

国际传播人才培养系列丛书

An Introduction
to International
Communication

国际传播概论

刘利群 张毓强 主编



中国传媒大学出版社

国际传播人才培养系列丛书

- | | |
|---------------|------------|
| 国际传播发展战略 | 王庚年 主编 |
| 世界主要媒体的国际传播战略 | 胡正荣 关娟娟 主编 |
| 新媒体传播 | 马为公 罗 青 主编 |
| 国际传播概论 | 刘利群 张毓强 主编 |
| 国家传播战略 | 臧具林 陈卫星 主编 |
| 国际传播史 | 刘笑盈 何 兰 主编 |
| 国际传播策划 | 张艳秋 刘素云 主编 |
| 国际新闻报道 | 江爱民 吴敏苏 主编 |
| 中国新闻报道 | 刘素云 徐琴媛 主编 |
| 母语传播概论 | 关 锐 李 智 主编 |
| 国际传播受众研究 | 刘燕南 史 利 等著 |
| 国际危机传播 | 高晓虹 隋 岩 主编 |
| 国际传媒整合营销传播 | 初广志 王天铮 主编 |

责任编辑 张 旭
李水仙
出版人 蔡 翔
总 监 制 闵惠泉
王 进
封面设计 魏 东

An Introduction
to International
Communication

国际传播概论

刘利群 张毓强 主编



中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际传播概论/刘利群, 张毓强主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2011. 3

国际传播人才培养系列丛书

ISBN 978-7-5657-0165-8

I. ①国… II. ①刘… ②张… III. ①传播学—教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 018933 号

未经中国国际广播电台和中国传媒大学许可
不得以任何方式翻印

国际传播概论

主 编 刘利群 张毓强

责任编辑 张 旭 李水仙

责任印制 范明懿

封扉设计 魏 东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 010-65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷

开 本 730×988 毫米 1/16

印 张 17.5

字 数 225 千字

版 次 2011 年 10 月第 1 版 2011 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5657-0165-8/G · 0165 定价: 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总序

王庚年 苏志武

党中央明确提出，要构建覆盖广泛、技术先进的现代传播体系，形成与我国经济社会发展水平和国际地位相称的国际传播能力。为全面贯彻落实党中央指示精神，加快推进中国国际传播能力建设，尽快形成国际舆论传播新格局，中国国际广播电台与中国传媒大学联合编撰了“国际传播人才培养系列丛书”。丛书包括《国际传播发展战略》、《世界主要媒体的国际传播战略》、《国家传播战略》、《国际传播概论》、《新媒体传播》、《中国新闻报道》、《国际新闻报道》、《国际传播策划》、《国际危机传播》、《母语传播概论》、《国际传播史》、《国际传播受众研究》、《国际传媒整合营销传播》等分册。

编撰本套丛书，主要基于三个方面的原因：

首先，党中央关于增强国际传播能力的战略要求加快我国国际传播理论建设。改革开放以来，特别是近年来，我国国际传播能力有了明显的提高，但同发达国家相比仍有不少差距。以美国为首的西方发达国家，凭借其综合国力的优势，几乎垄断和主宰了国际舆论话语权。建立国际传播新秩序与建立世界政治经济新秩序同样迫切和任重道远。影响中国国际传播能力快速提高的因素很多，除了资金投入较为不足、基础设施不够完善、技术装备相对落后、体制机制有待创新等原因外，我国国际传播机构及其从业人员国际传播理念相对陈旧，国际传播运营方式较为简单，

对国际传播规程了解甚少,国际传播知识相对不足等因素,也严重制约了我国国际传播能力的超常规提高和国际传播事业的跨越式发展。因此,在加强我国国际传播能力建设的过程中,需要优先加快我国国际传播队伍建设和国际传播理论建设。本套丛书的编撰,正是提升包括中国国际广播电台在内的我国国际传播机构的人员素质和整体实力的重要举措。

其次,中国国际传播事业的快速发展亟须培养一支高水平复合型国际传播人才队伍。中国国际广播电台作为我国专门从事国际传播的传媒机构,自2005年以来,按照党中央国务院部署,抓改革、求创新、谋发展,紧紧围绕构建现代国际广播体系、打造现代综合新型的国际一流媒体战略目标,努力贯通事业发展和产业经营两个机制,积极推进由单一媒体向综合媒体转变,由传统媒体向现代媒体转变,由对外广播向国际传播转变,实施全新的办台理念和传播宗旨,在技术装备、语种建设、“走出去”工程、新媒体发展、人才培养等方面,取得了长足进步,积累了许多宝贵经验,国际传播能力和舆论竞争力显著提升,为党和国家中心工作,营造了良好的国际舆论环境。然而,国际传播是一项长期复杂的战略工程,需要成千上万的有识之士为之奋斗。国际传播又是一项知识技术含量很高的专业工作,它需要从业人员既要有满腔的爱国主义热情,又要有扎实的外语、新闻、国际政治、新媒体等方面的专业知识。人才,尤其是高水平复合型国际传播人才的不足,在相当程度上制约了我国国际传播事业的大发展。我们期望,通过本套丛书的编撰,一方面为中国国际传播人才培养,提供较为实用的教程;另一方面也借此对国际台近年探索取得的实践成果进行理论总结,并与国内外同行交流共享。

最后,中国国际传播人才培养需求的迅猛增长与教材建设相对滞后的矛盾日益突出。随着中国综合实力的增强和国际地位的提升,国际社会了解中国的愿望日益迫切。加强中国国际传播,既是党中央的战略部署,也是我国各传媒机构的重要责任。在新形势下研究学习国际传播的热潮正在蓬勃兴起。许多高校和科研院所纷纷开设了有关国际传播专业课程。中国传媒大学作为教育部直属的国家“211工程”重点建设大学,是中国国际传播教学领域的学术重镇,在国际传播研究

方面取得了许多重要成果，培养了大批国际传播优秀人才。然而，由于种种原因，目前我国还没有一套系统的关于国际传播方面的规范教程，这在一定程度上影响了我国国际传播人才，特别是高水平复合型国际传播人才的培养。中国国际广播电台与中国传媒大学，一个是新闻传播领域的重要实践机构，一个是新闻传播人才的重要培养机构，后者为前者输送了大批新闻传播人才，前者为后者提供了重要实践平台，而且是后者的重要研究对象。本套丛书的编撰，既把中国传媒大学多年研究的优秀成果展现出来，转化为国际传播生产力，又弥补了我国国际传播领域此类专业教程的空白。

本套丛书在编写过程中把握四个原则：

理论性原则。国际传播是一门理论性很强的学科，经过多年的实践和研究，形成了相对完整的理论体系。由于各国社会经济发展的不平衡，国际传播的环境与条件各不相同，其国际传播理论也各有差异。本套丛书全面介绍了世界各国主要媒体的国际传播理论，系统总结了中国国际广播电台等中国国际传播机构的实践经验和理论成果，集中体现在《国际传播发展战略》、《世界主要媒体的国际传播战略》、《国家传播战略》、《国际传播概论》等书中。

前瞻性原则。随着科学技术的迅猛发展，国际传播呈现出日新月异的发展态势。从平面媒体到电子媒体再到新媒体，无不是技术革命的产物。当前，国际传播领域正在发生一场前所未有的巨大变革。这场变革以互联网及其新的传媒业态的出现为标志，迅速改变了原有国际传播手段、方式、环境和格局。跟踪、研究国际传播新变化，不仅是国际传播事业的需要，也是提升国家软实力的需要。《新媒体传播》、《国际传播史》等书全面介绍了当前国际传播特别是新媒体发展的最新研究成果，对未来新媒体发展的总体走势做了前瞻性的探讨。

规范性原则。本套丛书使用对象主要为国际传播专业的学生和媒体从业人员，在编写体例上，严格按照教科书的要求编撰，简洁明了、通俗易懂。书中使用的各种概念尽可能统一规范，各项数据来自权威机构发布的最新信息，各种译名按规范要求进行了编译，各分册之间相互照应，避免重复和交叉。各分册每章都附有思考题和相关参考书目，以方便读者学习使用。

实用性原则。国际传播是一门实践性很强的学科。本套丛书在编写中尽可能照顾到各类读者的不同需求，既有世界主要媒体的情况介绍，也有中国相关媒体的发展概况；既有国际传播的理论总结，也有中外国际传播的经典案例。特别是《中国新闻报道》、《国际新闻报道》、《国际传播策划》、《国际危机传播》等书，操作性、实用性很强，对于相关从业人员有很好的指导作用。

本套丛书是中国传媒大学和中国国际广播电台等传媒机构的上百位专家学者集体智慧的结晶。中国传媒大学出版社为丛书的编辑出版付出了辛勤努力。丛书在编撰过程中，参考了学术界、理论界的有关研究成果和数据资料，在此一并表示感谢。由于时间仓促，资料有限，丛书难免有疏漏之处，欢迎广大读者批评指正。

（王庚年系中国国际广播电台台长，苏志武系中国传媒大学校长）

目 录

CONTENTS

总 序 / 1

绪 论 国际传播的观察基础及本书架构 / 1

第一节 国际传播的观察基础 / 1

第二节 本书导读 / 6

第一章 国际传播概述 / 11

第一节 国际传播的内涵与外延 / 11

第二节 国际传播的基本特征 / 21

第三节 国际传播的功能 / 25

第二章 国际传播研究 / 32

第一节 国际传播理论 / 33

第二节 国际传播研究方法 / 44

第三章 国际传播的主体 / 60

第一节 国际传播主体概述 / 61

第二节 作为国际传播主体的媒介 / 63

第四章 国际传播的内容 / 76

第一节 政治信息的传播 / 77

第二节 经济信息的传递 / 82

第三节 文化信息的交流 / 85

第五章 国际传播的受众 / 100

第一节 国际传播受众界定与角色 / 101

第二节 国际传播受众的特点 / 108

第三节 国际传播中的受众行为 / 112

第四节 受众对国际传播秩序和国际格局的影响 / 120

第六章 国际传播的效果 / 123

第一节 全球新闻议程设置 / 124

第二节 国际传播中的信息沟 / 129

第三节 国际媒介资本的结构性失衡 / 134

第四节 文化的融合与多元化 / 139

第五节 国际受众的涵化 / 142

第七章 国际传播与跨文化交流 / 147

第一节 国际传播与跨文化交流的关系 / 148

第二节 国际传播中的文化差异 / 151

第三节 国际传播中的文化对接 / 158

第四节 加强跨文化交流技巧：以中国媒体为例 / 163

第八章	国际传播与公共外交	/ 170
第一节	公共外交的内涵与传播机理	/ 171
第二节	公共外交的外延与传播图景	/ 179
第三节	公共外交的局限及传播困境	/ 188
第九章	国际传播与全球媒介事件	/ 199
第一节	国际传播的全球化趋势	/ 199
第二节	全球媒介事件及其作用	/ 207
第三节	中国国家形象与全球媒介事件	/ 215
第十章	中国国际传播	/ 223
第一节	中国国际传播的历史实践	/ 224
第二节	中国国际传播的政策理念	/ 231
第三节	中国国际传播与大众传媒	/ 235
第四节	国际传播人才培养	/ 240
	参考文献	/ 262
	后 记	/ 271

绪论 国际传播的观察基础及本书架构

国际传播研究跨越政治学、传播学等多个学科领域，它的出现具有特殊的历史背景。很大程度上说，它是随着全球化的出现，特别是在信息全球化的背景下才作为一个问题而受到关注的。传统政治学中的一些基本概念如国家主权、利益、行为等都为国际传播因素所表征。在信息化时代，国际社会直接“交手对抗”的很大程度上是这些表征因素。一个近于虚拟的“星球大战”计划让冷战中的苏联拼命进行军备竞赛就是一个典型的例子，而全球化现实给国际传播问题研究提供了足够的素材与线索。

第一节 国际传播的观察基础^①

国际传播研究和观察不能脱离以下几个基本前提：

一、民族国家国民文化的同质性

1648年维斯特伐里亚条约标志着近代国际关系史的开始。“在欧洲，近代民族国家已经普遍形成”。^②在此后300多年中，民族国家成为国际关系中最重要行为主体。

在民族国家确立、民族国家体系形成之后，国与国之间

^① 本问题涉及的部分内容曾发表于刘继南等主编：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》，中国传媒大学出版社2002年版。

^② 王绳祖主编：《国际关系史》十卷本第一卷，“本卷前言”，世界知识出版社1995年版，第9页。

精确的疆界才逐渐固定下来。在一定的领土范围内部，统治者能够利用军队以及其他暴力手段建立受到法律制约的权力机构，在固定的区域内部享有最高的管理权限。此后，国家掌控者通常宣布自己的统治代表了国民的需要、意愿和利益，因而拥有统治的合法性。随着时代的变迁，统治者力图证明这种合法性的方式和方法不断发生变化。这种合法化的过程逐渐和民族意识切合起来。

这个过程中，由于“自欧洲中世纪晚期以来建立的民族国家成为普遍的历史趋势，‘民族’一词逐渐地成为‘民族国家’一词的同义语”，^① 作为一般社会群体意识共同特征的民族族群意识实际上和一国的国家意识统一起来。因而，民族国家并不单单是拥有一定领土、一定居民的政治实体，而且是具有同一语言、同一文化、稳定的人类共同体。国民文化同质性^②成为民族和民族国家趋向同一的基本表征。国民文化的同质性和国家的统一性，“就是国民对于国家的文化上、政治上的普遍认同”^③ 意识构成了民族国家的本质内容。

只有统一的民族国家以及其国民文化的同质性确立之后，不同国家个体之间的认同才成为一个必要的问题，而这也成为国际传播存在的前提。第二次世界大战以后，民族国家成为国际社会的主要行为体。也只有在这个时候，战争的进行、传播学的发展、全球化的深入发展以及初露端倪的信息全球化使国际传播系列问题逐渐呈现在了人们面前。

二、全球化背景

全球化背景下的国家具有以下两个基本特点：

其一，国家之间在政治经济等方面的联系、依赖日益加强，因而，彼此在对方国民中间的形象合法化成为一个重要议题。

由民族国家间关系所构成的世界秩序的确立和稳定也依赖于各个民族国家的相互承认。“任何个别国家恰好不是产生于自己的主权，而是产生于所有其他国家对领土国家世界秩序的确认以及在此范围内对该国家的承认。”^④ 由于国家间交往日益密切，就有必要让个别国家的身份得到其他国家的承认。

① 宁骚：《民族与国家》，北京大学出版社1995年版，第85页。

② 宁骚：《民族与国家》，北京大学出版社1995年版，第277页。

③ 宁骚：《民族与国家》，北京大学出版社1995年版，第269页。

④ 〔德〕乌·贝克、哈贝马斯等著，柴方国等译：《全球化与政治》，中央编译出版社2000年版，第12页。

只有在此基础上,才能组织国家之间的贸易、交往和交流。

以 1492 年哥伦布远航美洲为标志的 15 世纪的地理大发现,强烈刺激了早期资本主义国家的商品和资本输出,促进了世界贸易,拓展了世界市场,从而揭开了全球化的序幕。18 世纪的工业革命,不仅全面启动了现代化进程,同时也加快了资本主义生产方式挺进世界的步伐。到 19 世纪末,世界市场在全球范围内最终得以形成,帝国主义的殖民活动已遍及世界各地。“不断扩大产品销路的需要,驱使资产阶级奔走于全球各地。它必须到处落户,到处开发,到处建立联系。资产阶级,由于开拓了世界市场,使一切国家的生产和消费都成为世界性的了。”^① 此后的 100 多年中,全球化不断深入发展。到 90 年代初,随着冷战和两极格局的结束,经济全球化成为每一个民族国家必须面对的问题。

“全球化的概念是相互渗透的,包括经济、政治、文化、意识形态等”。^② 各个民族国家之间不但在经济上的相互依赖越来越强烈,在政治上的关系也越来越密切。各国经济均被卷入世界市场,诸生产要素在世界范围内优化配置,经济活动的诸环节在世界范围内运作,各国经济相互依赖、密不可分,呈现出某种整体化、一体化趋势。同时,各国政治交往扩大并日益频繁,其相关性空前加强,以至于开始显露出某种被称为“全球政治”的景象。

其二,全球化背景要求民族国家在国际社会结构中“占据一个位置,并且以符合行为规范的方式与具有反向身份的人互动,才能具有这种身份”。^③ 而这种身份直接关系到民族国家在国际社会的地位、利益等,并实际上形成了一个国家的集体自尊,这对于国家至关重要。

因而,民族国家必须在国际社会和全球政治中取得合法的身份与角色,以谋取自己应得的利益,这成为每一个民族国家的紧迫任务。这种合法性必须通过两种身份取得,一是在国际社会(包括世界性和地区性的国际组织、国际重大事件)中具有行为能力,并遵守(至少是宣称遵守)已有的国际法或者国际关系准则所规定的基本准则;二是对自己国家的行为有合理的解释。

① 《马克思恩格斯选集》第 1 卷,人民出版社 1995 年版,第 276 页。

② 〔英〕J. 米特曼:《全球化的挑战:在边际上的生存》,《第三世界季刊》1994 年第 3 期。

③ 〔美〕亚历山大·温特著,秦亚青译:《国际政治的社会理论》,上海世纪出版集团 2000 年版,第 285 页。

由于“国内政治与国际政治的界限日益模糊，超国家权力日益强化”，^①因而这种解释也包括对于国内政治、经济等相关问题的解释。

在上述行为过程中，一国采取的行动、对于关键事件的态度，以及对于国家行为的解释能力直接影响到这个国家在国际社会中的形象和声望。因此，国际传播问题对于国家来说越来越重要。

三、信息与媒介全球化

跨国交往固然重要，但今天我们直接感触到的全球化似乎更多是指另外一层含义：“一个事件，只有当它作为大众传媒的经验同时波及全球时，才称得上全球事件，例如切尔诺贝利核电站事故或‘黛安娜悲剧’。后者使所有地理距离和社会距离失去了意义，几乎全球各地都在颂扬这位王妃的美丽事迹，各国人民都因此深受震动。”^②我们真切地看到，信息与媒体在政治经济全球化过程中扮演了帮手、参与者、促动者等多个角色。身处全球化时代，考察民族国家的国家形象，我们需要把信息与媒介的全球化作为重中之重来进行考察。

信息和媒介全球化具有的几个特点使民族国家遇到了前所未有的挑战。

首先，信息和媒介全球化本身意味着信息的高度密集和国家行为的高度透明化。“无论身在何处，人们只要为短波收音机安上天线，或是给电视机装上能连接到互联网上的调制解调器，便都在其覆盖的范围之内。”^③一个国家和国际社会结合得越紧密，这种信息密度就越高，国家行为和信息就越透明，民族国家对于信息与媒介的依赖性也就越高。信息的高密度在使民族国家获益的前提下也使其处于高度的信息风险之中，一旦有为国际社会无法接受的事件发生，国家的形象就将面临被严重损害的危机。大部分国家处理这种危机的机制并不健全。

其次，信息和媒介全球化意味着信息将以更大规模以及瞬间性的速度传播。一旦事件发生，各种信息会通过媒介迅速传播，这使民族国家处理信息

① 蔡拓：《全球化与当代世界》，《南开学报》（哲学社会科学版）1999年第6期。

② 〔德〕乌·贝克、哈贝马斯等著，柴方国等译：《全球化与政治》，中央编译出版社2000年版，第58页。

③ 〔美〕威廉·哈森著，张苏、苏丹译：《世界新闻多棱镜——变化中的国际传媒》，新华出版社2000年版，第17页。

的难度加大。

最后,全球化媒体的增长,使得国家对于国际社会的依赖性越来越大。由于民族国家在国际社会的角色和地位很大程度上是依赖于彼此国民的信任、对对方形象的认同,“所以对他者的依赖性也就加大了”。^①

总之,媒介信息的全球化使国家行为的合法化必须在国际范围内进行,而媒介实际上存在着不同的立场,存在于不同的意识形态下,这就使一国的国际形象维护产生了矛盾。不仅传播过程中的各个因素起到了极大的作用,在意识形态差异存在的前提下,媒介的信息传递和其拥有权紧密联系在一起,国别的差别使这种媒介报道的差异更为明显。

信息媒介全球化时代的民族国家,一方面对于国际社会的依赖性空前加强,并通过这种依赖从中得益;另一方面,也因此遇到一个新的难题——如何更好地利用全球媒体,实现自己行为和形象在国际社会的合法化,国际传播当然是极为重要的途径。

四、国际社会制度化

全球化过程中,国际组织和国际条约日益增多,国际社会的制度化^②有所增强。国际社会制度化的直接结果是国际社会的日益有序化,国家角色和地位意识的增强,什么样的国家占有什么样的地位,有什么样的形象,能够 and 需要取得什么样的利益都与此有密切的关系。虽然到目前为止,国际体系的制度化程度仍旧较低,但是我们无法忽视这一潜在的趋势。

在日益制度化的国际背景当中,国家的身份和角色依赖国际组织、其他国家的共同构建。也就是说,制度化的背景使国家的角色、身份以及最终的形象,必须在得到国际社会认同的前提下才能够得到真正的合法化,正如一国政府的运作方式需要在国内政治系统的合法化原则中建立起来一样。

民族国家在得到国际社会认同的同时取得一种“集体身份”并形成集体自尊——民族国家对于尊重和地位的需求。这种集体自尊可以被看做“生存、

① 〔美〕亚历山大·温特著,秦亚青译:《国际政治的社会理论》,上海世纪出版集团2000年版,第285页。

② 根据建构主义学者的观点,国际社会的制度化是指国际组织的作用和国际规则所起的作用越来越大,从而导致国际社会由无序到有序的一种发展趋势。参见〔美〕亚历山大·温特著,秦亚青译:《国际政治的社会理论》,上海世纪出版集团2000年版。

独立、经济财富”之外的第四种基本利益。^①

集体自尊可以通过多种方式表达，国际传播是其中一个重要途径。总之，国际体制制度化使民族国家的集体自尊成为一种最基本的国家利益之一。也因此，国际传播成为必要的实践和研究领域。

以上四点，既彼此独立，又相互影响，构成我们观察和理解国际传播现象、开展国际传播研究的基础。

第二节 本书导读

本书是研究国际传播的基础性读物，侧重介绍国际传播本体及其各构成要素。同时，对国际传播的一些专项问题以及中国国际传播有所介绍。全书分为十章，其中前六章是对国际传播一般规定、功能、框架及各构成要素进行的系列分析和论述，后四章为国际传播的专题研究。

作为全书的基础性章节，第一章界定了本书中涉及的统摄性基本概念。明确了国家是当代国际关系中最主要的行为体，也是国际传播概念和实践之所以产生的基础，更是国际传播的主要信息发出者。而所有的国际传播渠道与国际传播受众，也都从属于某一个特定的国家。本书所涉及的国际传播则主要是研究大众传播媒体（即国际媒体）并以民族国家和国际组织为主体的跨越民族国家界限的国际信息传播及过程。

国际传播与其他学科一样，共同分享了社会科学的诸多中观和微观的理论与方法。但是，国际传播作为一门独立的学科，有其独特的研究范畴、研究基础和认识论。为了清晰定位国际传播的理论与方法，第二章第一节首先对传播研究的理论体系进行了梳理，明确了传播理论的五种模型。同时，也强调了理论是以关于知识、价值观和事物的某些假设为基础的，因此理论不仅在内容上，而且在形式和哲学观点上都是不同的，但它们的分类并不是绝对的。其次是对国际传播理论体系的梳理，并介绍了三种常用理论。值得注意的是，在现有的研究成果中，并不存在统一的、公认的或者唯一的研究体系。现有的体系均是研究者根据不同的学术背景、采纳不同的学术范式进行归纳整理的结果。本章第二节对国际传播研究方法进行了系统的归纳，也展

^① 参见〔美〕亚历山大·温特著，秦亚青译：《国际政治的社会理论》，上海世纪出版集团2000年版。