并以网络电台的架构同时面向听众和网友进行节目传播和交流互动的网络平台。

现将运行过程中我们经常思考和面对的主要问题简析如下：1.什么是网络电台？网络电台与传统广播电台有何区别比较通俗地说，网络电台是以计算机为载体，通过国际互联网传播和接收音频信号及其辅助内容并进行传接互动的广播平台。

传统广播（AM / FM）和现在已经开始步入市场的数字多媒体广播（DAB、CMMB和TMMB以及TD+CMMB等）的一个共同特点是需要无线发射、实时播出内容。

因此，听众只能定时、定点选择自己喜欢收听的节目。

<<国家形象对外宣传论文集>>

后记

2008年对于中国尤其是新闻传媒界是极不平凡的一年，从年初的南方雨雪冰冻灾害到“3·14”拉萨打砸抢烧事件，从“5·12”汶川大地震到北京奥运会的成功举办，从“神七”的顺利飞天到“三鹿奶粉事件”，再到席卷全球的金融危机，中国媒体在这一连串重大事件中遇到了前所未有的机遇与挑战，也收获了沉甸甸的正反两方面的经验。

2008年，从被动应战到主动出击，我们见证了中国媒体的成长。

2008年，异常激烈的国际舆论斗争使国际传播与构建国家形象变得十分突出、重要。

在这样的背景下，2008年11月5日至11月7日，由国家广播电影电视总局人事司主办、中国国际广播电台承办的“国家形象对外宣传研讨班”在北京举行，来自全国39家媒体的45名学员参加了研讨班，围绕新形势下的国际传播和近几年的外宣工作展开了热烈研讨。

研讨班旨在加深广电系统外宣工作者对国际传播的特点、功能和规律的认识，提高国际传播策划和报道能力，提升国际舆论引导水平，并总结交流近年外宣工作经验。

研讨班共分为三个单元：专题讲座、分组讨论和大会交流。

国家广播电影电视总局副局长田进、中国国际广播电台台长王庚年和国家广电总局人事司司长张丕民分别为研讨班作了重要讲话和专题报告。

清华大学新闻与传播学院副院长李希光、中国传媒大学国际传播研究中心主任陈卫星等分别作了专题演讲。

学员们围绕讲话精神、专题讲座以及广播电视国际传播的特点和规律、国家形象构建与国际传播策略等主题进行了深入研讨。

来自北京人民广播电台外语台、广东电视台海外中心、新疆电视台外宣中心、安徽电视台海外联络科、辽宁人民广播电台总编室、中国国际广播电台新媒体节目中心的六名学员代表汇报了学习体会。

<<国家形象对外宣传论文集>>

编辑推荐

《国家形象对外宣传论文集》由中国国际广播出版社出版。

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>