

<<国家形象建构中的传播策略>>

图书基本信息

书名：<<国家形象建构中的传播策略>>

13位ISBN编号：9787810859097

10位ISBN编号：7810859099

出版时间：2007-4

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：段鹏

页数：188

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>

<<国家形象建构中的传播策略>>

内容概要

本书是一部探讨当前形势下我国政府应该如何调整对外传播战略，树立良好国家形象的理论著作。全书深入、细致、系统地分析了我国对外传播和国家形象建构的现状，归纳出现存的主要问题并总结其成因，提出了较具针对性的传播策略。

在研究方法上，作者采用了内容分析，对比研究，深度访谈，动态分析等多种方法，从不同角度对我国国家形象建构中存在的问题进行了实证研究。

<<国家形象建构中的传播策略>>

作者简介

段鹏博士，副教授、硕士生导师，中国传媒大学电视与新闻传播学院传播专业委员会主任，欧盟天保项目（NFMP）传播策略首席顾问。

1997年参加工作，在北京电视台新闻早间节目部任编导，2000年中国传媒大学新闻理论专业硕士毕业后留校任教。

曾先后赴香港、台湾、美国等地考察及担任访问学者。

先后主讲《报刊编辑实务》、《电子商务》、《网络广告》、《传播学研究》、《媒介分析》等多门课程，已出版专著两部，与人合著七部，主编三部，合译一部，独立发表论文近50篇，并获得国家广电总局科研成果一等奖两次和北京市“师德先进个人”荣誉称号。

<<国家形象建构中的传播策略>>

书籍目录

绪论第1章 对外传播与国家形象的界定 一、对外传播的概念 二、对外传播的特点 三、对外传播的功能 四、国家形象的概念 五、国家形象的作用形象的关系第2章 对外传播与传播媒介 一、印刷媒介 二、国际广播 三、电视 四、通讯社 五、互联网第3章 我国国家形象建构现状 一、从历史的角度考量西方国家对我国国家形象认知的演变 二、我国国家形象现状分析第4章 我国国家形象现存问题的内部原因——对外传播力不足 一、《中国日报》(CHINADAILY)对外报道的阶段性抽样 二、从宏观层面考察我国对外传播力不足的原因 三、从微观层面考察我国对外传播力不足的原因第5章 我国国家形象现存问题的外部原因——境外媒体误读分析 一、境外媒体误读的极端表现 二、境外各大主流媒介对华报道的阶段性抽样 三、同一时期西方主流媒介对我国发生的个体事件的报道分析 四、西方主流媒介对同类事件报道的差异性比较分析 五、西方主流媒介对华报道特点分析 六、西方主流媒介对我国误读的成因分析第6章 我国政府改进对外传播现状的对策 一、宏观层面的对策 二、微观层面的对策第7章 我国政府应对境外媒体误读的策略 一、西方主流媒介对华报道的动态分析 二、改善我国国家形象被西方主流媒体误读的具体策略结语参考文献附录一 《中国日报》编码表附录二 《纽约时报》内容分析编码表附录三 《时代》周刊内容分析编码表后记

<<国家形象建构中的传播策略>>

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>