

<<中国文化外宣研究>>

图书基本信息

书名：<<中国文化外宣研究>>

13位ISBN编号：9787811278606

10位ISBN编号：781127860X

出版时间：2010-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：梁岩

页数：218

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>

<<中国文化外宣研究>>

内容概要

本书就文化对外宣传的作用、战略意义等方面进行了系统的论述，并从对外传播和国际交流的大背景出发，对中国文化外宣的基本情况进行了全面的总结与分析，对文化外宣的理论学说、传播规律以及中国文化外宣的发展历程、各种当代形态等内容进行深入剖析和考察。此外，本书还比较和借鉴了其他国家文化外宣的经验和策略，在此基础上提出了进一步发展我国文化外宣的对策和建议。

<<中国文化外宣研究>>

作者简介

梁岩，男，国际新闻学博士。

中国传媒大学外国语学院副院长、副教授，主要研究领域为国际新闻、国际传播、传媒英语。

<<中国文化外宣研究>>

书籍目录

绪论第一章 文化外宣概说 第一节 文化与文化外宣 第二节 文化外宣的作用 第三节 文化外宣的战略意义 第四节 新中国成立后我国文化外宣的发展概况 第五节 中国文化外宣的基本现状 结语第二章 当代中国文化外宣形态 第一节 境外大型文化活动 第二节 影视文化外宣 第三节 书刊文化外宣 第四节 体育文化外宣 第五节 网络文化外宣 第六节 其他文化外宣形态 结语第三章 媒体文化外宣研究 第一节 我国对外宣传简要历史及现状 第二节 新闻媒体文化外宣的主要内容 第三节 《中国日报》的文化外宣研究 结语 第四章 文化外宣的国际借鉴 第一节 法国的文化外宣 第二节 美国的文化外宣 第三节 日、韩的文化外宣 结语第五章 中国文化外宣发展战略 第一节 中国文化外宣的格局化目标 第二节 中国文化外宣发展的对策建议 结语附录“莫扎特年”案例分析 第一节 莫扎特音乐遗产传承与维护的历史道路简述 第二节 “莫扎特年”情况简介 第三节 关于“莫扎特年”系列活动的问卷调查分析 第四节 “莫扎特年”绩效分析参考文献

章节摘录

第二，文化外宣是不同文化间的交流，具有“跨文化”的特点。

对外宣传的传播对象是具有不同文化背景的受众群体，在宣传的过程中必须要考虑到不同文化的特点。

作为一种跨文化的传播，文化外宣是“以文化为载体”的外宣活动，“跨文化”性十分突出。

对于“跨文化”特点的充分认识，直接影响着文化外宣的最终效果。

具体地说，首先，文化外宣面临着因文化差异而造成的宣传障碍，这些差异和障碍贯穿外宣过程的始终。

在对外宣传过程中，假如不假思索地将国内的宣传模式原封不动地搬来，期望同样达到“感动外国人”的效果，则很有可能适得其反。

厦门大学传播学教授翟树耀曾经举过一个例子：我国媒体在向西方介绍人民代表大会制度时，引用代表的话说：“我的文化水平和工作能力离一个人民代表的要求还有很大差距，但我决心当好代表。”

西方人闻此，只感到奇怪和难以想象。

既然水平不够，为何还要选其做代表？

进而产生对中国的负面印象。

但对外的文化传播若考虑周全、处理得当，则也能够取得事半功倍的效果。

如周总理曾在上世纪50年代的日内瓦会议上指示，将“梁山伯与祝英台”解释成“中国的罗密欧与朱丽叶”再对外宣传，这便是冲破跨文化造成的宣传障碍的成功事例。

因此，我们看到，文化外宣作为跨文化的宣传，必须将受众对象所处的文化环境放在首位。

其次，跨文化的宣传由于面临文化的交流、撞击、融合，所以是一个长期的过程，因此，期待文化外宣产生快速的效果是不切实际的；另一方面，虽然要改变一种文化的深层结构很难，但任何非封闭性的文化，都会在与外界交流中受到或隐性或显性的影响，从而产生相应变化。

这一点在当今的全球化浪潮中更是明显。

第三，文化外宣需要利用不同的语言进行宣传，具有“跨语言”性。

文化外宣的具体内容，是必须通过外语才能传达给受众对象的，而外语又与我们的母语有着巨大差异。

我们经常遇到两个主要问题：一是语言翻译问题。

汉语虽然是世界上使用人数最多的语种，但是以汉语为交流工具的国家数量很少；汉语虽然被联合国确定为工作语言之一，但在国际交往中，汉语的通行程度还很低。

我们在对外交流中很大程度上受到语言的影响和制约，因此，在很多场合不得不通过翻译的语言转换。

<<中国文化外宣研究>>

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>