

# 《中日传播与公共外交》

## 图书基本信息

书名：《中日传播与公共外交》

13位ISBN编号：9787509731055

10位ISBN编号：7509731054

出版时间：2012-3

出版社：社会科学文献出版社

作者：赵新利

页数：323

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](http://www.tushu000.com)

# 《中日传播与公共外交》

## 内容概要

《中日传播与公共外交》内容简介：中国在国际上的地位不断提高，由此引来的关注也越来越多。但在一定范围内，中国的国家形象并没有得到准确反映，国际社会对中国的误解、扭曲还广泛存在。在中国对外关系中，中日关系敏感而特殊，舆论环境对两国关系的影响超过其他任何双边关系。从这个意义上说，通过对日传播和公共外交改善中国国家形象非常重要。《中日传播与公共外交》深入分析了中国对日传播和公共外交的理论与实践，是对相关理论研究的一次运用和深化。在中日邦交正常化40周年前夕，该书的出版具有较强的现实意义。

# 《中日传播与公共外交》

## 作者简介

赵新利，政治学博士，中国传媒大学广告学院讲师，察哈尔学会研究员。

## 书籍目录

- 第一章 绪论
  - 第一节 概念界定
  - 第二节 研究现状
  - 第三节 研究意义和研究方法
- 第二章 国对日公共外交概观
  - 第一节 延安时期中国共产党的对日宣传工作
  - 第二节 中国共产党公共外交传统
  - 第三节 新中国成立初期中国主要对日公共外交活动
- 第三章 新时期对日传播和公共外交的现状
  - 第一节 中国对外传播的发展历程
  - 第二节 新时期中国对外传播机构
  - 第三节 对外传播与公关外交
- 第四章 日本传播的受众环境
  - 第一节 日本媒体涉华报道分析
  - 第二节 日本媒体在“3·11”地震海啸中的表现
  - 第三节 记者俱乐部看日本媒介环境
  - 第四节 日本官员与媒体关系
  - 第五节 日本传媒企业上市情况概览
  - 第六节 在日华文媒体的有限话语权
- 第五章 对日传播与国家形象
  - 第一节 国家形象
  - 第二节 对外传播与国家形象
  - 第三节 不断改善的中国形象
  - 第四节 日本纪录片中的中国形象
  - 第五节 中国对日传播的主要问题
- 第六章 新时期对日传播面临的挑战
  - 第一节 新闻报道客观性的有限性
  - 第二节 对外翻译中的“信达雅”与“外宣三贴近”
  - 第三节 政府信息公开与国内和谐舆论构建
  - 第四节 负面事件的应对与国家形象
  - 第五节 “走出去”与“引进来”
  - 第六节 对日传播中媒体的人文关怀
  - 第七节 网络环境下的对日传播
  - 第八节 日韩留学生公共外交对中国的启示
- 第七章 从对日传播到公共外交
  - 第一节 对日传播活动的泛化
  - 第二节 从政治语境看宣传新思维
  - 第三节 从对外传播到公共外交
- 第八章 温家宝对日公共外交活动分析
  - 第一节 温家宝的棒球外交
  - 第二节 温家宝的俳句外交
  - 第三节 温家宝与百姓交朋友
  - 第四节 本大地震后温家宝对日公共外交活动
  - 第五节 温家宝访日的公共外交艺术探析
- 第九章 日本对华公共外交初探
  - 第一节 日本对华公共外交综述
  - 第二节 日本涉日报道信息通道的拓宽和挑战

# 《中日传播与公共外交》

第三节 年来日本主要对华公共外交案例  
第十章 论  
参考文献  
致谢

## 章节摘录

版权页：插图：在市场经济的今天，很多媒体除了“喉舌”职能外，同时是经济实体，需要出售新闻信息以赢利。在此种情况下，政府不应去“控制”或“管理”媒体，而应与媒体进行“沟通”与“合作”。面对境外媒体更是如此，只有政府提供了足够透明和权威的信息，境外媒体才不会大肆报道一些来历不明的小道消息；只有国内媒体及时发布了政府的权威信息，没有在中国派驻记者的境外媒体才能及时转载中国媒体的信息，引导国外舆论，保证国家形象不受损害。广大公众牢牢把握自身知情权、积极听取权威信息的同时，还应做到不制造谣言，不听信谣言，不散布谣言。如上文所讲，公众与政府、媒体之间是信息互动关系，公众要积极参与发表建设性意见，促进突发公共事件得到解决。

2005年圆明园整修湖底渗漏的时候，管理部门为了解决湖水渗漏采取了一些措施。工程刚开始，便有游客提出疑义：此举对圆明园是保护还是破坏？在媒体和公众的积极参与下，随即引起了一场大讨论，还专门开了听证会。可见，在一些涉及公众利益的事情上，公众对不尊重他们的知情权是不满意的，同时也不会满足于被动地告知，他们会要求互动和参与。如今是网络时代，每个公众都可以在网络上发布自己的信息。也就是说，每个公众都是一名新闻记者，他发布的信息可以被全世界的人浏览，他发布的每一句话都有可能成为境外媒体攻击中国的武器。国内网站的留言版、BBS、微博等，是境外媒体的一个重要信息来源。所以，普通民众的言论自由得到保障的同时，也要自觉做到不制造、传播谣言。从“非典”到猪链球菌事件，再到禽流感，中国的政府、媒体与受众间的信息沟通与互动不断进步；从松花江污染后的“抢水风波”到对牡丹江“不明絮状悬浮物”事件的处理，同样让我们感受到了中国政府、媒体与受众在面对突发公共事件方面的进步，也让人看到其背后深刻的问题。

# 《中日传播与公共外交》

## 编辑推荐

《中日传播与公共外交》是察哈尔公共外交丛书之一。

# 《中日传播与公共外交》

## 精彩短评

1、更没意思更没用！这样也三百多页，简直了。。什么都说等于什么都没说



# 《中日传播与公共外交》

## 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](http://www.tushu000.com)