

<<赢取中国心>>

图书基本信息

书名：<<赢取中国心>>

13位ISBN编号：9787516604151

10位ISBN编号：7516604151

出版时间：2013-3

出版时间：新华出版社

作者：庞中英

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

代序：重视对公共外交实践的研究——借鉴外国在华开展公共外交的做法庞中英学习、研究和实践外交的人都知道，外交一般分为两大部分，外交理论与外交实践。

对外交研究来说，最重要的还不是外交理论，而是外交实践，因为外交实践是产生外交理论和更新外交理论的主要源泉。

为了更深入和正确地理解公共外交，即发展公共外交理论，我们需要从研究公共外交实践开始。

“公共外交”只是在21世纪第一个10年快要结束的时候才在实践的意义上引入中国外交。

这当然不等于中国的外交刚开始接触和进行公共外交。

事实上，一些中国的外交研究学者在此之前就引进了这个概念。

在2011年组建中国外交部“公共外交办公室”之前，中国外交部早已形成了一些现当代公共外交的基本体制或者其雏形，如新闻发言人、建立与维持外交部网页、接待公众制度，以及开放中华人民共和国早期的外交档案等举措。

如果将中国已经存在了大半个世纪多的“人民外交”、“民间外交”等考虑进去，中国公共外交的历史也一样很长。

引入公共外交的好处是：可以把类似的与关心、关注外交事务的公众进行沟通的行为（包括解释、说明外交政策、负责地向公众交代、报告外交成绩和问题）充分地制度化、规范化，便于中国与世界的互动，因为世界上大多数国家，尤其是在外交制度上比较健全、发达的国家，普遍具有公共外交方面的体制安排。

一、关于什么是公众外交外交是政治。

传统上，外交是政府、政权（不管是否为主权）之间的政治事务。

外交演变到现代和当代，更加复杂，就不仅仅是政府、政权之间的事情。

政府、政权沟通、谈判和交涉的对象日益包括许多非政府或者非政权的个人与其组织（所谓“非政府组织”）等社会的公共的力量。

这是外交历史发生的最大转变。

现代和当代政治是民主政治，而民主政治的过程和结果之一是民众以及其组成的“公民社会”以这种或者那种形式进入外交进程。

这种情况在世界上大多数国家早已发生。

而信息时代更为“公众”介入外交进程提供了物质的基础便利。

这里的“公众”至少应区分为两大类：一是国内公众，一是外国公众，任何外交政策，其制定（决策）和实施，都处在两类“公众”之间，即公众是外交政策中的一大因素。

中国出现了“公众外交”热潮。

但是，不少情况下，在这一“公共外交热”中，我们对公共外交的理解却存在着不少问题。

有时候词不达意，对“公众外交”认识缺少深度和历史感，甚至有令人吃惊的误解。

例如，从美国引进的“public diplomacy”理解为“公共外交”就未必确切。

在中文语境中的“public”一词，不应该不加以区别，就一律套为“公共”（“公共”一词的使用目前泛滥成灾）。

“公共”太抽象而难以正确把握。

“public diplomacy”应该与一目了然的“人民”、“公众”、“公开”、“民众”等联系在一起。

另外，这里的“公众”，既是集体的又是个体的，而“公共外交”一词显然忽视了这一外交的最重要方面，个体的、非政府的“公众”与外交的关系。

早在1963年，美国信息局（USIA）发言人Edward Murrow就把“公众外交”看作是政府与“非政府的个人和组织”之间的互动。

所以，笔者并不赞同把“public diplomacy”翻译为“公共外交”。

然而，目前，“公共外交”的说法似乎约定俗成，我们也只好从俗。

直到今天，打开任何一本典型的英美“外交政策研究”导论，都会发现，“宣传”仍然是最重要的贯彻落实外交政策的手段之一。

<<赢取中国心>>

与许多人的想法正好相反，对别国的“宣传”嗤之以鼻的美国媒体，却避谈美国庞大的外交宣传。但是，不幸的是，在世界外交体系中，由于民智开化，“宣传”手段的效用愈来愈下降，所以，才有“公共外交”取而代之。

美国也许是最先意识到“公共外交”远比“宣传”的效果要好。

然而，即使在西方，许多批评者还是尖锐地指出，“公共外交”仍然不过是名声不好的“宣传”的最新包装。

确实，“公共外交”与“宣传”在内容和形式上，难解难分。

如果不能把握“公共外交”的实质，“公共外交”确实易被认为是换汤不换药的“宣传”。

把“公众”变成外交的对象和手段，并非当代外交现象，但把“公众”的重要性和战略性提到外交策略的优先，却是最近几十年世界外交的重要发展。

正是由于“公共外交”越来越普遍，外交才越来越被区分为“传统外交”和“非传统外交”。

“公众外交”自然属于“非传统外交”。

<<赢取中国心>>

内容概要

《赢取中国心》提出了研究公共外交实践的议题，并从外国对华公共外交的独特角度，调查和分析了世界外交体系中的一些重要国家行为体，包括美国、欧洲、俄罗斯、日本等在中国开展公共外交的典型案例。

中国公共外交的发展和提升需要充分借鉴“他山之石”，而这些外国经验，就在我们身边。

我们需要借鉴外国，改进中国的公共外交，甚至，在许多方面，能有所创新，以便对世界公共外交体系做出贡献。

<<赢取中国心>>

作者简介

书籍目录

代序 重视对公共外交实践的研究——借鉴外国在华开展公共外交的做法 庞中英 1
上篇 国别案例第一章 美国：赢取中国心 王瑞平 2第二章 英国：重塑不列颠 戚晓旭 17第三章 法国：文化的魅力 王洁 36第四章 俄罗斯：能源外交 梁宇琦 62第五章 巴西：以足球为国家品牌 塔娜 73第六章 加拿大：“中等国家”的典范 李晓萌 顾鹏程 84第七章 荷兰：源于创新 朱澄 103第八章 挪威：多庄家路径 宋天阳 122第九章 瑞典：小国全方位 傅瑜 132
下篇 组织案例第十章 联合国在华公共外交 赵雅婷 156第十一章 美国的“互联网自由” 王微 171第十二章 德国歌德学院 陈樱 181第十三章 日本国际交流基金会 陈燕清 194第十四章 跨国公司的对华公共外交：一种批判的借鉴 莫盛凯 210

<<赢取中国心>>

编辑推荐

《赢取中国心》编辑推荐：公共外交是赢取人心的政治艺术之一。

《赢取中国心》提出了研究公共外交实践的议题，并从外国对华公共外交的独特角度，调查和分析了美国、欧洲、俄罗斯、日本等行为体在中国开展公共外交的典型案列，对于改进和创新中国的公共外交有重要意义。

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>