

<<公共外交概论>>

图书基本信息

书名：<<公共外交概论>>

13位ISBN编号：9787301185681

10位ISBN编号：7301185685

出版时间：2011-3

出版时间：北京大学出版社

作者：韩方明 编

页数：236

字数：274000

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>

<<公共外交概论>>

内容概要

本书是中国第一本有关公共外交的教科书。

公共外交学是近年来在西方国家逐渐兴起的一门新兴交叉学科，是国际关系学、传播学、外交学和文化学跨学科发展的产物，它从欧美国家发端，逐渐蔓延到了世界各个国家。

本书在吸收、借鉴和提炼西方公共外交学发展的基础上，对公共外交学的学科基础和理论体系进行了大胆的构建，提出了涵盖理论分析、历史分析、战略规划、策略实施、模式比较和未来趋势等诸多环节构成的公共外交分析框架，是一本具有一定学术前沿性和理论洞察力的著作。

本书既可作为国内高等院校政治学、国际关系、外交学、新闻和传播学、公共关系等相关专业的专业教材，也可供相关科研人员和有关部门工作人员阅读参考。

<<公共外交概论>>

作者简介

韩方明，毕业于北京大学并获博士学位，曾在哈佛大学从事博士后研究。

现任全国政协外委会副主任兼公共外交小组召集人、《公共外交季刊》副总编兼编辑部主任、中国非洲友好协会常务理事、中国东南亚研究会副会长。

他也是非官方的外交与国际关系智库察哈尔学会的创会主席、北京大学世界现代化进程研究中心研究员、西藏大学客座教授，也是知名的国际关系和东南亚区域问题专家，经常为国内外一些主流媒体撰写评论并拥有重要的影响力。

<<公共外交概论>>

书籍目录

- 导论 公共外交与公共外交学
 - 一、公共外交：古老的现象，年轻的学问
 - 二、公共外交的内涵与特征
 - 三、公共外交的核心问题与理论使命
 - 四、心灵政治与公共外交
- 第一章 公共外交的理论范式
 - 一、国际关系理论范式
 - 二、外交理论范式
 - 三、政治传播理论范式
 - 四、文化理论范式
- 第二章 公共外交的历史变迁
 - 一、古典公共外交的萌芽
 - 二、近现代公共外交的成型
 - 三、当代公共外交的发展
- 第三章 公共外交主体与执行
 - 一、主权国家是公共外交的主体
 - 二、非国家行为体是公共外交的主力军
 - 三、构建公共外交的政治支援体系
- 第四章 公共外交的对象及细分
 - 一、外交、公众及其细分
 - 二、一般公众：大众传媒与公共外交
 - 三、特殊公众：意见领袖与公共外交
- 第五章 公共外交的目标及核心
 - 一、国家战略与公共外交
 - 二、国家形象与公共外交
 - 三、话语权与公共外交
- 第六章 公共外交的传播及机制
 - 一、人际传播与公共外交
 - 二、组织传播与公共外交
 - 三、大众传播与公共外交
- 第七章 公共外交的战略及规划
 - 一、公共外交的战略结构
 - 二、公共外交的战略规划
 - 三、公共外交的策略组合
- 第八章 公共外交的形式与机制
 - 一、公关外交及其机制
 - 二、媒体外交及其机制
 - 三、人文外交及其机制
- 第九章 公共外交的方法与技术
 - 一、公共外交的方法
 - 二、公共外交的技术
- 第十章 公共外交评估与控制
 - 一、公共外交的心理过程
 - 二、公共外交效果评估
 - 三、公共外交危机控制

<<公共外交概论>>

第十一章 公共外交的模式与比较

- 一、比较视野中的公共外交
- 二、公共外交的模式
- 二、公共外交的比较

第十二章 公共外交的未来趋势

- 一、公共外交全球化
- 二、公共外交社会化
- 三、公共外交网络化
- 四、公共外交战略化

后记

<<公共外交概论>>

章节摘录

版权页：对于领导者战略来说，在公共外交战中应特别重视强化形象传播，不必特别着墨于国家战略和外交政策，不主动四面出击，对来自外交对手的挑衅式攻击也不需要积极响应，以免在客观上形成拉抬对手的效果。

由于领导者拥有较高的公众支持率，理想的结果是最好能做到让竞争者知难而退。

不过，采用领导者战略，并非依据一国的主观认定或选择，而是依据一国的民调数据是否远远领先对手，并判断对手是否可能追赶上，决不可轻易自封领导，称王称霸。

一旦采取领导者公共外交战略，需要注意具备两个方面的配套战略。

一是情报同步战略。

亦即公众支持率较高的领导型国家在面对挑战者竞争的时候，要特别注重“情报战”和“同步战”。

所谓情报战，就是消息灵通，能够从不同的渠道获知国际舆情变化及竞争者的动态，以便未雨绸缪，及早做好应变及反应的措施；所谓同步战，就是对竞争者紧跟不舍，亦步亦趋，如影随形，你做什么，我就跟着做什么，而且做得比你好。

不管是情报战还是同步战，都强调把所有的公众区隔作为自己不可放弃的对象，只要哪里出现战火，公共外交阻击战就烧到哪里，最终目标是防止竞争对手挖墙脚，只要能够阻击住对手的蚕食，自己就能够稳操胜券。

二是以逸待劳战略。

既然公众支持率居于优势的国家由于先人为主地占据了特定的公众支持，沉淀下来形成了强大的“铁票集团”。

相比之下，除非该“铁票集团”对该国家及其领导人产生逆反心理，远道而来或者初出茅庐的竞争对手明显处于劣势，比如对竞争对手能力的不信任感、未来行为取向的不确定感以及能否冲破传统权威体系的怀疑等，都构成了影响公共外交战果的重要因素。

在此情况下，居于优势的国家及其领导人要充分发挥形象、魅力、经验、领袖气质等因素的优势，采取以逸待劳的方式有效抵消可能的挑战和冲击。

总而言之，对于公众支持率居于优势的国家来说，公共外交战更多的是一种防御阻击战，它们不能对某一特殊公众区隔过分偏爱和亲近，否则就会丢掉其他区隔的支持进而在外交战中一败涂地。

第二，挑战者战略，又叫对骂战略。

当一个国家与对手实力接近，特质重叠，或互为对手时，即应采取挑战者战略，挑战者战略一般为实力相当的国家所选取。

<<公共外交概论>>

编辑推荐

《公共外交概论》：察哈尔学会，倾力打造，中国首部公共外交教科书，赵启正 熊光楷 周文重 吴建民·联袂推荐·外交学院赵进军院长专文评论。

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>