

新中国对外宣传史



[新中国对外宣传史 下载链接1](#)

著者:姚遥

出版者:清华大学出版社

出版时间:2014-9-1

装帧:平装

isbn:9787302360117

“对外宣传”是什么？“对外宣传”与中国的外交政策有何关系？本书以厚重而有趣的历史笔触，回顾了新中国建构国际话语权的历史风云，在一个国际关系不断变化重组、中国领导层依次革新换届、可用的传播媒介竞相大放异彩的时空大背景下，再现了一组组视域宏阔又充满趣味的历史镜头，使读者在重温新中国对外关系史的同时，逐渐认识面向国际舆论的对外宣传，并领略其曾经并正在扮演的历史角色。

作者介绍:

姚遥，中国公共外交协会研究部主任、外交学院国家软实力研究中心主任。北京大学法学、经济学双学士，清华大学大众传播学硕士，哈佛大学肯尼迪政府学院“中美富布赖特项目”联合培养博士，中共中央党校国际战略研究所博士后。长期研究国际关系、公共外交、国家软实力等政策课题。

目录: 前言 新中国对外关系的不变逻辑

第一章 绪论

第一节 “宣传”有罪？

一、什么是“宣传”

二、“对外宣传”与“公共外交”

三、“宣传”无罪，“宣传腔”有罪！

第二节 对外宣传所为何来？

一、“对外宣传”的实质：对外关系中的“言”

二、不能夸大“对外宣传”

三、不能轻视“对外宣传”

第三节 对外宣传所为何物？

一、对外宣传的形式

二、对外宣传的内容

第四节 谁在做对外宣传？

一、党和国家领导人

二、国家机构

三、中央媒体

四、人民团体

五、国有文化企业

六、社会大众

第五节 对外宣传做给谁？

一、大国

二、周边国家

三、发展中国家

四、多边国际组织

五、港、澳、台地区及海外的华侨华人

六、外国公众、媒体、企业和社会团体

第六节 新中国对外宣传如何分期？

一、对外宣传的历史分期

二、历史逻辑不可割裂

三、历史逻辑亦不曾停滞

第二章 “一边倒”：20世纪50年代的对外宣传

第一节 对外战略

一、国际环境：美苏对峙

二、外交主旋律：联苏抗美

三、补充策略：争取中间地带

第二节 体制机构

一、1947：中央外事组

二、1949：国际新闻局

三、1952：外文出版社

四、1955：外交部新闻司

五、1958：国务院外事办公室

第三节：典型案例

一、《人民中国·英文版》贺中苏同盟

二、毛泽东指挥“抗美援朝宣传战”

三、周恩来请卓别林看《梁祝》

本章小结

第三章 “两面反”：20世纪60年代的对外宣传

第一节 对外战略

- 一、国际环境：美苏妥协
- 二、外交主旋律：反美反苏
- 三、补充策略：鼓吹世界革命

第二节 体制机构

- 一、1960：对外文化联络委员会
- 二、1966：中央文化革命小组

第三节 典型案例

- 一、邓小平拟“九评《苏共中央公开信》”
- 二、陈毅举行记者会谈“中美越南对峙”
- 三、广播局长内部讲话释“宣传世界革命”

本章小结

第四章 “一条线”：20世纪70年代的对外宣传

第一节 对外战略

- 一、国际环境：苏联扩张
- 二、外交主旋律：联美抗苏
- 三、补充策略：进入国际社会

第二节 体制机构

- 一、1971：周恩来重整外事部门
- 二、1973：邓小平分管外事工作
- 三、1978：中宣部对外宣传局

第三节 典型案例

- 一、基辛格点评“电视证实新中国”
- 二、邓小平谈“反苏宣传放空炮”
- 三、乔冠华赴联合国见西方记者

本章小结

第五章 “不结盟”：20世纪80年代的对外宣传

第一节 对外战略

- 一、国际环境：美苏僵持
- 二、外交主旋律：与美苏保持等距
- 三、补充策略：实行全面开放

第二节 体制机构

- 一、1980：中央对外宣传小组（一）
- 二、1988：中央对外宣传小组（二）

第三节 典型案例

- 一、钱其琛发布“中苏关系三大障碍”
- 二、廖承志巧发《致蒋经国公开信》
- 三、李鹏首开“两会”总理记者会

本章小结

第六章 “伙伴关系”：20世纪90年代的对外宣传

第一节 对外战略

- 一、国际环境：美国“一超独大”
- 二、外交主旋律：建设伙伴关系
- 三、补充策略：参与国际体系

第二节 体制机构

- 一、1990：中央对外宣传办公室
- 二、1991：国务院新闻办公室
- 三、1993：中央电视台海外节目中心

第三节 典型案例

- 一、李肇星舌战拉里·金
- 二、江泽民接受专访谈亚洲金融危机
- 三、杨澜忆1993年“申奥”公关战

本章小结

第七章 “和谐世界”：21世纪初的对外宣传

第一节 对外战略

- 一、国际环境：新兴大国出现
- 二、外交主旋律：倡导和谐世界
- 三、补充策略：改革国际秩序

第二节 体制机构

- 一、2003：政府新闻发言人制度
- 二、2005：“大外宣”格局
- 三、2009：外交部公共外交办公室
- 四、2011：国家互联网信息办公室

第三节 典型案例

- 一、中国与法国互办文化年
- 二、塞内加尔总统撰文译“中非合作论坛”
- 三、胡锦涛特别批示“国际公关宣传”

本章小结

第八章 结语

第一节 学习外国好经验

- 一、追求富强
- 二、维护独立
- 三、阐释民主

第二节 建构中国软实力

- 一、化解冲突
- 二、避免消耗
- 三、反对霸权

第三节 对外宣传的术与道

后记 寻找中国的“自我”

致谢

• • • • • ([收起](#))

[新中国对外宣传史 下载链接1](#)

标签

中国外交

历史

开卷八分钟

政治学

传播学

宣传

中国

政治

评论

好看得如同一部小说。

不知道为啥评分这么低，至少对我来说获益匪浅，其中很多案例都让我觉得很有趣，引发了我的很多思考。本书语言平实，我觉得值得一读。

一本不错的史料，旁征博引，给出一条清晰的脉络。但似乎过于重视外交方面的梳理，而对于外宣本身缺乏关注。重点案例分析总是浅尝辄止。不过不妨碍给我一个视角，来看待外宣。

官方口径，内容大多是常识，汇集的图片资料不错

一小时翻完这本400+的书，足以说明一切

过于官方，略枯燥。

还是挺不一样的感受吧，看着他从成立到成长。用一双眼睛一张嘴巴，接近进入这个世界。

2014

得了些不知所

非历史出身的人，序搞了那么大的动静，还以为有多少货，呵呵！看来我们还有的做！

以中文史料为主，大部分内容是外交史脉络梳理，缺少对重点案例的具体分析，对外宣的评价较为主观，缺少外部史料支撑。

改革开放之前还好 之后一般般

我认为：对外宣传的要领好比熬汤，食材、烹饪方法等不可见的要素是中国的，而装汤的碗等显而易见的要素必须要是外国的。例：印尼海啸还给人家送汉字包装的食品，甚至还有猪肉的食品！？

宣传有用，历史无用

流水账一样，一点货都没有，真是浪费了这么好的选题。字大行稀，排版也是不好，书还特别贵。烂书。

有个叫陈非儿的厦大硕士母狗widya在这里狂吠，大言不惭乱喷，我清华人人得而仗毙之

除了第一章绪论太多列表，其他章节都是很好看。。每一章介绍背景历史，然后是机构变迁，最后是历史案例讲解。。

史料丰富，浅显易懂，满满正能量，适合茶余饭后翻看。

宣传是我党的一大特色。

内部资料较多…

[新中国对外宣传史_下载链接1](#)

书评

[新中国对外宣传史_下载链接1](#)