

“对外传播理论与实践研究”丛书 中国外文局对外传播研究中心选编

中国对外传播的 变革与发展—— 《对外传播》20周年文选

于运全 王眉 主编



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

“对外传播理论与实践研究”丛书 ☆ 中国外文局对外传播研究中心 选编

中国对外传播的变革与发展

——《对外传播》20周年文选

于运全 王眉 主编

图书在版编目(CIP)数据

中国对外传播的变革与发展——《对外传播》20周年文选 / 于运全主编.

—北京: 外文出版社, 2014

ISBN 978-7-119-09236-2

I. ①中… II. ①于… III. ①中外关系—传播学—文集 IV. ①G219.26-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第248064号

“对外传播理论与实践研究”丛书

总策划: 姜加林

责任编辑: 吴奇志 杨璐

装帧设计: 北京吾昱设计工作室

印刷监制: 冯浩

中国对外传播的变革与发展——《对外传播》20周年文选

于运全 王眉 主编

©2014外文出版社

出版人: 徐步

出版发行: 外文出版社有限责任公司

地址: 中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网址: <http://www.flp.com.cn>

电话: 010-68320579 / 68996067 (总编室)

010-68995844 / 68995852 (发行部)

010-68327750 / 68996164 (版权部)

印制: 北京蓝空印刷厂

经销: 新华书店 / 外文书店

开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 27.5

字数: 300千字

装别: 平装

版次: 2014年11月第1版 2014年11月第1版第1次印刷

书号: ISBN 978-7-119-09236-2

定价: 38.00元

版权所有 侵权必究 有印装问题可随时调换

**对外传播研究中心成立十周年
研究文集**

“对外传播理论与实践研究” 丛书编委会

主 任 周明伟

编委会成员（以姓氏笔画为序）

于运全 方正辉 王众一 王刚毅
严文斌 李雅芳 陆彩荣 陈 燕
林良旗 姜加林 徐 步 程曼丽

对外传播研究中心成立十周年 研究文集编委会

主 任 姜加林

编委会成员

陈 燕 于运全 黄长奇 杨 平
王 眉 宁曙光 孙 明 孙东哲
王 虹 王育宁

序

构建中国特色社会主义 对外传播理论体系

中国外文局局长 周明伟

中国外文局对外传播研究中心成立十周年，是一件值得纪念和庆贺的事情。十年来，对外传播研究中心的成果不仅推动了外文局的事业发展，还对推动我国的对外传播理论研究工作和相关学科建设作出了卓有成效的努力，对外宣事业发展产生了积极影响，得到中央领导同志和相关部门的充分肯定，在外宣工作大局中发挥了重要作用。

十年树木，百年树人。有着六十多年光辉历史的外文局是中国特色社会主义对外传播理论研究的重要发源地和根据地。我国对外传播理论研究于20世纪80年代兴起，外文局率先起步。外文局原局长段连城和今日中国杂志社原副总编沈苏儒是“双星”开拓者，两人都是经验丰富、中英文俱佳的外宣专家，又都有志于学术理论研究。段老和沈老是邻居，业余时间常在一起切磋学术。段老曾说：“‘德不孤，必有邻’，我们的观点可谓相辅相成，我

们对创建‘对外传播学’这个新学科的愿望也同样强烈。”段老在1988年出版《对外传播学初探》，是第一个提出建立中国对外传播学的开拓者，其专著被学术界称为“拓荒之作”。沈老紧随其后，不久也推出第一本业务专著《对外报道业务基础》。在此基础上，段老1993年出版了专著《怎样对外介绍中国》，沈老1999年出版了专著《对外传播学概要》，均是对外传播领域不可多得的奠基之作。2004年，外文局对外传播研究中心成立，接过二老对外传播理论研究的大旗，将建设中国特色社会主义对外传播理论研究基地作为新的奋斗目标。

对外传播研究中心经过十年的发展，已经成为国家重要的外宣理论研究基地和思想库。

十年来，对外传播研究中心培养和锻造了一支高水平研究队伍。在对外传播理论研究和国际涉华舆情研究领域拥有近百名的专业研究人员和特约专家。他们拥有过硬的政治素质，良好的理论素养，较高的研究水平，经历过一系列重大研究任务的实战考验，表现优异。

十年来，对外传播研究中心承担了一系列国家重点研究课题。在“中国威胁论研究”、“对外传播中的国家形象设计”、“新形势下提升国际传播能力的战略研究”等课题研究中，形成了核心优势，发挥了理论研究服务决策的重要作用。

十年来，对外传播研究中心建成了国内知名的全球涉华舆情研究基地。研发了涵盖全球主流媒体、主要智库的多语种国际舆情数据库，编发《外宣研究与参考》、《境外涉华舆情》等二十余种舆情研究产品，向中央和相关部门动态提供全方位涉华舆情信息和研究成果。

十年来，对外传播研究中心建立了机制化的对外合作交流基地和平台。通过主办《对外传播》、《网络传播》、《中国翻译》等国家级专业期刊，紧密联系了国内外学界和业界。与国内外知名高校和专业机构共建了多个研究

基地和协同创新中心，搭建了业内认可度很高的年度性“全国对外传播理论研讨会”、“全国翻译工作座谈会”、“中国政治话语传播研讨会”等高端跨界交流平台。

本次出版的研究文集共有十本书，研究内容涵盖国际涉华舆论、对外传播学理论发展、新媒体、政治话语等多个方面。《境外媒体涉华舆论年度分析报告》、《国际涉华舆论热点透视》分别按照时间和热点事件进行舆情分析，展示了一幅立体动态的国际涉华舆情“图景”。《中国共产党国际形象研究》剖析了境外媒体、国际智库、国外出版社的涉党报道和研究情况。《海外涉华书情研究》呈现了国际图书市场和海外涉华图书出版的调研成果。《境外涉藏舆情研究》系统分析了近十年来境外涉藏舆情的发展变化特点与规律。《融通中外：中国政治话语的国际传播》选编了第一届中国政治话语传播研讨会的论文和发言观点。《中国对外传播的变革与发展》、《新媒体与国际传播》和《对话世界——〈中国翻译〉对外传播翻译理论与实践文集》则精选了《对外传播》、《网络传播》、《中国翻译》杂志上发表的高质量论文。《对外传播研究中心大事记》再现了中心十年成长的点滴和足迹。

当然，这十本书，只是对外传播研究中心十年研究成果的一个缩影，也只是中国对外传播理论研究事业的一个剪影。

沧海横流，方显英雄本色。当前，我们正处在一个伟大的变革时代，我们从来没有像今天这样离实现伟大民族复兴“中国梦”如此之近，同时也必须准备进行具有许多新的历史特点的伟大斗争。习近平总书记指出，中国需要更多地了解世界，世界也需要更多地了解中国。我们要努力以当代中国价值观念，展示中华文化独特魅力和国家形象，努力提高国际话语权。讲好中国故事，传播好中国声音，阐释好中国特色。新时期对外宣传工作使命光荣，责任重大。

实践永无止境，理论创新永无止境。中国对外传播的新实践对理论研究

提出了新的更高要求。对外传播理论研究必须紧密结合新形势、新任务，立足我国对外传播的当前实践和未来趋势，研究新实践、新技术条件下的新问题。其中，对以下几个问题的研究和回答，将对我国未来的对外传播事业具有重大意义。

一是如何传播好中国核心价值观？党的十八大以来，新一届中央领导集体一系列执政理念、执政方略以及核心价值取向，在国际社会引起高度关注和热烈反响。比如，“中国梦”、“新型大国关系”、“命运共同体”、“丝绸之路经济带”等提法，就是中国共产党执政理念与价值追求的最新表达。如何以一个大国的世界观、气度胸怀、深厚的文化积淀和丰富生动的语言来深入理解、诠释和传播好这些概念和理念，阐述好中国人的精神追求和价值取向，是当前以及今后一个时期对外传播理论研究和实践的重大课题。

二是如何进一步加深对外部世界的了解和认识？对外传播的吸引力、影响力，以及有效性和针对性，不仅取决于内容与形式，一定程度上也取决于中国和世界的相互了解。改革开放三十多年来，我们对外部世界的了解已经有了巨大的飞跃性变化，但是还有很多问题我们依然知之不多或一知半解。加深对外部世界的了解，是我们向世界说明中国的基本要求和解决对外传播针对性的“本钱”。

三是如何构建融通中外的对外话语体系？随着中国国际化程度不断提高，同世界联系日益紧密，中国特色社会主义道路、理论体系、制度以及中国的核心价值观等在语言转换（翻译）方面面临很多挑战。一些相关概念表述在现有各式各样“词典”和“百科全书”中难以找到现成的翻译，或是字面翻译没有错误，但实际上辞不达意的情况比比皆是。因此，我们不仅要深入了解、不断适应现有的规则及话语体系，更要着力打造融通中外的新概念新范畴新表述，并在国际话语体系中发挥作用。这事关我们与不同文化、不同制度、不同理论进行交流、交融、交锋的能力与水平，事关我们能否具备

一个大国应有的国际影响力。

四是如何利用新媒体开展对外传播？随着新技术的不断应用，传播的形式和内容都进一步向着多元、多样、多变的方向发展。新媒体也已成为舆论斗争、竞争的主战场。如何利用发展迅猛、形式多样的新媒体开展对外传播，不断适应技术创新对传播内容、形式、机制、人才等提出的新要求，同时趋利避害，防患未然，把握新媒体环境下舆论传播的主动权、主导权，也是一个重大而迫切的研究课题。

新形势不仅带来了新的问题，也为对外传播研究带来了新的机遇。十年，是一个终点，更是一个新的起点。对外传播理论研究事业同样使命光荣、责任重大。构建具有中国特色、体现时代特征、服务工作大局的对外传播理论体系任重而道远。希望有关方面和社会各界继续关心和支持对外传播研究中心的发展，希望对外传播研究中心的各位同事继续凝心聚力、攻坚克难，以踏石留印、抓铁有痕的劲头，勇攀新高峰、再上新台阶。

衷心希望本研究文集能够为中国特色社会主义对外传播理论研究提供有益的借鉴和启示，也欢迎大家提出批评和建议。

是为序。

周明伟

2014年8月6日

出版说明

《对外传播》杂志是由中国外文局对外传播研究中心主办、专门研究对外传播工作的国家级专业期刊，创刊于1994年。时值出版20周年之际，《对外传播》杂志从历年发表的文章中精选了66篇有代表性的作品，汇编成《中国对外传播的变革与发展》一书，希望读者能从这些“旧文”中读出新意，对我国当下和未来的对外传播事业有深入的认知与思考。

根据对外传播理论研究所涉及的问题，我们将本书划分为五个部分：第一章“传播战略研究”主要从传播策略和传播理念等较为宏观的层面分析提高国际传播力的路径；第二章“传播渠道与多元媒介平台研究”在探讨书籍、报刊、影视、互联网等不同传播媒介的传播实践的同时，也关注地方外宣、民间外宣、智库、对外交流活动、新闻发布等多元传播渠道在对外传播大格局中所发挥的作用；第三章“传播实务与方式方法研究”结合外宣业务，从微观角度探讨了对外报道实践中面临的选题、文本写作和翻译等问题；第四章“受众与效果研究”是对外传播研究的重点和难点，尤其是关于我国对外传播效果评估体系的研究目前仍较少涉及。本章收录了有关国外受众分析和中国形象海外调查研究的相关成果；第五章“对外传播研究回顾与反思”梳理我国对外传播实践与理论研究的发展脉络和现状，分析当前研究中存在的问题，探讨对外传播学未来的创新方向。

本书作者多为对外传播业界和学界的专家学者，他们的独特观察与思

考，有助于读者了解中国对外传播实践的发展历程和对外传播学研究的理论脉络。希望本书对当前中国对外传播学的发展和对外传播理论体系的构建也有所助益。

对外传播研究中心
2014年9月

目 录

第一章 传播战略研究 / 1

| | |
|-------------------------------------|----|
| 讲好中国故事 传播好中国声音 | 3 |
| 拓宽视野 创新思维 丰富实践 引领研究 | 9 |
| 国际中国研究中的几个问题 | 14 |
| 打造国际话语体系的困境与路径 | 23 |
| 如何增强中国媒体的国际话语权 | 29 |
| 对外传播中的共同价值观问题初探 | 33 |
| 中国文化价值观的构建与传播 | 43 |
| 如何向世界说明中国——一个中国国际问题学者的思索 | 46 |
| 开展“软实力”与对外传播的研究 | 54 |
| 论我国软实力提升中的大众传播策略 | 64 |
| 中国文化软实力建设任重道远 | 74 |
| 弱势文化条件下的对外传播 | 82 |
| 用中国特色的新闻影响世界——兼论我国国际传播能力的提升途径 | 88 |
| 全面创新提高媒体传播能力 | 94 |
| 我国对外传播主体的文化自觉 | 98 |

第二章 传播渠道与多元媒介平台研究 / 103

| | |
|---|-----|
| 有针对性地做好书刊对外宣传 | 105 |
| 外文图书出版向对象国“靠岸” | 110 |
| 外宣图书出版之我见 | 119 |
| 中文期刊海外经营战略初探 | 122 |
| 电视对外传播的本土化策略初探 ——以《媳妇的美好时代》在非洲传播为例 | 128 |
| 主流电视媒体对外传播的新媒体策略 | 135 |
| 新媒体对政府传播的挑战 | 142 |
| 新媒体环境下的民间对外传播 | 151 |
| 融合与渗透：网络时代国际传播的新特征及对策 | 154 |
| 中国对外传播的博客策略 ——基于国际博客对中国报道的内容分析 | 160 |
| 中国对外传播在移动互联网领域的新变化 | 165 |
| 电视频道与其官方微博的关系研究 ——以央视外语频道的新浪微博为例 | 172 |
| 我国媒体利用海外社交网络推广现状及对策 | 179 |
| 中国媒体近年在美国的发展轨迹 | 185 |
| 必须“宣传”才更有效果——记“感知中国”活动的宣传实践 | 190 |
| 国家形象宣传片的历史规律与现实挑战 | 195 |
| 智库：影响世界“中国观”的重要力量 | 199 |
| 西方智库制造“中国观”的主要做法及启示 | 203 |
| 新闻发布十年：进展、问题与发展趋势 | 209 |
| 2012年新闻发布工作改革的前景展望 | 215 |

第三章 传播实务与方式方法研究 / 221

| | |
|--|-----|
| 坚持“外宣三贴近”原则,处理好外宣翻译中的难点问题····· | 223 |
| 浅谈对外传播中文文本的写作····· | 228 |
| 对外新闻背景材料的选择与运用····· | 236 |
| 如何做好对外文化报道?····· | 241 |
| 中国经济新闻对外报道难点初探····· | 246 |
| 浅析环境保护对外报道策略····· | 251 |
| 群体性突发事件的对外传播····· | 255 |
| 从“毒奶粉”报道管窥公共卫生事件对外传播····· | 260 |
| 浅谈5·12大地震境外报道的特点····· | 265 |
| 视野与方法——爱泼斯坦这样报道西藏····· | 272 |
| 中国民族问题在西方媒体中的冲突框架及应对····· | 279 |
| 电视对外传播的成功运用——《中国宗教》电视系列片摄制体会·· | 283 |
| 对外报道中国梦的切入点····· | 290 |
| 对外传播存在什么问题,我们如何做好?····· | 298 |
| 是什么妨碍了中国的声音在世界的传播? ——关于对外传播的一点断想····· | 308 |
| 针对性及其在编辑工作中的体现····· | 312 |

第四章 受众与传播效果研究 / 319

| | |
|---|-----|
| 对外传播的效果····· | 321 |
| 受众研究:理论与实践····· | 326 |
| 研究读者心理优化选题策划····· | 331 |
| 我国对外传播效果评估的指标体系及实施方法····· | 335 |
| 外国意见领袖眼中的中国和中国媒体 ——对30个国家媒体人士和中国问题专家的访谈报告····· | 340 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 美、德、俄、印民众眼中的中国国家形象问卷调查分析 | 348 |
| 媒体国际传播能力评估体系的核心指标 | 360 |
| 中国形象的复杂性及相关应对之策 | 369 |
| 中国国家形象全球调查报告2013 | 373 |

第五章 对外传播研究回顾 / 381

| | |
|--------------------------------|-----|
| 我国对外传播学的开创 | 383 |
| 对外传播学研究30年 | 390 |
| 三十年来中国对外报道研究综述 | 394 |
| 改革开放30年来中国对外传播媒体的发展现状及趋势 | 399 |
| 未来5-10年我国对外传播面临的挑战与创新策略 | 406 |
| 由内而外的传播智慧：对外传播学的现实与未来 | 411 |