



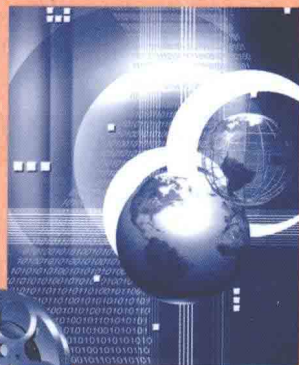
未名社科·传播学论丛

Theories and Effects of China's
International Communication

对外传播及其 效果研究

程曼丽 王维佳 著

在全球化时代，
国际政治经济关系经历了
深刻的调整。
国家主权的实质内涵不断被
大规模跨国界的生产、
贸易和金融活动重新定义。
在这一背景下，
国际传播的主体、
内容和方式与以往相比都发生了
巨大的变化。



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

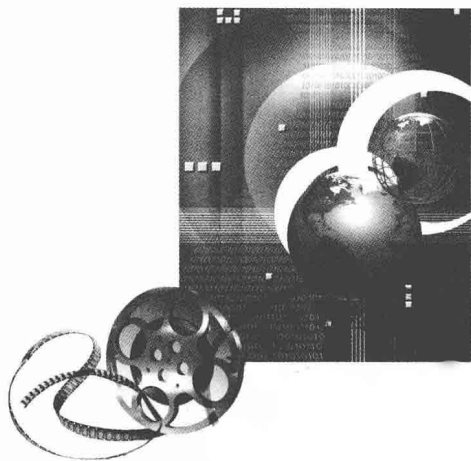


未名社科·传播学论丛

Theories and Effects of China's
International Communication

对外传播及其 效果研究

程曼丽 王维佳 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

对外传播及其效果研究/程曼丽,王维佳著. —北京:北京大学出版社,2011.5
(未名社科·传播学论丛)

ISBN 978 - 7 - 301 - 18857 - 6

I. ①对… II. ①程… ②王… III. ①中外关系 - 传播学 - 研究
IV. ①G219.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 079192 号

书 名: 对外传播及其效果研究

著作责任者: 程曼丽 王维佳 著

责任编辑: 周丽锦

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 18857 - 6/G · 3114

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016

出版部 62754962

电子邮箱: ss@pup.pku.edu.cn

印刷者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 14.25 印张 240 千字

2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

目 录

上篇 理论与现状

第一章 对外传播的内涵与时代特征 /3

第一节 对外传播与国际传播 /3

第二节 对外传播的时代特征 /15

第三节 对外传播面临的挑战 /18

第四节 对外传播中的国家角色与信息控制 /26

第二章 对外传播与国家形象塑造 /35

第一节 国家形象塑造中的相关因素 /35

第二节 国家形象塑造中的传播策略 /42

第三节 中国国家形象塑造与传播中存在的问题 /52

第三章 对外传播与国家软实力提升 /57

第一节 软实力界说 /57

第二节 大众传媒中的“软”、“硬”实力 /63

第三节 关于提升中国传媒软实力的思考 /67

第四章 中国对外传播的历史与现状 /72

第一节 中国对外传播的历史沿革与时代特征 /72

第二节 中国对外传播体系及其补充机制 /84

下篇 效果与案例

第五章 传播效果理论与对外传播 /107

第一节 传播效果研究的缘起 /108

第二节 传播效果研究的发展历程 /111

第三节 几种主要的传播效果理论与对外传播 /120

第六章 对外传播效果的影响因素 /138

第一节 影响对外传播效果的意识形态与文化因素 /139

第二节 对外传播中意识形态与文化因素的实例分析 /151

第三节 影响对外传播效果的硬件条件与专业队伍 /162

第七章 对外传播效果评估的指标与方法 /168

第一节 对外传播效果评估中的客体指标 /169

第二节 对外传播效果评估中的主体指标 /179

第三节 对外传播效果评估的方法与流程 /188

第八章 中国对外传播成功案例分析 /201

第一章 对外传播的内涵与时代特征

第一节 对外传播与国际传播

在对外传播工作中,管理者、执行者和研究者常常关注的是技术细节上的问题,包括需要组织什么样的对外传播活动,建设什么样的对外传播平台,如何组织、如何评估、如何实施等等。在这些重要的日常问题的处理过程中,人们往往忽略了对国际传播和对外传播的整体性理解。然而,与内涵、特征和历史发展过程相关的信息对于我们整体上把握对外传播工作是必不可少的知识框架。一方面,对于这些基本概念、基本要素、基本发展脉络的梳理可以帮助我们从全局出发,更深刻地理解对外传播工作涉及的方方面面;同时,要做好对对外传播问题的系统研究和论述,我们的起点也应该是明确我们所研究对象的基本内涵和特点。因此,在阐述关于对外传播的各种问题之前,我们首先需要对研究范围进行一个前提性的厘定。

从学科分类角度来说,对外传播属于国际传播学的研究范畴。而国际传播学的研究重点,就是大众传播中跨越国界的那一部分传播现象,即国际传播现象。

一、全球化时代的国际传播

关于国际传播,学界有广义和狭义两种界定。广义的国际传播,包括跨越国界的大众传播和人际传播;狭义的国际传播,特指跨越国界的大众传播,即主要依靠大众传播媒介进行的跨越国界的信息传播。本书倾向于后一种界定。原因在于:以人际传播方式进行的跨国交流活动涉及面十分广泛,举凡国与国之间的

外交活动、谈判与协商活动、人员出境留学、移民、旅游等等都可以包含在内;如果将它们统统囊括进来,难免造成研究重心的偏离和研究主体的分散,同时也容易造成传播学不同分支的混淆。

(一) 当代国际传播的性质与特征

既然对外传播活动是国际传播的重要组成部分,那么搞清楚我们这个时代国际传播的总体情况就是讨论对外传播相关问题的一个重要前提。国际传播是一种什么性质的传播活动?它具有哪些特征?随着国际关系和传播手段的发展,国际传播活动是否发生了质的变化?对国际传播问题的研究主要从哪些方面展开,或者说如何全面地认识国际传播?对这些问题的回答规定着我们理解对外传播及其效果实现的基本认识框架。

作为一种跨越国界的,对外交事务、地缘政治和国际政治经济发展产生重要影响的传播活动,国际传播具有与一般意义上的大众传播不同的性质和特征:

第一,国际传播活动是国际政治经济格局中的一个不可分割的组成部分。这首先要求国际传播的研究者和战略制定者不能仅仅关注传播活动内部的机制和流程,还要关注国际传播活动得以发生和发展的真实历史语境。在讨论国际传播问题时,纳入分析视野的不能仅仅是传者、渠道、受者、效果这些美国传播学的认知框架,还必须有地缘政治、国际关系历史、世界政治经济格局、世界不同地区文化状况等复杂而庞大的知识体系。对规律的总结和传播效果知识仅仅是一些基本的参考模式,不能生搬硬套到千变万化的国际传播活动中来。从微观的层面来说,无论是以国家为主导还是以社会为主导的跨国信息、文化交流,都会对一国的整体国际战略产生影响,这其中既包括政府的形象与合法性问题,也包括一些关键政策的舆论影响问题,如人民币汇率、中非关系、粮食安全、户籍政策等等,还包括一个国家的整体政治影响力与文化影响力的问题。从宏观的层面来说,对国际传播资源和影响力的争夺深刻地影响着今天世界局势的发展。这就是为什么第二次世界大战结束直到今天,试图全方位主导世界的发达国家从不放弃明里暗里支持国际文化传播事业、从不放弃支配国际传播资源的重要原因。国际传播问题与能源战略、地缘政治、经贸往来、国际政治关系等都是不可分割的紧密整体,讨论国际传播的问题必须有一个宏大的国际政治、经济发展视野。

第二,国际传播活动是一种政治性的传播活动。国际传播,无论是国家主导的、社会民间力量主导的,还是个人主导的,都不可能摆脱一系列的政治后果。

在这个意义上,国际传播活动永远是政治性的,关键问题是政治性与目的性之间的关系,即各种传播活动是否符合某个传播主体(比如国家)的特定政治目的。在国际传播领域,各种有组织的传播活动甚至常常是阴谋性的和技巧性的,这些传播活动的实施完全与国家的战略利益、舆论影响结合在一起。例如,在冷战时期,我们见证了美国中央情报局动用大量资金支持讽刺社会主义制度的文学、影视、美术和理论创作,投入大量人力物力用于国际间的政治宣传,暗中支持大批知识分子推广普遍主义的政治理念和发展模式;在“后冷战”时代,我们也同样见证了高科技和高投入的政治宣传在塞尔维亚、伊朗、格鲁吉亚、乌克兰、缅甸等地发动的“颜色革命”。如果不把这些活动纳入国际传播的研究视野,那么我们的研究成果既无法准确描述当代国际传播的真实状况,也无法对国际传播领域的战略部署和传播策略提供任何有价值的参考。总之,国际传播的策略制定、方法考量和效果评定离不开它所服务的政治目的。理性对待那种文明交融、文明对话的政治浪漫主义假想,务实地探讨国际传播战略与国家整体战略的适应性和有效性,才是国际传播的研究者和实施者更加重要的任务。

第三,国际传播领域的现象往往不能用普遍的社会科学规律进行解释。当今传播学研究的一个突出的特征,就是将传播活动看做是自发市场中形成的一种有普遍规律的传受互动过程。这种认识思路对于理解小范围内的商业传播来说是有重要参考意义的,然而当我们要将涉及众多复杂的地缘政治问题、国际关系问题、历史问题和全球政治经济格局问题的国际传播活动纳入分析视野中来的时候,传播学理论所具有的诸如以媒介为中心的、单一知识体系的、缺少历史分析视角等缺陷就会彰显无遗。如果我们认识到国际传播是整个全球历史发展整体中一个至关重要的环节的话,我们就必须尽快告别那种完全将国际传播研究寄托在“科学方法”和“普遍规律”之上的呆板的社会科学研究,我们就必须尽快摆脱对表面现象的执迷,进入历史,进入实践,通过对纷繁复杂的国际形势,对诡谲多变的国际传播机制、策略和活动进行符合历史实际的细致搜集、整理、分析和讨论,得出一套符合当前局势的、透彻发掘和充分反映国际传播实质的认识路径。

第四,国际传播对传播技术有着高度的依赖。传播技术的进步及其在国际政治中的运用是国际传播领域内日益重要的关注对象。国际传播虽然是大众传播的一部分,但是一般性的大众媒体及其传播渠道满足不了它的需要。比如19世纪40年代以前,国与国之间的信息往来主要依靠远洋航运(由商船附携报

纸)和邮政系统。一条消息从葡萄牙的里斯本出发经印度果阿到达中国的澳门,至少需要5至7个月的时间,这样的速度显然无法担当国际传播的重任。1837年莫尔斯的电报装置试验成功后,特别是19世纪中后期海底电缆投入使用后,信息传播速度大为加快,过去用几十天甚至上百天才能完成的信息传播过程,一个小时即可完成。这就为国际传播的有效进行提供了必要的条件。20世纪初期无线信号传输取代了海底电缆后,很快就被用于第一次世界大战期间的通信联络和其后的国际广播中。广播电视信号的卫星传送乃至国际互联网的开发、利用,不但使信息传播速度达到了前所未有的程度,同时也使国家之间、地区之间、洲与洲之间的信息传递可以无障碍地同步进行。这就为国际传播提供了更加广阔的空间,使它可以在全球性的信息平台上进行。

最后需要强调指出的是,虽然将国际传播问题单独提出,并将它与国际政治经济状况连接在一起分析是一种简洁有效的理论路径,但是一种整体观告诉我们,切不可将国内和国际的传播活动做一刀两断的切割。尤其是在发展中国家,或者说在国际传播格局中处于相对弱势的国家,其境内的传播活动多少会受到境外传播活动的影响;同样地,在讯息传递越来越迅捷的时代,国内的各种新闻信息、文化信息也会在短时间内被国际传播的议程所吸纳。国际传播依托于国内传播而存在,是国内传播的向外延伸部分。国内传播的相关因素,包括一国经济发展水平、国家开放程度、新闻传播体制、新闻管理方法、媒介组织化程度、技术应用水平以及人员素质等等,都会对国际传播产生直接的影响。因此,一种稳妥的国际传播观应当是首先重视直接的、有明确目的的传播活动,同时不能忽视本国或他国境内传播活动所产生的国际影响。将直接的国际传播活动与间接的国际传播活动,有明确目标的国际传播活动和自发的国际传播活动结合在一起,我们才能准确地把握国际传播的潮流和趋势。

(二) 国际传播研究所需要的知识体系

通过以上分析我们可以得知,国际传播活动远非一般人印象中的政府组织的外宣活动那么简单,对国际传播的研究自然也就不能仅仅局限在对一般的传播过程的探讨上。从这个意义上说,国际传播学也好,对外传播学也好,仅仅是我们进入这一广阔领域的一块敲门砖。这些成体系的学科知识只是向我们介绍了传播过程内部的各种经验、原则和规律,更重要的是如何从这些基本问题生发开去,进入更为广阔的国际关系、全球政治经济格局、地缘政治、传播技术变迁与应用、跨文化交流等综合性的知识体系中去。

首先,我们还是要批判地吸收那些探讨传播过程和传播效果的社会科学研究成果,即美国传统的传播学研究成果。当然,这些学科知识有着深刻的冷战背景。其将传播看做是一种具有普遍规律的、可以用科学方法测量的社会现象,并提供一套通过传播来实现社会发展目标的原则和知识体系,目的是在第三世界国家推广某种意识形态。这一历史渊源使得传播学这种宣称探寻传播普遍规律的学科本身就蒙上了一层政治色彩。当然,这一学科在长期发展过程中的确积累了一些分析传播现象的框架、模式和方法,在一定范围内还是具有很好的参考价值的,只不过在运用的过程中需要根据具体情况灵活处置。在这里,我们可以把这一学科体系分为主体研究、控制研究、手段研究、内容研究、受众研究和效果研究几个部分。主体研究就是传播者研究。国际传播主体研究既是对国家(政府)这个重要的传播主体进行考察分析,也是对政府以外的其他社会组织(包括营利组织和非营利组织)和个人的利益、诉求、传播目的、传播手段的研究;控制研究主要考察传播主体对国际传播讯息的把关过程和设计、实施的过程,其中包括选择内容的标准、展开传播活动的策略和组织等;手段研究主要考察传播主体选择何种媒介或媒介组合,采用何种语言编码方式,如何做好各种文化和政治环境之间的对接等;内容研究主要关注国际传播主体向外传播的信息,关注国际传播采集、制作、传播的信息,并对其进行系统分析;受众研究主要考察国际传播对象的总体构成情况,接受方的心理特征、文化特征等;效果研究是传播研究的核心问题,主要是运用各种定量、定性的传播学研究方法,建立明确而全面的测量指标体系,对传播接受方的态度和行为改变情况进行测量。

其次,除了对“科学研究方法”的运用和传播流程的解析,我们还要系统掌握国际传播的历史知识,积累丰富的国际传播案例。特别是要挖掘那些国际传播行为背后的历史细节和新技术条件下国际传播的发展趋势。规律的解析永远面对一个尴尬,那就是原则、定理的得出只是依赖于研究者眼见的经验,那些看不到的历史事件往往构成对规律适用性的挑战。就以国际传播活动为例,由于这种传播活动涉及国家利益、舆论安全等重要问题,因而具有很强的政治性。这种活动表面上看起来是文明的互动与对话,其背后伴随的往往是阴谋、霸权、反制、战略部署等等,而这些内容根本无法纳入追求普遍规律的传播学研究的视野中。只有回到历史,用历史来解释迷信,我们才能实事求是地把握国际传播的动向,实事求是地制定国际传播的战略,实事求是地组织和实施国际传播活动。因此,重视国际传播历史的研究,围绕国际传播主体、渠道、受众的发展历程和特点

进行深入的背景信息开掘,对于国际传播活动的开展有着极为重要的意义,一些关键信息的获得甚至有可能彻底改变我们按照先前规律制定的传播策略。另外,在一个全球传播兴起、新媒体迅速发展的时代,国际传播中的新手段、新策略层出不穷,积累和总结丰富的实践案例是我们跟踪国际传播动向的重要工作。例如,手机、微博等新媒体近年来在很多政治事件中扮演着重要角色,新媒体的力量甚至胜过军事力量。从2000年塞尔维亚动乱开始,除非是迫不得已,霸权力量对政治运动的动员和组织已经很少采用直接的军事干预了,手机短信、Twitter、Facebook、Google Earth等新型社交传播工具应势而上,在伊朗大选、缅甸社会运动和一些东欧国家的“颜色革命”中都发挥了重要的作用。及时总结、认真分析这些经验和手段,是国际传播研究中必不可少的内容。

最后,国际传播的研究不能仅仅局限在传播活动本身,还要将传播活动的外部因素纳入研究者的分析视野当中。诸如国际政治经济学、地缘政治学、国际关系学和广义的历史学等都是理解国际传播现象重要的知识背景。国际政治经济学专注于全球资本主义发展的一些规律的探讨,例如探讨跨国公司的迅速发展所带来的全球生产的“后工业”、“后福特”状况对于国际政治变化会产生何种影响,在一个“国家退却”的趋势下如何理解国际传播的功能和重要性;地缘政治学和国际关系学常常告诉我们一系列国家外交政策、军事行动背后的逻辑线索,例如对能源的争夺、霸权力量对主要竞争对手的封锁、粮食安全问题等等;广义的历史学告诉我们现代世界体系的来龙去脉,告诉我们资本、国家、传播在一个历时性和结构性的国际体系中各自扮演何种角色。只有掌握了这些背景知识,我们才能更加深刻地认识国际传播活动的使命、目标和重要意义,这同时也是我们分析和解释国际传播现象的重要常识。丢失了这些分析武器,国际传播研究者要么会陷入政治浪漫主义的陷阱当中,要么会忽视国际传播策略制定和实施的重要意义。

二、如何理解对外传播

(一) 基本概念的界定

关于“对外传播”的概念,可以从两个角度解读。

首先,对外传播是指国际传播中的信息出境部分。

一般认为,国际传播的信息流动分为两个走向:由内向外的传播和由外向内的传播。前者是以我为主体的传播,受众是传播对象国或者国际社会,后者是以

他国为主体的传播,我为受众;前者主要解决如何适应外部传播环境、进行有效传播的问题,后者主要解决对外来信息如何进行有效控制的问题。所谓对外传播,是就前者而言,即以我为主、由内向外的信息传播。

其次,对外传播是由“对外宣传”的概念演化而来的。

“对外宣传”作为一种传播现象早已存在。短波广播出现后许多国家开办的专门面向其他国家听众传递消息的国际广播,即属此类。但是“对外宣传”作为主流意识形态话语的被重视、被强调,却是我国独有的现象。随着西方传播学理论的引入,随着传播规律的逐渐被认识,一些研究者开始用“对外传播”的概念取代“对外宣传”,以表明对外的这种信息交流活动不是单向的,而是双向的,应当重视受众和效果。当然,直到目前为止,“对外传播”与“对外宣传”的概念仍在交替使用。

需要说明的是,无论“对外宣传”还是“对外传播”,强调的都是信息传播中与出境有关的那一部分信息的传播活动或行为。在国际传播刚刚出现、只有少数几个国家参与的年代,信息传播“对外”的路径与走向还是比较明显的。但是,在今天世界经济一体化时代或曰信息全球化时代,当各个国家的出境信息都汇聚到一个整体性的信息平台上、彼此交流与分享的时候,这种界限就不十分明显了。这个时候,每个国家的出境信息(成为其他国家的入境信息,反之亦然)都带有了更多的“国际”或“全球”的意味,或者说,成为了国际传播的一部分。既然各个国家的对外传播都在一个整体性的信息平台上流动,一个国家的信息要想为其他国家或者国际社会所接受,就必须恪守一些共同的原则,遵循一些共同的规律,这就是国际传播的原则,国际传播的规律。

从这个意义上说,“对外传播”与“国际传播”研究既有差别,也有一致性。差别在于,对外传播是从一个国家的角度来研究跨越国界的大众传播活动的;国际传播则是从信息全球化的角度来研究国家之间的大众传播活动的。正因为如此,在传播学分类中,国际传播作为一个单独的学科门类被提出,而对外传播则被确定为国际传播的一个研究角度或研究方向。其一致性在于:各个国家对外传播的信息,汇聚成国际传播的信息,它们是局部与整体的关系。每个国家对外传播之局部,都带有国际传播这个整体的特性。考察一国的对外传播现象,不能脱离国际传播的整体,只有站在国际传播的高度,才能更好地理解对外传播的需要。由此出发,在本书中,我们将对外传播与国际传播作为描述同一传播现象的概念使用,只是在研究角度上有所区分而已。

(二) 相关问题的厘定

在进行对外传播或对外传播效果研究之前,有必要对其中涉及的一些基本概念和基本问题作一个前提性的厘定。

1. 对外传播是不是跨文化传播

有学者认为,“对外传播是跨文化的传播”,这种观点为学界普遍认同。应当说,对外传播或国际传播中有“跨文化”的部分,但是“跨文化”并不是对外传播或国际传播的主要特征。因为一国之内既存在同文化,也存在异文化;国界之外既存在异文化,也存在同文化(或相同文化圈)。拿美国来说,它是一个多种族、多民族、多文化融合的国家,在它的对内传播中也涉及跨文化传播的问题;再以我国为例,我国的对外传播除了涉及跨文化的部分,还要涉及同文化的部分,因为海外有几千万华人、华裔,对他们开展的传播活动,虽然是一种对外传播,但又属于同文化传播的范畴。认识到这一点,对于我们考察对外传播效果以及提出对外传播的决策参考建议,具有重要的意义。

2. 对外传播或国际传播的主体是谁

从现有的研究成果看,有关国际传播主体的界定大致有两种,一种是国家主体说,一种是多元主体说。笔者倾向于前一种界定,即国际传播的基本主体是国家。原因在于,国际传播产生于各个国家对外宣传的需要。由于传播手段的限制,在很长一段时间内,国际传播的主导者是国家,是代表国家行使管理职能的各国政府。各国政府不但通过大众传媒向外传播信息,还承担着国际传播控制者与管理者的职责,即“把关人”的职责。国际互联网的出现,使政府之外的其他组织或个人参与国际传播成为可能(后文将会论及这个问题)。即便如此,这些主体也不能与国家主体等量齐观,因为国际传播涉及国与国之间的关系,两国市场的开放、相关协议的签署、彼此纠纷的解决,都要由国家出面,政府之外的其他组织和个人是无法承担这一职责的。此外,即便在互联网时代政府对外信息发布的垄断地位受到挑战,但政府作为对外传播管理者的身份仍然没有改变。正因为如此,国际传播被认为是一种带有很强的国家意志力和政治敏感性的传播活动。

3. 对外传播或国际传播的原则是什么

与国内传播不同,对外传播或国际传播更多的是一种国家行为,与国家安全密切相关,因而整体上呈现出趋利避害的“过滤式传播”的特点。在一般的大众传播中,媒体记者尚可以“言论自由”、“新闻自由”原则为依据,要求充分行使报

道权,并与政府管理部门的不合作进行抗争;而在国际传播领域,特别是当个体、群体利益与国家整体利益发生冲突时,所有的原则都要让位于一个更大的原则——国家利益原则。这不是某一个国家的特殊需要与规定,而是所有国家都在践行的原则。就连美国这样被认为是新闻自由典范的国家也不能免俗。正因为出入境信息的发布事关整体,事关全局,没有一个国家会自动放弃对它的管理和控制。各国对涉外信息的控制首先体现在专事对外传播的媒体机构的建立上,美国之音、英国 BBC 世界新闻广播、德国德意志电台等即属此类。这些机构的经费大都由国家提供,被视为政府的“外宣”工具。各国对涉外信息的控制还体现在对有条件参与国际传播活动的其他主体(特别是伴随互联网发展起来的个人传播者)信息发布行为的约束上。在这方面,各国均有许多限制性的规定。

4. 国际传播或对外传播效果如何测量

任何一种传播活动都希望获得有效的结果,传播效果评估也就成为研究者们的一项重要工作。目前国内普遍采用的效果评估方法是受众调查法。鉴于这种方法能够帮助传播者了解受众对其所传信息的接收、满意程度以及在此基础上形成的态度,一些学者也将这种方法搬到国际传播中来,作为评估国际传播效果的主要方法。

我们认为,在国际传播中,受众调查法不宜作为主要的效果评估方法,只能作为辅助性的手段。这是因为:第一,在国内调查中,受众身处本地,并且在意识形态、宗教信仰、文化习俗以及接受心理等方面具有相同性或相似性,即使有差异,这方面的情况也容易被调查者所了解、掌握;国际传播的受众则身处异地,他们在上述方面与传播主体国多有不同,不易为调查者了解、把握。第二,国内的受众调查是本地调查,调查者可以通过访员面访、函寄等方式将调查问卷送达被调查者,整个过程不但可控,成本也比较低;国际传播的效果调查则是异地调查,由于调查在境外进行,距离远、跨度大,情况复杂,可控性一般比较差。为了保证调查结果的科学性,传播主体国有时也会将这一业务委托给具有权威性的国际调查机构,通过它来实施调查计划。这类公司专业水准一般比较高,相应地,收费标准自然也就不会低。总之,跨国界进行受众调查,无论费用还是操作难度都远远高于国内,因而不宜经常采用。至于一国对多国或一国在国际范围内进行受众调查,难度就更大了。一方面,调查费用不是一个小数目;另一方面,由于种种限制,样本的选择和调查的实施都不一定能够达到预期的要求,而在此基础上进行的统计分析、做出的结论如何,就值得怀疑了。因此,在国际传播中,受众调

查法不宜作为测量效果的主要方法,其调查结果只能作为一种参考数据,与其他方式的调查彼此配合,相互印证。

三、国际传播与对外传播的主要研究综述

鉴于前述对外传播与国际传播之关系,我们将两相结合,对这方面的研究成果进行整体上的评述。

在传播学(或大众传播学)的学科体系中,国际传播学是一个新兴的门类。如果说前者的产生基于20世纪20至30年代电子传媒(广播、电视)的出现,后者的产生则基于大众传播中跨越国界的那一部分传播活动的展开。

早在20世纪20年代,伴随着广播的诞生,这种跨越国界的传播活动就已经出现,例如从1927年起,荷兰先后使用荷兰语、英语和印度尼西亚语向其海外殖民地广播,之后苏联、法国、英国、德国等也相继开办了对外广播。但是,由于二战中交战双方的军事对垒以及冷战中两大阵营的相互隔离,这种跨越国界的信息传播活动被限制在一定的范围内。直到冷战结束,传播屏障基本消除,“信息孤岛”不复存在,一国对外的信息传播才有可能在世界范围内形成流动并与他国对外信息传播形成互动与交流。也只有当国际传播由少数国家参与的行为变成大多数国家或所有国家共同参与的为的时候,这种传播活动或现象才有可能更多地进入学者们的视野,成为他们关注和研究的重点。

有关国际传播的研究最早融合在传播学(或大众传播学)的研究中。这方面颇具代表性的研究成果有美国学者拉斯维尔的《世界大战期间的宣传技术》(1927年)、施拉姆的《报刊的四种理论》(1956年)和加拿大学者马歇尔·麦克卢汉的《理解媒介:人体的延伸》(1964年)等。在《理解媒介:人体的延伸》一书中,麦克卢汉首次提出“地球村”的概念,认为电子媒介使信息传播瞬息万里,使地球上重大事件的发生和对事件的报道同步进行,空间距离和时间差异不复存在,整个世界变成了一个紧密联系着的整体。由于当时国际社会正处于全面的冷战中,两大营垒的对峙使一国信息无法抵达所有的国家,因此“地球村”理论“犹如一场大地震,在整个西方乃至全世界引起了强烈的冲击波和余震”。

国际传播形成独立的研究领域和学科门类,始于20世纪90年代以后,这与全球信息传播环境的变化有直接的关系。20世纪70年代,随着卫星直播电视的出现,人类进入卫星传播时代。在此之前,电视信号主要靠地面微波传送。受地球表面形状的影响,它的直接传送距离只有几十公里远。若要延长距离,扩大

传播范围,就要设立一个个中继站,这就会带来传送环节多、建设费用昂贵等问题,而在他国领土上建立中继站,又涉及国家主权问题,需要通过国家间的谈判予以解决,因此,传输范围十分有限。卫星传播利用的是太空技术,它通过卫星上安置的转发器接收地面的微波信号,将它变频放大后再发射到预定区域的地面站和电视台,这就在很大程度上克服了地面微波传送系统中的种种缺陷,使电视信号在同一时间内跨国界、无障碍传播成为可能。90年代初期,以光纤通讯线路作为传输渠道的国际互联网的应用,使广播电视的听众、观众进一步呈现出全球一体化的趋势。“冷战”的结束和国际政治格局的变化,使得原有的信息禁地不断缩小,整个世界日益被联结成一个巨大的信息平台。国际传播环境的变化,为学者们开辟了新的视野,提出了新的课题,相关的研究成果纷纷面世。这一时期主要的研究成果有美国学者罗伯特·福特纳的《国际传播:全球都市的历史、冲突及控制》(1993年)、美国学者H.莫拉纳的《全球信息与世界传播》(1997年)、英国学者达雅·屠苏的《国际传播:延续与变革》(2000年)、美国学者叶海亚·R.伽摩利珀编著的《全球传播》(2002年)等。

这些学者的突出贡献在于,他们将国际传播从一般的大众传播中抽离出来,专门就这种特殊的传播现象进行研究,分析其机理、机制,探寻其规律、特征,从而为国际传播学科体系的建立奠定了基础。在此基础上,国际传播日益成为一门“显学”,以此冠名的研究机构纷纷出现,越来越多的新闻传播院系开设了这门课程。

然而值得注意的是,冷战的结束、卫星电视的发展和国际互联网的运用,不过是上个世纪末期的事(互联网在世界范围内的大发展则是在世纪之交,距今不过十几年的时间),与此相伴而生的国际传播活动也处于经常性的变动与调整中。就研究者而言,无论是对传播科技发展的认识,还是对国际传播现象的把握,都需要一个过程,不可能同步跟进。人们认识上的这种滞后性,就决定了学术研究上的局限性。目前的情况是,尽管这方面的传播活动日趋活跃,理论研究却相对偏少。而在现有的研究成果中,学者们大多是就国际传播领域中自己熟悉并感兴趣的问题进行探讨——有的关注国际传播中的技术问题,有的关注国际传播中的语言、文化问题,有的关注国际传播中的经济、法律、政策问题,有的关注国际传播中的信息平衡问题。这使国际传播研究呈现出涉猎面广、重心各异、话题多元的特点,整体上缺乏相对统一的理论架构和话语体系。国内有关国际传播学的研究,在很大程度上借鉴了国外学者的研究体例与内容,因而也存在