第一图书网, tushu007.com

<<中国文化走出去年度研究报告（2>>

图书基本信息

书名：<<中国文化走出去年度研究报告（2012卷）>>

13位ISBN编号：9787534774072

10位ISBN编号：7534774071

出版时间：2012-9

出版时间：大象出版社

作者：张西平

页数：288

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

内容概要

《中国文化走出去年度研究报告（2012卷）》共六章节，内容包括中国文化走出去研究导论、中国哲学社会科学走出去、汉语国际传播、广播电影电视走出去、中国文化艺术走出去、中国新闻出版走出去。
本书给供相关学者参考阅读。

书籍目录

第一章 中国文化走出去研究导论一、中国文化走出去的历史回顾二、对2009-2011年中国文化走出去的一个初步总结 （一）中国文化走出去已经有了一个好开局 （二）探索了中国文化传播的新的路径 （三）对外文化产业已经迈出了坚实的步伐三、将文化价值置于中国文化走出去的核心地位 （一）必须时时明确中国文化走出去的终极目的：提高中国文化国际影响力 （二）应将哲学社会科学走出去放在中国文化走出去的最重要位置四、全面认识中国文化的内涵，将一个完整的中国介绍给世界 （一）我们要认清中国文化的最基本的特征 （二）中国文化的近代命运是理解历史中国和当代中国统一性的关键所在 （三）我们应理直气壮地说明中国文化的当代价值 （四）我们要理直气壮地介绍中国当代发展的成就五、直面问题，以创新性思维，推进中国文化走出去事业的发展 （一）尽快制定中国文化全球发展中长期战略规划 （二）建立现代传媒业的多媒介融合的文化产业集团 （三）中国文化走出去与中国经济走出去密切配合 （四）协同培养精通中国文化又能熟练使用世界各国语言的对外传播人才迫在眉睫 （五）建立全球中国文化传播效果评估体系已成为业界亟须 （六）创新传播理论和方法、拓宽理论视野已经刻不容缓第二章 中国哲学社会科学走出去一、中国哲学社会科学走出去2009-2011年度报告前言 （一）中国学者在国际哲学社会科学期刊上发表论文情况报告（2009-2011）——基于SSCI及A＆HcI数据库 （二）中国学者在国外期刊上发表论文状况报告 （三）中国哲学社会科学外文期刊状况报告 （四）哲学社会科学类国际学术会议报告 （五）哲学社会科学外文著作出版状况报告二、中国哲学社会科学如何“走出去”——以《中国社会科学》（英文版）为例一 （一）《中国社会科学》（英文版）简介 （二）《中国社会科学》（英文版）提高国际影响力的举措 （三）英文学术期刊在“走出去”过程中面临的问题及对策三、关于“中国文学海外传播”工程的进展情况 （一）“中国文学海外传播”工程三方面工作的具体进展 （二）“中国文学海外传播”工程的特点 （三）“中国文学海外传播”工程面临的挑战 （四）“中国文学海外传播”工程的未来展望四、“大中华文库”项目发展情况 （一）“大中华文库”项目起源 （二）“大中华文库”项目现状 （三）“大中华文库”项目成就及影响 （四）“大中华文库”项目存在的问题五、《中国经济改革发展之路》海外出版纪实 （一）为什么是《中国经济改革发展之路》 （二）海外授权之路 （三）图书推广过程 （四）后期影响六、北京外国语大学推动哲学社会科学“走出去”成果与经验 （一）对象国语言和文化的研究：“走出去”的前提与基础 （二）北京外国语大学“走出去”成果概览（2010-2011） （三）中国海外汉学研究中心——“走出去”的排头兵 （四）亚非学院——面向亚非世界的窗口 （五）孔子学院——海外建设基地 （六）结语 附录：在世界范围内展开中国文化研究，为中国学术走出去服务第三章 汉语国际传播一、汉语国际传播年度报告（2010） （一）国家高度重视汉语国际传播工作 （二）汉语快速走向世界 （三）2叭0年汉语国际传播的几个特点 （四）汉语国际传播成效显著 （五）思考与建议二、泰国汉语快速传播模式及其对汉语国际传播的启示 （一）汉语在泰国的快速传播是当今汉语国际传播的一个奇迹 （二）泰国汉语教学是世界汉语教学的一面旗帜 （三）泰国启示——世界可以向泰国借鉴什么?三、内罗毕大学孔子学院的经验对非洲汉语国际推广的启示 （一）非洲汉语国际推广的历史与现状 （二）非洲汉语国际推广特色——以内罗毕大学孔子学院为例 （三）加快非洲汉语推广进程的策略第四章 广播电影电视走出去一、中国广播影视走出去2010年度报告 （一）广播电视媒体国际传播体系建设大步推进 （二）广播影视产品和服务出口再创新高 （三）广播影视国际推广营销力度加大二、“长城平台”走出去的实施经验 （一）“长城平台”实践国家广播影视节目走出去战略的主要做法 （二）“长城平台”的运行机制 （三）“长城平台”的成功经验三、中国影视传媒对中国文化形象海外传播效果分析 （一）中国影视传媒对中国文化价值观的海外传播效果分析 （二）中国影视传媒对中国文化符号的海外传播效果分析 （三）结论四、让中国电视走进德国——来自北京华韵尚德公司的实践探索第五章 中国文化艺术走出去一、从关键词看中国文化走出去（2010） （一）推品牌，继续丰富中国文化形象 （二）“一盘棋”，四个协调机制下形成合力 （三）“阵地战”，驻外中国文化中心建设稳步推进 （四）产业输出、文化贸易走上前台 （五）问题与对策建议二、“欢乐春节”的全球推广之路三、欧罗巴利亚中国艺术节：大文化的整体打包展示四、文化科技产业输出：水晶石数字科技公司“三级跳”拿下伦敦奥运订单第六章 中国新闻出版走出去一、中国出版走出去年度报告 （一）基本情况 （二）存在问题 （三）解决措施二、中国外文局本土化出版工作的现状及思

考 （一）外文局本土化出版工作概况 （二）本土化出版工作中面临的问题和挑战 （三）推进本土化工作的一些思考三、人民卫生出版社有限公司资本运作的实践与经验 （一）确立中医药图书走出去的目标 （二）资本收购，大大拓展了人民卫生出版社的国际空间 （三）国际化团队、本土化经营，使海外公司良性运转 （四）经验与体会四、中国漫画走进欧洲的探索与实践 （一）了解欧洲的读者和文化消费习惯 （二）中外团队协同打造精品 （三）国内漫画市场的培育与政策期待 编后记

第一图书网, tushu007.com

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