第一图书网, tushu007.com

<<政府应对境外媒体策略研究>>

图书基本信息

书名：<<政府应对境外媒体策略研究>>

13位ISBN编号：9787811279498

10位ISBN编号：7811279495

出版时间：2010

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：刘林利

页数：212

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

前言

一、舆论监督一个朝代有文官，也有武将。
在文官中有为君主歌功颂德的史官，也有专门的谏官。
现代的记者越来越像那些谏官，专门报道为政者存在的问题或不作为。
以美国为首的西方新闻界所标榜的“客观、中立”的新闻精神便是如此，所以记者们经常报道负面新闻。
他们会报道奥巴马上飞机时一不小心碰了头，也会讽刺麻生首相在国会答辩中念错别字，他们甚至会严厉抨击本国的时政。
而我们的记者们呢？
从2009年河北石家庄的三鹿奶粉事件、山西矿井塌方事件的相关报道来看，我们的记者也开始越来越与国际接轨了。
记者们开始行动起来，用自己的肩膀背负民族责任。
有好多次去博物馆参观，当看到中国古代文明的重要器物青铜镜时，我怎么也无法想象用它可以照脸。
有时候想，用它照脸还不如对着河水或水盆里的水，更能看清楚自己的模样。
大概青铜镜也只不过是一个摆设，或者是用来显示自己身份的一个物件吧。
现在的高清时代就不同了，用高清摄像机拍摄电影或电视剧，演员的化妆可以让观众一览无余。
与其屋里放一面青铜镜让人们一厢情愿地把自己想象成一个美人，还不如用一台高清数码摄像机照出自己所有的皱纹，还有塌陷的鼻梁，然后想如何去化妆或修饰更好。
改革开放三十年后的中国已经紧密地融入这个世界，现在我们已经进入了高清时代，记者更像高清摄像机。
让人看清楚一点就消除了一些误解，让人走近一点就增加了些许真诚。
广东的汪洋与《纽约时报》专栏作家的交往、薄熙来与重庆的哥们的面对面解决问题全程直播，奥运会也建立了专门的抗议区让人们行使表达权。
二、对外宣传曾经有一位韩国朋友带我去釜山的古代军事遗址，他告诉我这里曾经是唐朝军队攻打韩国的军事堡垒，而我则认为是唐朝军队帮助韩国攻打其他国家。
可见历史有时是为当时所用的，站在现在去还原历史的真相，有时是很困难的事情。
比如现在，各个国家所站的立场不同，对某些历史事件的解读就会不同。
有人提出开展对历史的共同研究，然而大家各自有符合自己需要的历史材料，要想形成一个放之四海而皆准的准则恐怕很难。
2008年西藏发生了“藏独”集团组织的暴动，一位外国记者问我如何看待这个事件。
如果把所谓的“人权问题”、“西藏问题”结合起来，更能在西方形成认同。
在西方，尤其是在欧洲，达赖利用所谓“宗教领袖”的身份欺骗了民众几十年，对欧洲民众产生了一定的影响。
对某些政客而言，只要对他们拉选票有用，他们就会利用达赖来实现自己的目的。
要想让世界了解中国，可以采取一定的方法。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

政府与新闻传媒之间的关系，越来越成为政府“软实力”的重要组成部分。
主动运用传媒提高政府部门执政形象、引导舆论的“新闻执政”理念不仅是西方现代政府的共识，同时也是我国各级政府努力的方向。

本书介绍了境外主流媒体、驻华新闻机构及其涉华报道的主要特点，在分析典型案例的基础上，提出了当前我国各级政府应对境外媒体的各种策略。

适读对象：各级政府对外宣传管理人员，国际关系、新闻传播等相关专业研究人员及广大师生。

作者简介

刘林利，男，1967年出生于山东省惠民县，博士，副教授。
1992年4月，到北京第二外国语学院日语系从事日语教学工作。
1996年4月，调入北京广播学院（今中国传媒大学）国际传播学院，任教至今。
其间，曾于1998年10月至1999年10月，到日本东京大学社会信息情报研究所做访问学者。
2002年4月至2004年3月，应日本外务省邀请到日本福冈市国际部从事中日交流的外事工作。
2005年8月，到中国传媒大学南广学院担任国际传播系主任。
著有《中日日中双解词典》、《日语视听说教程》、《日本大众媒体中的中国形象》等，并在国家级核心期刊发表论文多篇。

书籍目录

前言第一章　境外媒体、记者与报道　第一节　境外主流媒体　第二节　境外媒体驻华机构及记者　第三节　境外主流媒体涉华报道　第四节　境外主流媒体涉华报道的基调和导向第二章　政府与境外媒体的关系　第一节　境外媒体采访的管理　第二节　奥运会后的对外传播新格局　第三节　新传播格局下的问题与不足第三章　政府应对境外媒体的策略　第一节　营销型策略：以政府目标考量对外传播效果　第二节　软性化策略：以“新闻执政”增强传播效果　第三节　开放型策略：以自信应对境外媒体　第四节　多极化策略：以多方参与丰富话语表达　第五节　危机型策略：以一体化的方式转化涉外舆情第四章　典型案例　第一节　境外媒体的奥运报道与政府的应对策略　第二节　境外媒体的汶川地震报道与政府的应对策略第五章　南京国际形象的媒体建构　第一节　新境界：城市形象的对外传播　第二节　新研读：南京的国际形象　第三节　新阶段：城市形象国际化推广的探索附录　附录1　外国驻华记者调查问卷　附录2　南京城市国际形象调查问卷　附录3　政府主要对外管理部门　附录4　《外国记者和外国常驻新闻机构管理条例》　附录5　《北京奥运会及其筹备期间外国记者在华采访规定》　附录6　《中华人民共和国外国常驻新闻机构和外国记者采访条例》后记

章节摘录

后记

2009年，南京市委宣传部的潘涛先生找到我，问我是否愿意对“政府部门如何应对境外媒体问题”展开课题研究，为政府各级从事对外新闻宣传工作的相关人员，就如何应对境外媒体提供一些具有实际操作性的参考。
这是2009年暑假之前的事情。
暑假后与南京市新闻办公室吴静主任、市委宣传部王嵬副部长有过两次边吃快餐边整理思路的交谈。
每次碰面基本上都是潘涛先生安排时间、地点，吴静主任开场发言，王嵬副部长最后谈自己的看法。
据说潘涛是南京市委宣传部门最年轻的处级干部，做事干练。
听说后来让他负责网络管理这块工作，看来是用在了刀刃上。
吴静主任是美女型的领导干部，她的开场自从不浪费大家的时间，她把市委宣传部领导对本课题的要求解释得更为详细具体。
王嵬副部长原是一位教授社会学的大学教授，后来投笔从政。
他的发言很有学者型干部讲话的特点，每次讲话都是“我讲的不一定对，我觉得…”。
不过他的发言绝对是专家水平的，你听后绝对会感觉很有道理。

编辑推荐

《政府应对境外媒体策略研究》：21世纪媒介理论丛书。
《政府应对境外媒体策略研究》是由中国传媒大学出版社出版的。

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