

《跨文化传播与国家形象建构》

图书基本信息

书名：《跨文化传播与国家形象建构》

13位ISBN编号：9787307164728

出版时间：2015-11-1

作者：张昆 (编者)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《跨文化传播与国家形象建构》

作者简介

张昆教授（1962- ），法学博士，湖北云梦人，曾任武汉大学新闻学院院长，现任华中科技大学新闻与信息传播学院院长、博士生导师。国务院政府特殊津贴获得者，国务院学位委员会第六届、第七届学科评议组新闻传播学组成员、教育部新闻传播学科教学指导委员会副主任、中国新闻史学会副会长、中国新闻传播教育史学会会长。

书籍目录

目录
第一部分国家形象的多元维度与评估
国家形象概念辨析
国家形象评估理论初探
媒介化社会的认知影像——国家形象研究的理论探析
国家形象评价的地区差异化研究
第二部分全球化时代国家形象传播战略
中国究竟需要树立什么样的国家形象
当前中国国家形象建构的误区与问题
社会化媒体背景下政府形象危机的情境及其修复——以上海“黄浦江死猪”事件为例
全球化背景下中国军队的形象定位与传播策略
自媒体与巧实力——从“PM2.5事件”看巧实力在对外传播中的运用
“马航事件”中的国家形象危机及其修复
乌克兰危机中俄罗斯对国际话语权的争夺
论品牌形象传播与国家形象传播的差异
第三部分跨文化体验中的国家形象建构
英美大报在地缘政治冲突报道中建构中国形象的差异性分析——以《泰晤士报》和《纽约时报》报道“钓鱼岛事件”为例
西方媒体对中国的环境形象建构——以《纽约时报》“气候变化”风险报道（2000—2009）为例
《每日电讯报》中的中国形象研究——基于2003—2013年对华报道的内容分析
美国国家利益和意识形态主导下的“中国形象”塑造——探析《时代》周刊（1949—2008年）的中国报道
东方“他者”——《泰晤士报》描述中国的宏观语义2001—2010
2012伦敦奥运会报道中的中国国家形象——以《泰晤士报》为例
互文性与中国形象——英国全国性报纸中的“叶诗文话语”
媒体话语中的权力场：香港商业报纸对中国内地形象的建构与话语策略
论《联合早报》对中国国家形象的塑造
东盟英文报章在地缘政治报道中的中国形象建构——以《海峡时报》和《雅加达邮报》报道南海争端为例
地缘政治的幻象——《印度时报》对中国的报道
媒介事件视角下的中国国家形象塑造——基于全球部分主流媒体对2014北京APEC会议周报道的研究
第四部分多元文化与国家形象建构
文化多样性与对外传播的差异化战略
想象中国的方式：关于西方建构古代中国形象的研究路径与现实意义
邮票中国国家形象的符号解析——“纪1”~“纪4”邮票的符号化过程及结构方式
丝绸之国与希望之乡——中世纪德国文学中的中国形象探析
侗族大歌的国际传播与中国国家形象建构
德国小说《王伦三跳》中的中国形象建构研究
全球媒介事件中的民族符号与国家形象传播
从英国电影审查看殖民统治的观念传播
领导人卡通形象网络走红的传播特征分析
跨文化语境下电影对国家形象的塑造与传播

《跨文化传播与国家形象建构》

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:www.tushu000.com