



天師傳播文庫

全球化与 国际平衡传播

赵雅文 著

新华出版社

全球化与国际平衡传播

赵雅文 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

全球化与国际平衡传播/赵雅文著. —北京: 新华出版社, 2007. 12

(天师传播文库)

ISBN 978 - 7 - 5011 - 8215 - 2

I. 全… II. 赵… III. 传播学—研究 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 189804 号

全球化与国际平衡传播

作 者: 赵雅文

责任编辑: 池 平

装帧设计: 王小明

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司

开 本: 850mm × 1168mm 1/32

印 张: 9

字 数: 220 千字

版 次: 2007 年 12 月第一版

印 次: 2007 年 12 月第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5011 - 8215 - 2

定 价: 20.00 元

本社购书热线: (010) 63077122

中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换 电话: (0312) 2838225

高擎学术理想大旗（代序）

童兵

在喜迎党的十七大胜利召开之际，《天师传播文库》丛书出版了。一个来自渤海之滨的新闻传播学术团队，以一种锲而不舍的守望精神，在新闻传播学研究的征途上，不畏艰辛，甘于寂寞，孜孜以求，薪传火继。这支志同道合、相互扶掖的队伍，几十年来，高扬学术理想，追踪学科前沿，坚守学术阵地，不事声张，一步一步脚踏实地地做着自己的工作，为天津地区的新闻传播学术研究和教育事业默默地吐蕊抽丝，做出自己的努力，也为中国的新闻传播教育事业做出应有的贡献。这套丛书的出版，不仅是天津学界的好事，同时也是我国新闻传播学界的一件好事。

天津的新闻传播学专业教育起始于上个世纪50年代末，这在国内也是较早创办的新闻学专业之一。经过几代人的艰苦努力，已经成为国内有一定知名度和影响力的新闻与传播教学科研院所，为天津地区、环渤海和全国部分地区大众传播界以及政府、企业、军队等单位培养了大批合格的专业人才。近三年来，这支学术团队承担着很多国家级和省部级科研项目。一批教学与科研成果不断问世。《天师传播文库》丛书就是他们近三年又一批科研新成果。我有幸在丛书问梓之际，阅读了部分书稿，对丛

书的结构设计和相关内容有了较为清晰的了解。我感到这套丛书有三个特点：

一是丛书作者有着强烈的学术追求与学术自觉。学术是有着独立学理地位的系统学问。学术的核心价值在于学术主体具有崇高的学术精神和学术理想。学术自觉在于对学术精神执著的追求和学术理想的自觉意识。新闻传播学者最可宝贵的学术精神就是求真务实。不惟书，不惟上，只惟实！这是做学问的精髓所在。但要看到，仅有学术精神还是不够的，这种学术精神的背后必须有崇高的学术理想作为支撑。新闻传播业作为社会良知系统，其终极的人文关怀同样也是新闻传播学者的终极目标追求。因此，做学问，需要树立理想，没有理想，思想就会贫瘠，没有理想，学问就会失去灵魂。这套丛书不少选题就充满了新闻传播专业主义的理想追求。

二是丛书作者立足现实，关注当前中国的新闻传播实践。坚定我们的学术理想，还需要面对现实，脚踏实地。我们做学问，搞社会科学研究，究竟是为了什么？一言以蔽之，就是要解决社会现实问题，就是要为人类可持续、健康发展设计未来蓝图，如若无视现实，学问再“大”也是无用的学问，即使作了学问，也会僵化，也会成为不切实际的清谈。因此，崇高的学术理想必须与当代中国的社会现实紧密结合，才能富有学术生命力，这套丛书体现了这一特征。

三是丛书的作者绝大多数是中青年教师，平均年龄在40岁左右，是一支思想活跃很有后劲的教授、博士学术团队。许多著作是作者承担的省部级以上科研项目的阶段性成果。

总之，从这支学术团队不懈的追求中，我看到了他们的梦想。正因为有了梦想，学术生命才有了希望；从他们的著作中，我看到了他们求真务实的学术精神。正因为有了这种精神，学科

发展才有希望；从他们的精神中，我看到了来自渤海之滨的新闻传播学界繁荣发展的未来。

只要付出辛苦与汗水，甘于寂寞，十年寒窗，梦想定会成为现实，理想一定能够实现。

遵编者之托，书是为序。

目 录

高擎学术理想大旗(代序)	童 兵(1)
第一章 全球化与平衡传播	(1)
第一节 经济全球化与全球化传播	(1)
第二节 全球化促成国际传媒市场的融合与平衡	(13)
第三节 全球化加大国际传播的差距与失衡	(17)
第四节 全球化背景下国际传播的新变化	(22)
第二章 传播技术与平衡传播	(26)
第一节 传播技术与平衡传播成正向相关	(26)
第二节 传播技术对平衡传播的局限性	(31)
第三节 “新传播技术决定论”溯源及其批判	(34)
第三章 平衡传播的哲学思考	(42)
第一节 国际传播失衡的历史演进过程	(42)
第二节 国际传播失衡的客观性	(46)
第三节 国际传播平衡的相对性	(54)

第四章 相关理论与平衡传播	(59)
第一节 “把关人”理论与平衡传播	(59)
第二节 知沟理论与平衡传播	(66)
第三节 议程设置理论与平衡传播	(70)
第五章 媒介环境与平衡传播	(79)
第一节 媒介环境与平衡传播的关系	(79)
第二节 新旧媒介环境与平衡传播	(90)
第三节 媒介内外部环境与国际平衡传播	(97)
第六章 媒介偏见与平衡传播	(107)
第一节 媒介偏见探源	(107)
第二节 媒介偏见与新闻专业主义的矛盾及冲突	(116)
第三节 美国媒体对中国的偏见报道	(120)
第七章 媒介类型与平衡传播	(134)
第一节 报纸媒体与平衡传播	(134)
第二节 广播媒体与平衡传播	(141)
第三节 电视媒体与平衡传播	(144)
第四节 网络媒体与平衡传播	(150)
第八章 媒介真实与平衡传播	(157)
第一节 媒介真实是媒介的生命	(157)

第二节	全球化背景下的媒介真相实质	(160)
第三节	媒介真实与中国国际舆论氛围的营造	(168)
第九章	媒介道德与平衡传播	(172)
第一节	媒介的道德失衡和角色失衡	(172)
第二节	公众隐私报道与新闻道德平衡	(176)
第三节	政坛性丑闻与新闻道德平衡	(182)
第十章	战争报道与平衡传播	(188)
第一节	战争与媒介传播的关系	(188)
第二节	媒体角色对战争报道平衡的影响	(194)
第三节	美国媒体对伊拉克战争的失衡报道	(196)
第十一章	对外报道与平衡传播	(208)
第一节	英语强势与我国英语媒体传播	(208)
第二节	我国对外传播失衡与平衡的矛盾及对策	(217)
第三节	我国对外传播的平衡战略	(226)
第十二章	国家形象与平衡传播	(233)
第一节	“三步曲”认识模式折射国际平衡传播 的必要性	(233)
第二节	突发事件报道与国家形象	(237)
第三节	国家形象与涉华国际报道	(243)
第四节	中国国家形象塑造与平衡传播	(248)

第十三章 媒介影响力与平衡传播	(256)
第一节 媒介影响力与平衡传播的关系	(256)
第二节 美国 CNN 的影响力与中立性立场	(264)
第三节 半岛电视台的影响力与职业准则	(268)

第一章

全球化与平衡传播

第一节 经济全球化与全球化传播

一、全球化概念的提出与现实的产生

1. 全球化的概念

“全球化”(Globalization)这个术语起源于20世纪60年代末美国的一次大规模政治讨论,是人们对即将出现的一种新型社会模式的预想和判断,1969年由美国政治家布热津斯在《两代人的美国》一书中首次提及,他预言世界在历史上将变成“一个具有单一的社会与文化背景的世界”,即“地球村模式”或“全球化社会”。^①由此可见,全球化概念其出发点是指政治,而后逐渐渗透并体现在经济、文化和生活等各个领域之中。

其实全球化思想并不是美国政治家布热津斯的首创,往前追溯,英国经济学家亚当·斯密1776年在《国富论》中就提出了

^① 黄晓钟、杨效宏、冯钢主编,《传播学关键术语释读》,第55页,四川大学出版社,2005年8月第1版。

建立全球性的市场共用空间的概念；18 世纪末法国大革命时期的卢梭、狄德罗等思想家们提出建立符合全人类利益的理性王国；马克思在 1884 年的《共产党宣言》中也预言到了开拓世界市场和世界性生产和消费的趋势^①。应该说，上述这些论断都是全球化概念和思想在经济和思想领域的早期表达。

从概念上说，其实全球化也就是世界的一体化、统一化和整齐化，但这并不否认多元化和本土化，并不是要求整个世界千篇一律，全球化是人类社会发展的一种趋势，也是人类的一种理想追求，全球化只是相对于以往的国与国之间的封闭、隔绝状态而言，只是某些方面的求同存异。别说是世界一体化，即使是一个小的国家、小的城市抑或小的家族都很难步调统一，那么何况是七大洲、四大洋以及 200 多个国家呢？对某一个媒体来说，理想的状态应该是全球化视野、本土化运作：既要与时俱进、融入国际传播的大氛围，又要保持自己的个性和特色，这应是我们面对全球化应有的态度和原则。

2. 全球化的现实

20 世纪 60 年代，加拿大传播学家马歇尔·麦克卢汉从电子传媒视角，在《理解媒介——论人的延伸》一书中提出了人类走向“新部落”——“地球村”（Global Village）的预言，没想到 30 年后这种预言由想象变成了现实，从此人类步入了全球化时代。这种现实的表现形式是：全世界在时间和空间上形成了前所未有的“紧缩”，卫星电视、互联网络和电子报刊使处于七大洲、五大洋的 5.1 亿平方公里的人和物浓缩在一起，人们感觉世界变小了、相互离得更近了，似乎消除了隔离、已近在咫尺。如今的

^① 高金萍著，《跨文化传播：中美新闻文化概要》，第 201 - 202 页，复旦大学出版社，2006 年 5 月第 1 版。

全球化概念广泛运用于政治、经济、文化、技术、教育等各个领域，是当下最为著名、最为时髦的词语，也是一个极富启示性、前瞻性和丰富性的概念。说它具有“启示性”，是因为它引发了我们对部分与整体、个性与共性等辩证关系的思考，唤醒了我们对人类由部落——非部落——新部落等行进规律的认识；说它具有“前瞻性”，是因为它科学地预言到了贸易交流、文化融合与技术发展带给人类的“新的彼此需要”和“新的彼此接触”，表明了民族文化跃升的“未来新指向”；说它具有“丰富性”，是因为它所指不仅仅是可以显现的经济或物质，而且也指隐性存在的政治、文化、军事和信息的内涵和要素。

3. 全球化的实质

全球化是一种大势所趋的浪潮，不管它好与坏，每个国家或地区都会顺应潮流地主动参与或不可避免地被动卷入，这是不以人的意志为转移的客观必然。1978年党的十一届三中全会以来，中国由封闭走向了开放，已做好迎接全球化的充分准备，无论从历史教训还是从未来前途说，中国都确实迫切需要融入世界政治、经济和文化的大格局中。一方面，中国需要以海纳百川的胸怀、“拿来主义”的态度接纳众多发达国家的先进文化和管理理念，以迅速提高国家的综合实力，努力改善人民群众的生活水平；另一方面，中国也需要客观、全面地“向世界说明中国”，不仅让世界各国人民了解中国的过去，还要让他们了解中国改革开放的现在和繁荣发展的未来，彻底改变他们对中国的多年误读和片面印象，树立中国在国际上的良好形象。

全球化的历史进程或发展道路不是那么一帆风顺的，是充满荆棘和坎坷的，是一场国与国之间政治、经济和文化等方面持续性的、永恒性的博弈或斗争。全球化是机遇，但更多的是面临的挑战和冲突：机遇不会唾手可得，很难频频降临，需要苦心经营

和争取；但挑战会“不请自来”，随处可见，防不胜防，应对起来很麻烦，需要耐心、实力和智慧。对中国来说，应做好充分的心理准备，既不能盲目乐观，又不能失去信心。近 30 年改革开放的实践已充分证明，我国的全球化融入是成功的：我国的国际政治地位越来越高，举足轻重，在世界重大决定和重大事件中占据相当重要的话语权；我国的经济改革令世界惊叹，市场经济体制也得到大多数国家的认可，一些发达国家与我国的贸易往来更加频繁；我国的文化更是吸引、影响了世界各国人民，体育、电影、音乐、建筑、杂技等已在全球名声大振，近几年的“巴黎文化节”、“维也纳音乐会”和“《同一首歌》走进美国”等活动使中国文化在世界上大放异彩。成绩是有目共睹的，但全球化进程的问题也是十分明显的，如某些经济改革模式的引进不合国情，盲目照搬；中西方文化的对接上，输入的多输出的少，目前西方文化依然强盛，我们自己的文化被冲击得七零八落。这些都值得我们深思，并迫切需要我们努力改进。

全球化的目标是世界一体化，形成共同体，达到整合和融合后的和谐，但这只是一种理想化的追求，实际上全球化始终是在动态中、在不确定中呈现为极其不平衡的状态。全球化的本质也不是为了趋同，虽然在全球化进程中一些国家也曾出现了相似的经济、社会和文化等现象，但那并不意味着同质化，也不意味着不同民族、国家以及共同体之间的统一与和谐在不断增强。全球化对不同的国家、民族、阶级、种族和团体都产生着不同的影响，因此不存在全球整合的共同体。何况世界之大，即使不全球化也会有不约而同的相同或相似的经济模式或文化样式出现或存在。全球化通常对社会产生两种完全相反的作用：一是在分裂的同时推动着整合，二是在产生合作的同时引发着冲突，所以全球化只是一个宏观上的理想化整合，不是一种终极的固定模式，也

不是要求整齐划一，必然走向统一，而更多时候体现的是一种多元形态的高度分化。这对我国的全球化进程具有一定的启示意义：发展中国家要清醒并深刻地认识到世界各国联系的增多和往来的频繁，既是合作共赢引起，也是利益冲突、共同忧虑、甚至深刻敌意造成，我们不能被全球化的表面趋同现象所诱惑或蒙蔽，从而不自觉地放弃自身应有的权利和利益。

二、从经济全球化到传播全球化

我们有必要对全球化的概念与全球化现实发展的过程作以剖析、梳理和推导，从中找到传播全球化的运行轨迹。

1. 经济全球化

从概念上来说，全球化思想是先由政治引发，是政治霸权主义推进的产物，而美国政治家布热津斯提出的“地球村模式”或“全球化社会”实质上就是美国欲想独霸全球、统一世界的“狼子野心”；当然有了这种想法和野心之后，以政治或军事直接推行是无法奏效的，美国也深知“欲速则不达”的中国古训，因此利用大国的经济优势和文化优势循序渐进地展开是明智之举，如此说来 20 世纪 90 年代以来美国在全球所搞的北约体、欧共体等就是“经济全球化”的运作，而对苏联和中国所搞的文化侵袭、和平演变等其实就是“文化全球化”的一种途径。所以，从理论上说，全球化实质就是政治、经济和文化的一体化。

从现实状况来说，全球化最先发生于经济领域，也就是说全球化实际上最先体现的是一种显性的物质生产和流通领域的“经济全球化”，而后升华、演变到一种隐性的精神生产和思想领域的“文化全球化”。这一点马克思在《共产党宣言》中就有所揭示：“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……过去那种地方的和民族的自给自足和闭关自守状态，被各民族的各方面的互相往来和各方面的互相依赖所代替了。物质生产是如此，精神生产也是如此。各民族的精神产品成了公共的财富，民族的片面性和局限性日益成为不可能，于是由多种民族的和地方的文学形成了一种世界文学。”^① 在这段话里，马克思认为，是地方和民族对自我供给和封闭保守的打破导致人们贸易往来的增加和商品交流的需求，于是便形成了生产和消费的世界性经济市场，紧接着文学、艺术等精神产品也随之共享化和市场化了。马克思的高明之处就在于早已看出了全球化世界的萌芽和征兆，并在《共产党宣言》中为我们描绘了一幅人类必然走向全球化的宏伟蓝图。

2. 文化全球化

全球化的概念虽然产生于经济领域，但这只是其中的一个过程或者说是开始，其实“全球化的重要性不仅在于经济，而且更在于文化”^②，文化的全球化才是世界全球化的重要标志。经济的全球化过程是看得见、摸得着的，我们通过国家之间贸易往来的剧增和依赖、世界性贸易组织的陆续成立就可洞悉并感受到这种状态的存在和它的未来走向，但相对来说经济全球化的过程是短暂的，它很快就被转移和应用到文化领域之中。正是文化交流的不断增加促使各国、各类文化由冲突、碰撞走向共存与融合，从而消解了众多国家之间、地区之间的差距与矛盾，使人类越来越走向理解、认同和融合，这其实就是文化的全球化过程，但这个过程是十分漫长的，其实人类目前仍然还是处于文化的“磨合

① 《马列著作选读》，第63-64页，人民出版社，1990年版。

② 黄晓钟、杨效宏、冯钢主编，《传播学关键术语释读》，第55页，四川大学出版社，2005年8月第1版。

期”阶段。从这个意义上来说，全球化的过程其实就是构建“和谐世界”的过程，这完全符合“和平与发展”的世界性主题，这也是人类追求的最终目标。所以，全球化的意义重大而深远，重大到至今没有任何一个主题的重要程度能超过它，深远到它决定着全世界每一个国家、每一个公民的幸福未来。

3. 传播全球化

文化的交流与互动是全球化的重要标志和体现，交流的内容五花八门，交流的方式也是多种多样。从内容上看，建筑、艺术、科技、教育、食品、体育等无所不包；从方式上看，合作研究、异地留学、国际外交、技术支援等应有尽有。但无疑传播媒介是文化交流与互动的最主要形式与载体，是传播技术的不断发展引领着传播媒介的时间大提速和空间大拓展，于是才使世界变得更小了、人们靠得更近了，新的传播技术使国家、地区和民族的界限越来越淡化、越来越模糊，现在我们已不能简单地通过“物理边界”来界定这个地球了，而是要通过传播网络和“符号边界”来界定。

传播全球化不仅是文化全球化的重要组成部分，而且也是贯穿在全球化过程始终的穿针引线的核心要素。

首先，经济全球化要依赖它，比如电子商务就是一个最典型的例子，没有网络传播技术就可能没有电子商务、网上贸易的实现，如今我们足不出户就可以通过易趣等网站买到自己想要的东西，就可以预订火车票、交电话费和水费。

其次，文化全球化更是无法离开它，其实传播的内容基本上就是各国和各地区的服装、食品、建筑、绘画、音乐、体育等方面的文化集合体，传播媒介是文化全球化实现中效率最高、贡献最大的手段和渠道，它在文化的全球化进程中起着至关重要的作用。