

国际传播人才培养系列丛书

Communication in
International and
Diplomatic Crisis

国际危机传播

高晓虹 隋岩 主编



中国传媒大学出版社

Communication in
International and
Diplomatic Crisis

国际危机传播

高晓虹 隋岩 主编

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际危机传播/高晓虹, 隋岩主编. - 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 - 0167 - 2

I. ①国… II. ①高… ②隋… III. ①国际问题 - 紧急事件 - 传播学 - 研究

IV. ①D815.5 ②G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 018958 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

国际危机传播

主 编 高晓虹 隋 岩

责任编辑 王雁来

责任印制 范明懿

封面设计 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 北京中科印刷有限公司

开 本 730 × 988 毫米 1/16

印 张 17.5

字 数 286 千字

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

ISBN 978 - 7 - 5657 - 0167 - 2/D · 0167 定价: 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

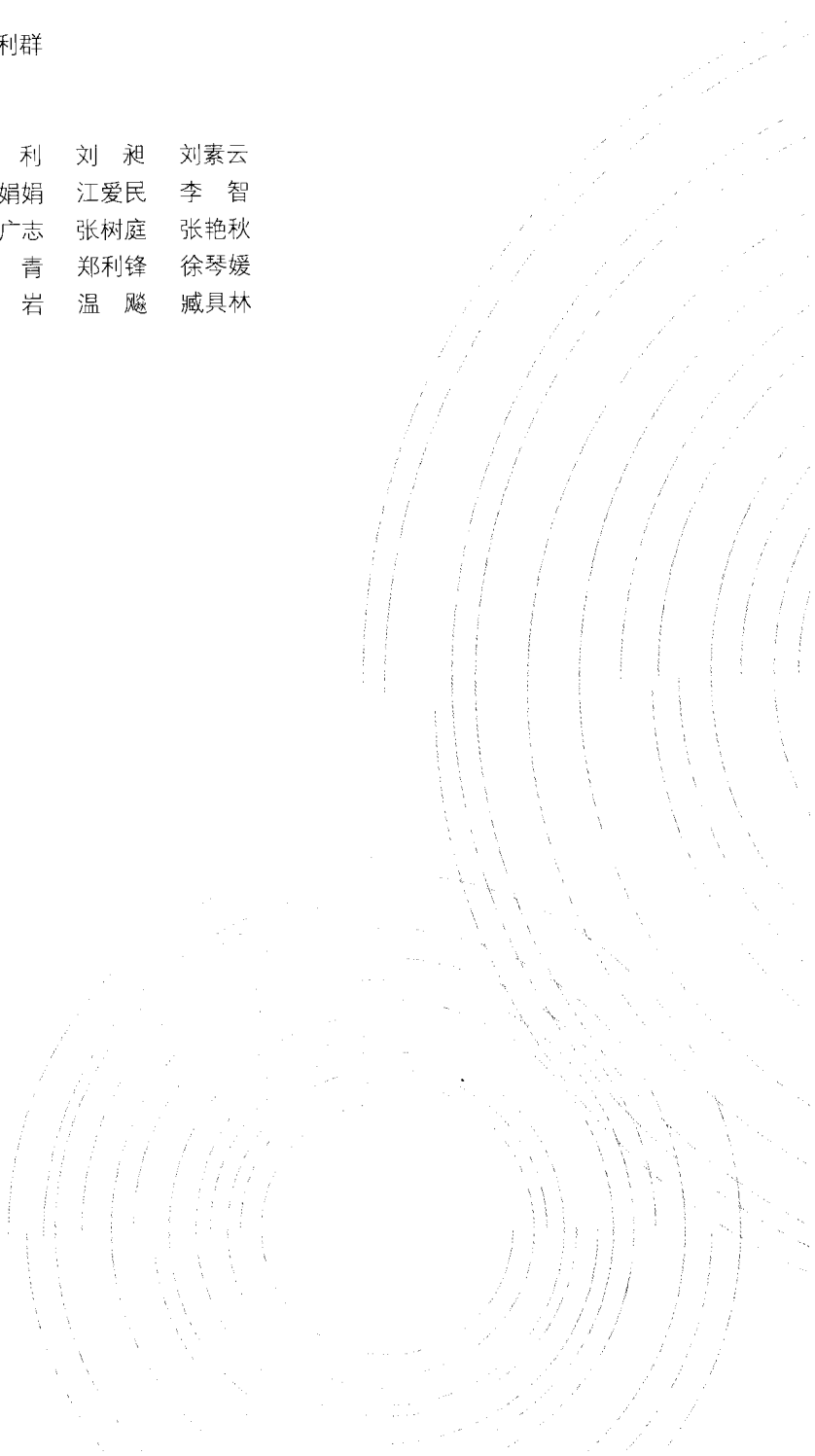
负责调换

国际传播人才培养系列丛书编委会

主任 王庚年 苏志武
副主任 胡邦胜 胡正荣 刘利群

编委 (以姓氏笔画为序)

卜伟才	马为公	邓黎	史利	刘昶	刘素云
刘笑盈	刘燕南	关锐	关娟娟	江爱民	李智
李继东	吴敏芬	何兰	初广志	张树庭	张艳秋
张毓强	陈卫星	范建平	罗青	郑利锋	徐琴媛
徐朝清	高晓虹	涂龙德	隋岩	温颺	臧具林
廖吉波	潘晓英				



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
导论：国际危机传播研究的内容、方法和意义	1
第一章 危机事件及其类型	6
第一节 危机事件及其研究	6
第二节 危机事件类型	10
第二章 危机传播与国际危机传播	13
第一节 危机传播的研究及其理论范式	13
第二节 国际危机传播的基本内涵	16
第三章 危机传播的国际化趋势及其意义	23
第一节 国际危机传播是经济和信息全球化的必然结果	23
第二节 国际危机传播关乎国家利益和国家战略	27
第三节 国际危机传播受制于国际关系	33
第四节 国际危机传播影响国际关系	37
第四章 国际危机传播中的媒介组织及其生产机制	42
第一节 国际危机传播中的媒介组织	42
第二节 国际危机的媒介生产机制	55

第五章 国际危机传播中的媒体功能	68
第一节 大众媒体功能理论概述	68
第二节 国际危机传播中的媒体功能	70
第六章 国际危机传播中的价值选择与报道策略	77
第一节 国际危机中的“信息不对称”与媒体角色	78
第二节 国际危机报道中的价值判断	82
第三节 国际危机中媒体的报道策略	86
第七章 国际危机传播中的修辞	96
第一节 国际危机传播视野下的修辞维度	97
第二节 国际危机传播中的修辞实务	107
第八章 国际危机传播中的过度报道与阐释	119
第一节 国际危机传播与阐释理论	120
第二节 国际危机传播中的过度阐释	135
第九章 国际危机传播与公共政策创新	150
第一节 国际危机事件与公共政策	151
第二节 国际危机传播引发公共政策创新	156
第十章 国际危机传播中文化和宗教的作用	167
第一节 认知体系的文化、宗教差异与国际危机传播	168
第二节 价值观与国际危机传播	175
第三节 规范体系的文化、宗教差异与国际危机传播	179
第四节 语言和非语言符号与国际危机传播	185

附录	
附录一：路透社对“7·5”事件报道的内容分析	192
附录二：德国主要媒体对“7·5”事件报道的内容分析	217
附录三：《纽约时报》对“7·5”事件报道的内容分析	228
附录四：路透社对美韩联合军演报道的内容分析	237
附录五：德国《明镜周刊》对美韩联合军演报道的内容分析	256
附录六：CNN 对美韩联合军演报道的内容分析	262
参考文献	268
后记	271

导论：国际危机传播研究的内容、方法和意义

20世纪80年代中后期开始，以通信和计算机网络技术为代表的信息革命把整个世界前所未有地联系在一起，软件和网络平台使社会结构逐步“扁平化”^①，麦克卢汉所言的“地球村”已经成为现实，但这同时也意味着德国社会学家乌尔里希·贝克预见的“风险社会”^②的来临。

进入新世纪以来，世界局势愈发动荡不安。2001年“9·11”事件使人们重新“发现”了美国学者亨廷顿。他在《文明的冲突》中指出，根源于文化和宗教差异的国际冲突会日益增多，世界秩序的重建将举步维艰。西方普世价值观的破灭，让一些对全球化曾持有乐观主义态度的学者的研究开始转向，国际危机和冲突成为各国政府和研究者关注的热点。

清晰而明确的概念是理论探讨和学术研究的起点。本书第一章首先对危机事件及其研究历史做了简要的梳理，在综合借鉴各种学术观点的基础上，把危机事件分为自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件、宏观政治性与经济性危机等五种不同的类型。

第二章在探讨危机传播研究及其理论范式的基础上，界

① [美] 托马斯·弗里德曼：《世界是平的》，湖南科学技术出版社2008年版。

② [英] 芭芭拉·亚当、乌尔里希·贝克等：《风险社会及其超越：社会学理论的关键议题》，北京出版社2005年版。

定了国际危机传播的基本内涵。基于传播学理论和国际政治学理论的两个视角，作者从“信息本身就是国际危机事件的传播”和“地区性危机事件的国际化传播”两个层面来定义和理解国际危机传播。

在国际资本流动和世界范围内社会分工的影响下，国与国之间利益掣肘、矛盾交错，冲突不断。传染病的全球流行、国际金融风暴、美韩黄海军演、南海争端和中美贸易摩擦等危机的当事方就是两个或多个国家。跨国企业的活动和传播技术的发展，则使地区性的危机随时可能转化为一场国际危机。2009年“7·5”事件的国际传播更是提醒我们，中国经济虽早已融入世界，但国际社会中的意识形态差异和文化冲突仍未消弭，把中国问题国际化、把中国某些内部问题国际化传播，仍是某些国际势力阻碍中国和平发展的重要手段。

随着经济的快速发展，我国进入危机高发期。据统计，2006年各地爆发的群体性事件就已经超过了9万起。^①在快速城市化和社会转型时期，利益阶层的形成、分化与竞争给社会带来了诸多不安定因素。2008年席卷全球的金融危机过后，国际危机正逐步呈现出扩大化和常态化的趋势。应对突发性强、破坏力大、影响范围广的国际危机成为政府工作日程的重要部分。

第三章在阐明了危机传播的国际化趋势之后，论述了国际危机传播研究的深远意义。国际危机事关国家利益和主权，处理不好还会影响民族形象，制约国家软实力的发展。当然，危机也并非总是坏事，祸福相依是一条古老的哲理，打破事物发展常态的危机往往是推动事物进步的重要力量。在国际危机传播中，如何化被动为主动，变“危险”为“契机”，是危机传播研究的重点。

在明确了概念与研究意义后，第四章、第五章和第六章对国际危机传播的主体进行了探讨。第四章是有关传媒组织及其生产机制的讨论。在国际危机传播中，传媒组织的外延广泛，既包括传统的大众传媒和新兴的网络传媒，也包括政府部门、跨国企业、非政府组织与社会团体等多个组成部分，因此我们可以统称为机构（institution）。机构的技术环境和制度环境决定其组织形式和生产机制。其中，新闻专业主义对传媒组织能动性的影响也不容忽视。另外，机构的传播活动有时也会产生“媒介化危机”。本章通过案例分析，重

① 吴尚：《群体性事件：对执法智慧的最大考验》，《现代世界警察》2009年第8期。

点研究了国际危机的传媒生产观念、生产过程以及生产机制中的“危机再生产”问题。

随着大众传播与社会发展的关系日益密切，传媒的社会功能发生了演变。第五章在介绍经典功能理论的同时，指出了传统的“三功能说”、“四功能说”或“五功能说”等已经难以涵盖新的情况，过去某些重要的功能在弱化，新的功能在凸显，如传媒的外交功能、构建国家软实力功能等已成为全球化时代国际传播中的传媒新功能，在国际危机传播中发挥着重要的作用。

第六章的观点是，大众传媒是国际危机的信息传播者、舆论建构者和问题解决者，有时传媒本身还是一些危机的始作俑者。毫无疑问，对危机传播主体——大众传媒的分析，将有助于我们更好地探讨国际危机传播中的媒介角色、价值判断及其报道策略。在国际危机传播中，传媒兼具信息供应商与社会公器的双重身份。角色决定立场和价值选择，价值选择影响方法与策略。因此大众传媒既要尊重信息传播规律，又要保护文化主权，维护国家利益。如何在二者之间平衡，主要取决于传媒的报道策略。认清危机的性质和传媒的报道空间，分阶段、分层次展开报道，才能在国际危机传播中准确传达事实信息，深入探究危机的因果关系。

国际危机传播中，文本意义的建构能力直接取决于信息的生产组织——媒介及其生产机制，文本意义的建构方法则来源于修辞学和阐释学等理论。价值判断是大众传媒制定国际危机传播策略的依据；对文本的修辞（rhetoric）则是传媒建构意义的具体手段。第七章重点探讨了国际危机传播中的修辞维度与运作实务。起源于古希腊城邦时代演说与辩论技巧的修辞学，其实早已被运用在大众传播方法中。修辞可以看做是对文本框架结构的处理，选择和凸显是两种最基本的方法。文字、语言和视听元素都是修辞的主要对象。运用修辞时要考虑语境和文化，真实性、目的性和全局性是三项基本原则。在国际危机传播中，要根据传播对象的不同确定不同的修辞原则，然后在此基础上进行修辞的实务运作。综合运用各种修辞手法可以在传递信息的同时表明传播者的态度和立场，从而实现意义的建构。

传播者把经过修辞的文本传递给受众，并不意味着受众会做出既定意义的解读。意义传递涉及作者的意义解释和读者的意义理解两个阶段。因此，第八章借用阐释学理论，探讨了国际危机传播中作者、文本和读者的意义图

式。从阐释学角度出发，国际危机传播中的文本在报道层面具有客观性，在阐释层面具有互文性，在叙事层面具有主体性。文本报道层面的客观性毋庸置疑。文本在叙事层面的主体性，表明了传播者在进行内容生产时对文本拥有的权力。文本在阐释层面的互文性，可以和框架（frame）理论结合起来理解。框架理论认为，语言的意义和文化内涵存在于认知框架内，语言形式只是激活框架的符号。对任何一个概念的理解必然会激发一整套相关经验概念，包括它的隐含意义和社会文化意义。^①当然，我们也可以从修辞的维度来理解框架理论。^②国际危机传播中，准确的报道和适当的阐释可以把信息和意义共同传递给受众；不准确的报道与过度阐释则会引发次生危机。在已有大多数危机研究中，报道或不报道、怎么报道成为研究的重点，而过度阐释引发次生危机的情况却被忽略了。

传媒的生产机制、社会功能和传播策略一方面由其性质决定，另一方面也受公共政策环境影响。第九章从公共政策的角度对国际危机传播进行了剖析。公共政策是社会的基础性政策，它具有公共服务、社会保障和利益调节等多方面的功能。“效率优先、兼顾公平”一直是中国改革开放以来制定公共政策的指导原则。当前国内的很多公共政策已经处于非合理或非良性状态，^③这是一些具有国际影响的重大危机爆发的制度根源。在国际危机传播中，由于公共政策引起的社会问题会优先进入政府的工作议程，从而加快对公共政策的改革与完善。

文化和宗教既影响传媒的传播策略，又对受众的信息接受和理解发挥作用，还是国际危机传播的一个不容忽视的社会环境。第十章对国际危机传播中的文化和宗教作用进行了全面的解析。英国学者斯图亚特·霍尔在研究了电视话语中的编码与解码过程后指出：对同一文本，不同文化和情境下的受众会作出主导性（dominant code or strategy）、协商性（negotiated strategy）与

① 姚琴：《框架理论与等值翻译——认知语言学视角下的翻译》，《重庆交通大学学报》（社会科学版）2007年5期。

② Jim A. Kuypers, “Framing Analysis from a Rhetorical Perspective”, P. D. Angelo and J. A. Kuypers, eds., *Doing News Framing Analysis*, Routledge, 2010.

③ 陈潭：《公共政策变迁的理论命题及其阐释》，《中国软科学》2004年第12期。

对抗性（oppositional code）的不同解读。^①文化和宗教，作为一种社会规范，潜移默化地影响大众的认知、情感和行为，是塑造我们价值观的主要力量。在国际危机传播中，要充分考虑不同文化与宗教背景下思维方式、价值观念和社会习俗的不同，因地制宜地制定传播策略，尤其要重视符号在不同文化体系下的认知差异。

本书的宗旨就是在定义和理解国际危机传播的基础上，研究国际危机传播现象，总结危机传播规律，为政府、企业制定传播政策、实施传播策略和解决国际危机提供参考。

① Hall, Stuart. 1974. “The Television Discourse—Encoding and Decoding”, Ann Gray and Jim McGuigan, ed. *Studies in Culture: An Introductory Reader*, London: Arnold, 1997, pp. 28 – 34.

第一章 危机事件及其类型

本章要点

- ❁ 危机是一种常态，危机事件是危机爆发的表象，是危机周期里的一个阶段
- ❁ 从古巴导弹危机事件开始追溯现代危机研究的历史
- ❁ 不同历史条件下危机的不同含义

第一节 危机事件及其研究

研究国际危机传播，首先要明确“危机”概念的范围。危机是一个具有高度概括性的词语，涉及不同领域的研究对象。同样的，危机作为人类社会的一种普遍存在，也有着深刻的社会和时代背景。

一、从“危机”一词的本意来看

从词源学的角度来追溯“危机”的定义，可以让我们有一个相对容易的切入点。危机在《辞源》中的解释是：危机是潜伏的祸端。^①危机一词最早来源于《晋书·诸葛长民传》“富贵必履危机”。《现代汉语词典》中“危机”指的是危险的祸根，或是严重困难的关头。从汉语言文学角度来看，危

^① 《辞源》第一部，商务印书馆1979年版，第434页。