

《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

出版社：新华出版社

作者：庞中英

页数：221

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.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。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列。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。

书籍目录

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例，对于改进和创新中国的公共外交有重要意义。

《赢取中国心》

精彩短评

1、一本通过详实的案例来对公共外交进行探索和研究的学术性著作。

《赢取中国心》

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:www.tushu111.com