

<<中国人心目中的韩国形象>>

图书基本信息

书名：<<中国人心目中的韩国形象>>

13位ISBN编号：9787105103591

10位ISBN编号：7105103590

出版时间：2009-8

出版时间：民族出版社

作者：王晓玲

页数：477

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>

<<中国人心目中的韩国形象>>

内容概要

本书以大量深入的问卷调查和深层访谈资料作为其研究依据，通过多渠道、多视角的调查和归类分析，比较客观地对中国人心目中的韩国、韩国人、韩国产品形象，在华韩国人对韩国国家形象所产生的影响以及“嫌韩流”的深层原因等现阶段中韩两国关系中各受关注的问题作出了学术性探讨和阐释，试图寻找病灶所在，探讨这些问题的解决方案和对策。

相信本书不仅能够给从事中韩关系研究的专家学者以及普通的中国和韩国读者提供学术及事实依据，也将给两国的海外形象建设提供参考依据。

须要指出的是，本书只是非官方性质的学术研究，不代表政府层面的观点。

<<中国人心目中的韩国形象>>

作者简介

王晓玲，籍贯山东，1977年生人。
韩国庆熙大学社会学博士。
现为中国社会科学院亚洲太平洋研究所社会文化研究室助理研究员。
主要研究方向为韩国社会文化、中韩社会文化交流。

<<中国人心目中的韩国形象>>

书籍目录

上篇 理论、经验和调查准备 第一章 国家形象理论 一、“形象”的含义 二、“国家形象”的含义 三、“国家形象”的影响力 四、“国家形象”的形成 五、不同类型的“国家形象”建设 第二章 韩国的国家形象建设 一、韩国国家形象建设的三个时期 二、韩国国家形象管理机构 第三章 有关韩国国家形象的前人研究结果 一、海外媒体分析结果 二、问卷调查研究 三、小结 第四章 中韩交流回顾 一、中韩两国关系的发展历程 二、中韩交流中的不和谐音符 第五章 调查研究设计以及执行过程 一、研究流程 二、数据分析框架 三、调查对象城市的特点说明 下篇 调查研究结果分析 第六章 有效样本的构成 第七章 韩国相关联想 一、整体被访者 二、人群间差异 三、在华韩国人的影响 第八章 了解韩国的信息渠道 一、整体被访者 二、各种渠道的使片者特征 第九章 韩国整体印象 一、整体被访者 二、人群间差异 三、在华韩国人的影响 四、各种信息渠道的影响 第十章 对韩国经济社会的评价 一、整体被访者 二、人群间差异 三、在华韩国人的影响 四、各种信息渠道的影响 第十一章 对中韩发展差距的评价 第十二章 韩国文化形象 第十三章 韩国人形象 第十四章 韩国产品形象 第十五章 对中韩关系的评价 第十六章 对韩国的好感度 第十七章 对韩国国家影响力的评价 第十八章 总结与建议 参考文献

<<中国人心目中的韩国形象>>

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>