

<<中国形象传播>>

图书基本信息

书名：<<中国形象传播>>

13位ISBN编号：9787514122503

10位ISBN编号：7514122508

出版时间：2012-10

出版时间：经济科学出版社

作者：刘朋

页数：306

字数：250000

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>

<<中国形象传播>>

内容概要

《中国形象传播：历史与变革》主要从理论、历史和对策三个方面讨论中国国家形象传播。在理论研究方面，《中国形象传播：历史与变革》介绍了国外对国家形象的概念界定，提供了从议程设置、巧传播以及公共外交等相关理论视角对国家形象传播的分析，这一部分侧重为中国国家形象传播探索研究方法、研究工具以及可行的路径。

在历史研究方面，《中国形象传播：历史与变革》从建国后前30年的革命与宣传的时代谈起，展示了20世纪80、90年代以及新世纪国家形象传播的观念更新，这一部分尝试揭示中国由革命年代的对外宣传如何逐步迈入现实的和理性的对外传播。伴随这个过程，“国家形象”逐步被发现和重视。

在对策方面，《中国形象传播：历史与变革》提供了基于传播受众调查的数据分析，对孔子学院和BBC纪录片《中国人来了》等多项案例探讨，上海城市形象的调查，以及“走出去”的中国企业的分析。

城市形象和企业形象是中国国家形象的新侧面，它们将会随着中国的现代化和国际化进程，而日益显露出其在国家形象的众多镜面中非常显著的位置。

<<中国形象传播>>

书籍目录

序言 国家形象的研究与特征
上篇 国家形象的研究的理论及领域
国家形象的概念及其理论分歧
国家形象传播的方式及其问题
议程设置理论视域下的中国国家形象建构
“巧传播”时代下中国国家形象传播思路
中国特色公共外交的发展进程与特点
中篇 中国国家形象传播的历史与观念
新中国成立后30年的中国国家形象传播——革命与宣传
20世纪80~90年代的中国国家形象传播——由宣传到说明
新世纪的中国国家形象传播——改变与塑造
下篇 中国国家形象传播的视角与对策
基于对韩国和澳大利亚受众调查的中国形象传播策略
孔子学院与中国国家形象塑造
中国企业的媒体形象与国家形象
“多元一体”视觉传播中的中国形象
国家形象的城市维度——上海城市国际认知度分析
BBC纪录片《中国人来了》的中国形象制造
2008年三大事件中的中国民意与国家形象传播

<<中国形象传播>>

编辑推荐

《中国形象传播:历史与变革》由经济科学出版社出版。

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>