

郭光华主编

对外报道与国际传播研究丛书

Policy Study on Reporting China for Global Audience

中国对外报道思想研究

◎何国平 著

中国传媒大学出版社

Policy Study on Reporting China for Global Audience

中国对外报道思想研究

◎何国平 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国对外报道思想研究 / 何国平著. —北京: 中国传媒
大学出版社, 2009. 3

(对外报道与国际传播研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 427 - 1

I. 中… II. 何… III. 中外关系—新闻报道—研究
IV. G219. 26

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 034994 号

中国对外报道思想研究

著 者 何国平
策 划 欣 文
责任编辑 蔡开松
责任印制 曹 辉
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)
北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024
电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405
http: //www. cucp. com. cn

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司
开 本 670 × 970mm 1/16
印 张 20. 25
字 数 272 千字
版 次 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 427 - 1/G · 427 定 价: 49. 80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总 序

关于对外报道,我们有太多的记忆。先说几则外国人替我们所作的“对外报道”:斯诺一篇《红星照耀下的中国》,让世人对当时处于封锁状态下的延安解放区有了了解;“文化大革命”中意大利记者安东尼奥尼拍摄的电影《中国》,在国外叫好,却遭到了我国当时的国家宣传机器的强烈抗议。我们也抱怨过西方媒体“妖魔化中国”。我们渴望通过对外宣传,向外国特别是西方国家树立起一个好的国家形象。急切之情,有时恨不得让对方按我们的思路行事。而我们自己的对外报道,传播渠道既窄,传播效果也不见得尽如人意。还记得1993年我访问瑞士时,我朋友的家人还问我“中国的妇女穿不穿裙子”这样的问题,可见我国与外国的隔阂有多么深。这些年来,几乎所有来中国的国外朋友都

有一个共同的感受,中国的实际情况大大出乎他们的意料,惊讶之情,可以用“震撼”二字描述。由此可见,我们的对外报道还存在着信息不对称现象。

中国的对外报道有太多的东西值得反思与总结。“文革”中我国的对外报道一度变成了向外输出革命。“文革”结束后,我国对外报道事业开始反思。1977年新华社对外部征求外国友人对中国对外新闻传播的意见,英中了解协会主席费里克斯·格林(Felix Green)批评中国对外报道八股严重,宣传方式过于夸张,不了解外国受众,总体说来是失败的。邓小平对格林的批评非常重视,批示要求外宣干部仔细学习。1978年新华社召开对外报道工作会议,中央各主要对外新闻单位参加,随后,一系列有关对外宣传报道的会议召开,确立了新时期对外报道工作的正确轨道和指导思想,将对外宣传报道的工作目的从“推动革命”转为“宣传中国”,将工作对象从“世界左派”转为“一切外国受众”。1980年中央对外宣传小组成立,由中宣部、中联部、外交部、文化部、国务院侨办、港澳办,人民日报社、新华社、广电部、外文局等单位的负责人共同组成,负责领导全国对外报道工作。这一重新定位与部署,加速了我国对外报道事业的良性发展。

“文革”后我国对外报道观念进步很大,对外报道工作也取得了巨大的成绩。这其中,有四个方面的原因是特别值得一提的:

第一是政治的开明,带来了信息的公开化。改革开放与思想解放不断地刷新政治的开明度,对外报道也日益显出开放姿态。仅以我国政府对突发性事件的报道为例即可说明之。2007年11月1日施行的《中华人民共和国突发事件应对法》,从法律上赋予了媒体报道权,媒体可依法充分进行新闻报道。2008年5月1日我国开始实施《政府信息公开条

例》，这个条例“以公开为原则，以不公开为例外”，要求各地各级政府全面准确地公开企业、群众需求的各类政务信息，避免“关键信息缺失”的现象。信息的公开透明如果没有政治的开明为保障，是难以想象的。

第二是经济的腾飞，国力的增强，大大提高了对外报道的自信心。经过30年来的改革开放，中国正以一个大国的形象在世界崛起。作为一个大国，我们正逐渐表现出大家风范。“不以物喜，不以己悲”，不要为一点点成绩夸耀，也不要为一点点灾难吓得不敢出声。不仅选题时不惧负面内容，反而能自如驾驭这些题材。2008年前后一系列的突发事件的报道，特别是“5.12”汶川地震的报道，都证明了这一点。

第三是传播学理论的引入，带动了对外报道观念的更新，促进了对外报道策略的研究。对外报道事业被纳入传播学框架进行剖析研究，最突出的是受众意识和传播效果意识的增强。内外有别、外外有别等原则，都体现了强烈的受众意识。

第四是信息科学特别是网络技术的发展，改变了传播生态。随着全球上网人数的不断增加和互联网科技的不断发展，网络传播在国际传播中所占的分量也越来越大，逐步形成了新的传播模式。网络传播改变了传统大众传播“一”对“多”的单向信息流通，模糊了传播者与受传者的界限，形成了“多”对“多”的复杂流通结构，增加了政府控制信息的难度。同时，网络平台逐步成为最重要的国际舆论阵地。可以说，是网络系统强制性地使信息封闭状态变为信息公开。

正是因为以上这些变化，这些动因，鼓舞了我们对对外报道与国际传播的研究热情。广东外语外贸大学是我国华南地区最负盛名的涉外型大学，在多个领域有“对外”的实践与理论研究。同样，我校新闻与传播学院一批学者在对外报道与国际传播研究领域一直在耕耘着。在我们现有的队

伍中,绝大多数都有在英美等国留学和进修的经历。既对国际新闻传播研究前沿一直保持着密切关注,已翻译出版了一批学术专著,也对国内的对外报道有较多的研究,发表了一批有影响的学术论文。我们有意以对外报道与国际传播为特色发展,力争成为我国对外传播的人才培养基地之一。

这套“对外报道与国际传播研究丛书”的出版,正是我们在这—领域研究的一个阶段性的成果。我们深知这一领域的研究还有巨大的空间,也深知对外传播对于我国国家形象的树立意义之重大。因此,我们有一种使命感,要在这一领域继续精耕细作,不断创造出新的成果,这样才无愧于我们所处的开放的时代。

本丛书的出版,得到了广东外语外贸大学研究生处学科发展专项资金的资助。要特别感谢我校研究生处处长曾用强教授等领导的大力支持!本序言写作之际,又传来我院新闻传播学科纳入国家211工程项目的好消息,这对进一步强化和打造我院对外报道与国际传播的特色无疑会起到激励与推动作用。相信在今后的发展中,我们会拿出更多更高质量的成果出来。

郭光华

2008年12月10日于广州白云山麓

目 录

绪 论 / 1

第一节 研究对象与意义 / 1

第二节 文献综述 / 5

第一章 对外报道及相关概念辨析 / 8

第一节 对外报道、中国对外报道与中国对外报道思想 / 8

一、对外报道的意义 / 9

二、对外报道的分类与界定 / 10

三、中国对外报道的界定 / 14

四、对外报道的特征与对外报道思想 / 16

第二节 对外报道与对外传播、国际传播、对外宣传及国际新闻的关系辨析 / 19

一、对外传播 / 20

二、国际传播 / 21

三、对外宣传 / 25

四、国际新闻 / 31

第二章 中国对外报道思想的演进轨迹 / 34

第一节 1927 年至 1937 年:中国对外报道起源及其思想 / 34

一、中国对外报道考源 / 36

二、中国对外报道产生的必然性 / 39

三、来华记者的对外报道活动 / 42

第二节 1937 年至 1949 年的对外报道思想 / 45

一、共产党领导的对外报道实践与思想 / 46

二、新解放城市的报刊新闻机构处理办法 / 52

三、国民党对对外报道的控制 / 54

第三节 1949 年至 1966 年的对外报道思想 / 60

第四节 1966 年至 1976 年的对外报道思想 / 67

第五节 1976 年以来的对外报道思想 / 72

一、让世界了解中国(1978-1989) / 72

二、融冰、架桥与突围(1989-1997) / 75

三、向世界说明中国(1998 年以来) / 79

第三章 中国对外报道格局 / 85

第一节 通讯社:新华社与中国新闻社 / 85

一、新华通讯社(Xinhua News Agency) / 86

二、中国新闻社(China News Service,CNS) / 90

第二节 纸质媒体:对外报刊 / 92

一、外文局的外宣地位及其所属报刊 / 92

二、《中国日报》(China Daily) / 97

三、其他重要的对外报道报刊 / 99

第三节 电台:中国国际广播电台(China Radio International) / 101

第四节 电视台:CCTV-4、CCTV-9、CCTV-E 和
CCTV-F / 103

第五节 网络媒体:中央重点建设的对外新闻网站 / 110

一、中国网(<http://www.china.com.cn>) / 111

二、国际在线(CRI Online,<http://gb.cri.cn>) / 112

三、中国日报网(<http://www.chinadaily.com.cn>) / 113

第六节 海外对外报道媒体 / 116

第四章 中国对外报道原则 / 119

第一节 国家利益原则 / 119

- 一、对外报道的国家利益原则具有普世性 / 121
- 二、国家利益中的国家安全原则 / 127
- 三、国家利益原则与新闻的党性原则的统一 / 131

第二节 扩大交流增进理解原则 / 134

- 一、正确的受众观 / 136
- 二、需求先于质量的观念 / 139

第三节 内外有别与外外有别原则 / 144

- 一、内外有别原则 / 144
- 二、内外有别原则的运用 / 148
- 三、外外有别原则 / 151

第五章 中国对外报道政策 / 155

第一节 中国对外报道政策总揽 / 156

第二节 对外报道政策的调节对象与内容 / 161

- 一、对外报道政策调节中的主客关系 / 161
- 二、对外报道与新闻发布政策的调适 / 166
- 三、对外报道与信息公开法规 / 169
- 四、突发事件对外报道政策 / 172

第三节 对外报道的时机 / 175

- 一、从“后发制人”到“先发制人” / 175
- 二、“先”“后”辩证法 / 179
- 三、“后发制人”的困境 / 181
- 四、“先声夺人”的报道政策 / 183

第六章 中国对外报道策略 / 187

第一节 施放试探气球与议程设置策略 / 188

一、施放试探气球策略 / 188

二、议程设置策略 / 194

第二节 对外报道的公关策略 / 200

一、北京奥运:媒体的盛会 / 201

二、北京奥运外宣:国家力量与专业公关的
对接 / 202

三、与世界沟通:彰显国家公关的力量 / 208

第三节 对外报道的文化策略 / 210

一、对外报道的文化策略的实质 / 211

二、基于文化圈的对外报道策略 / 213

第七章 中国对外报道的组织与管理方式 / 224

第一节 自主对外报道的组织与管理方式 / 225

一、自主对外报道的组织方式 / 225

二、案例:从“三一四”事件看中国对外报道的
组织方式 / 231

三、对外报道组织方式的缺陷与改进 / 235

第二节 来华记者的对外报道方式与组织管理方式 / 238

一、来华记者的新闻活动 / 239

二、驻华记者的新闻活动 / 242

三、外国记者在华采访的管理及其历史性
进步 / 244

第八章 中国对外报道的当代使命 / 256

第一节 营造良好的国际舆论环境 / 257

一、中国所处国际舆论环境现状 / 259

二、开展对外报道营造良好的国际舆论
环境 / 262

第二节 塑造国家形象与提高国家文化软实力 / 273

一、塑造国家形象 / 273

二、提高国家文化软实力 / 283

结语：中国对外报道的观念

——从对外宣传到对外传播到全球传播 / 294

参考文献 / 305

后 记 / 311

绪论

第一节 研究对象与意义

—

作为研究对象,本书对中国对外报道思想的基本界定是,考察与探究国家层面的新闻传媒机构开展对外报道实践的历史变迁、呈现的格局、坚持的立场、遵循的政策、运用的策略与方法,以及表现出的具有一般意义和总结性质的理论成果。也就是本研究以中国对外报道的实践性经验事实为出发点,但并不停留于实践层面的纷繁现象,而是对这些创新、因循甚至回潮并存的对外报道实践后面所反映、体现的使命意识、思想动因、结构性作用力和新闻信息的对外传播规律等等的适度抽象。

基于上述界定与认识,我们将本书的研究对象——中国对外报道思想的框架性研究设计思路展开如下:

第一,从现象性实践层面的概念辨析入手,即从与中国对外报道相关的概念辨析切入。这些概念既有具有鲜明本土色彩的命题,如对外宣传、对外报道;也有耳熟能详的通俗语汇,如国际新闻;更有广受关注的输入性概念,如对外传播、国际传播等。我们试图界定它们的基本含义,理清它们之间的关系,尤其是以与对外报道的关系为轴心展开辨析。因为对这些相关概念的经验性或观

念性认识,可以廓清并加深我们对中国对外报道的学理性理解。

第二,历时地纵向描述中国对外报道思想的演进轨迹,以还原中国对外报道思想的历史脉络。对中国对外报道思想演进轨迹的考察思路,首先是辨析中国对外报道实践的源起。本书认为中国有组织、成建制的对外报道肇始于中国两极新闻事业的形成时期,即1928年以后,标志性事件是国民党的中央广播电台建成开播。以下的历史分期为1937-1949年、1949-1966年、1966-1976年和1976年至改革开放以来的对外报道思想四个演进阶段。这部分的篇幅试图勾勒中国对外报道实践及其思想的发生、发展并逐步走向成熟的曲折而艰辛的进程。

第三,共时性展开中国对外报道媒体格局的横向描述。中国对外报道传播系统的描述,总体上以新闻机构的媒介类别分节,即通讯社、报刊、电台、电视台以及网络媒体。叙述方式是立足当前,适当追溯这些新闻机构的演变与沿革。本部分的内容试图素描式呈现中国对外报道机构的整体格局及其功能分区。

第四,由于新闻是具有主观意志的个体经过过滤、筛选等程序获取的信息,因而,新闻不可避免地具有主观意识,作为跨国信息单向流动的对外报道尤其如此。中国对外报道是一个特殊的新闻报道类别,它需要奉行一些必要的原则。我们从现有文献与实践归纳出如下原则:国家利益原则、扩大交流增进了解原则、内外有别与外外有别原则等。

第五,中国对外报道是具有很强的宣传、军事、外交等相关政策规定性的新闻实践,因而,对对外报道政策的考察与总结是清理中国对外报道思想的重要环节。中国对外报道政策的考察思路是,先就中国对外报道政策的总体面貌与价值取向进行平面描述,然后从两个重要维度对中国对外报道政策展开纵深论述:一是对报道对象与内容的保障与限制,也就是信息发布方针;二是开展对外报道的时机选择的规定。

第六,方针政策只提供方向性原则,在具体的对外报道实践中,更为丰富的对外报道思想体现在对外报道策略中。对外报道

策略是在党和国家关于对外报道的政策框架内,为了取得良好的报道效果而创造性、艺术性地开展对外报道的具体举措与实践。这部分讨论对外报道中的三个基本策略:一是施放舆论气球与议程设置;二是公关策略;三是文化策略。

第七,考察对外报道的组织方式与管理方式。从中国现行对外报道实践来看,中国对外报道的组织与管理方式有两种基本方式:一是中国自主进行的对外报道,包括它的组织领导方式与常规运营方式。这是体现与保障对外报道思想实现的主要环节。二是外国来华记者以中国的立场所开展的对外报道和中国相关机构对他们的组织与管理方式。

第八,考察中国对外报道的当代使命。历时看,中国对外报道在具体的社会进程中的使命不是单一、纯粹的,而是复合、多元的,表现为在不同时期调整其主导倾向。在当今国际、国内形势下,中国对外报道的根本使命,一是营造良好的国际舆论环境,二是塑造良好的国家形象与提高国家软实力。

总之,本书对中国对外报道思想的考察,是在中国对外报道实践坐标上清理其思想脉络。因此,我们对中国对外报道思想的考察是沿着实践坐标的纵横两个进路展开,以横向定性研究为主。从理论资源与分析工具来看,本书以新闻学、传播学的知识谱系为主体,同时借鉴了政治学、外交学和国际关系学等相关学科的基本原理。需要交代的是,由于“文化无意识”、“政治无意识”以及文化政治自觉意识等作用力,本书考察的中国对外报道思想,是以中国共产党和中华人民共和国的对外新闻宣传实践及其指导原则、立场、政策等所体现的思想观点为主线。

二

裹挟着资本、技术以及意识形态的能量,全球化浪潮、地球村景观正成为当前的世界性症候。在这一语境下,研究作为文化软实力重要组成部分的中国对外报道,无疑具有理论与现实的双重

意义。

1949年中华人民共和国成立、1971年中国重返联合国、1978年中国实行改革开放政策、2001年底中国正式加入WTO,60年来,中国作为一个独立自主的主权国家一步步走向世界、融入世界。与此同时,中国GDP持续增长,特别是改革开放30年来,中国经济保持高速增长。中国社科院发布的国际形势黄皮书《2006年:全球政治与安全报告》显示,中国的综合国力在世界主要大国中排名第六。尽管如此,中国的国家形象在西方世界的呈现整体上还是负面的。当然,这其中有来自社会制度选择上的客观原因。然而,我们也有必要对包括对外报道在内的对外传播进行清理、反思与改进。对中国对外报道进行清理与反思,从思想层面考察无疑是一个适当的进路,思想的清理必将有助于提升中国对外报道的空间与坚定前进的方向。

如果我们放眼全球,把视野放宽到国际传播的层面,发现中国对外报道具有更为深远的意义。《纽约时报》专栏作家托马斯·弗里德曼(Thomas Friedman)在《世界是平的》(The World Is Flat)一书中富有远见而又不无玄虚地宣称,“世界正在被快速的摊平或铲平”。而在弗里德曼书中所言说的“铲平”这个世界的“工具”,就是传媒。全球化时代的传媒为人类呈现一个透明的地球,人们之间的空间距离被大大地拉近,塑造一个具有全球视野与传播经验的共同体。“球土化”的潮流与趋势,无疑要求对外报道具备人类共通的思想与视野。

新的国内传媒系统的国际延伸,新的传媒格局,促成我们以新的理念组织实施对外报道。由中央电视台牵头、部分省市卫视加盟的“长城卫星电视平台”成功在亚欧美落地,这意味着原来的卫视已不再是单纯的国内媒体。另一方面,即使还没有走出国门的媒体,每年都要面对数以千万计的外国使节、留学生和境外旅游者,因此,传媒内容生产都不能不考虑他们的存在,不能不考虑他们的接受心理和接受习惯,做到内外兼顾。可以说,在新形势下,任何对内传播都会产生一定的国际影响,任何对外报道也都会通

过一定渠道反馈到国内。这种跨疆界传播成为当前广电与新媒体的常规生存状况,迫切要求中国对外报道调整思路,积极应对传媒变革现实。

第二节 文献综述

一位哲人说过,没有理论的实践是盲目的实践。已经进行了80年左右的中国对外报道实践,无疑同时也伴生了极为丰富、弥足珍贵的对外报道思想。然而,理论界和业界迄今仍无人去深入系统研究与整理。

根据我们在中国期刊网(CNKI)以“对外报道”、“对外宣传”、“国际新闻”和“外宣”等词查询到的论文显示,相关研究成果主要有以下三方面:一是对口部门的领导同志发表的工作报告和领导讲话;二是来自业界一线的新闻工作者的工作随感,具有工作总结和采访札记性质;三是一些研究者从贯彻领导同志讲话、归纳媒体某一次对外报道的成功经验层面所做的应景性、技术性研究。倒是在硕士论文数据库发现了一篇关于中国对外报道的个案研究的硕士论文:《胡愈之早期对外报道思想研究》。

在著作方面,我们查阅北京和广州两地高校图书馆,发现几本具有参考价值的著作。一是段连城的《对外传播学初探》。段连城是中国对外传播学的奠基人,“当谈到我国对外传播理论研究的时候必先提到段连城,甚至凡谈对外传播学必谈段连城”。他最早系统地研究和探讨对外传播理论,凭着实事求是的理论勇气,从总结经验、教训出发,加上自己多年的丰富实践、理论思考和深入研究,于1987年出版《对外传播学初探(汉英合编本)》^①,“为

① 该书有两个版本:初版是《对外传播学初探(汉英合编本)》,中国建设出版社1987年版;第二版是《对外传播学初探(增订版)》,五洲传播出版社2004年版。