

国际媒体 中国声音

Studies on International Influence of China's Media

中国传媒国际影响力研究

张军芳 著



中国大百科全书出版社

国际媒体 中国声音

——中国传媒国际影响力研究

张军芳 著

中国大百科全书出版社

图书在版编目 (CIP 数据)

国际媒体 中国声音：中国传媒国际影响力研究/张军芳著. —
北京：中国大百科全书出版社，2015. 10

ISBN 978 - 7 - 5000 - 9636 - 8

I. ①国… II. ①张… III. ①传播媒介 - 影响 - 研究 - 中国
IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 252174 号

策 划 人 郭银星

责任编辑 于淑敏

责任印制 魏 婷

封面设计 博越设计·程然

出版发行 中国大百科全书出版社

地 址 北京阜成门北大街 17 号 邮政编码 100037

电 话 010 - 88390093

网 址 [http: //www. ecph. com. cn](http://www.ecph.com.cn)

印 刷 北京君升印刷有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 16. 75

字 数 220 千字

印 次 2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5000 - 9636 - 8

定 价 36. 00 元

本书如有印装质量问题，可与出版社联系调换。

序

中国传媒的国际影响力研究是近年来国内学界普遍关注并亟需得到深入拓展的领域。

中国改革开放的现实需要是能够拥有具备一定国际话语权的传媒集团，至少在中国的事情上能和西方媒体争一个话语权，改变目前被动挨打、无所作为的局面。在经济上，中国制造业的飞速发展，使得很多著名品牌，比如青岛啤酒，还有海尔集团，走向世界。但是，中国的传媒品牌在世界的知名度却是非常有限的，更重要的是，没有全球化的媒体就不可能有全球化的品牌。在日益频繁的国际政治交往中，中国与西方舆论的关系格局往往是“人方为刀俎，我为鱼肉”，很是被动不利。如果我们的传媒在国际舞台上没有话语权，我们的国家也不可能成为真正强大的国家；中国没有国际性的传媒业也不可能有国际性的品牌，这是我们这个时代传媒业义不容辞的责任。

张军芳副教授近年来专注于国际新闻研究，她的《国际媒体中国声音》一书正是对中国传媒国际影响力展开的系统研究，具有重要的理论意义和实践价值。此书的特点在于：

从立意和思路上看，通过分析中国主流媒体的报道被国际主流报纸引用的实际情况来评估中国媒体的国际影响力，是具备有效性和可信度的研究视角，体现了研究的创新性与针对性。

在研究方法上，此书研究时间跨度较大，采集了西方主流报纸《纽约时报》、《泰晤士报》和《世界报》对中国新华社报道的引用，并以中国两份很有特色的报纸《南方周末》和《新京报》作为参

照。研究设计较为科学，设立了六十余个测量指标，数据信息量大，统计分析较为科学和可靠，研究结论具备可信性。

从理论层面看，该研究以核心概念中国媒体“影响力的显著度”统摄测量指标，并借助“把关”与框架的理论维度进行深入分析，结构清晰，逻辑渐进，在一定深度上揭示出研究问题的本质。

从实践价值看，特别是在对西方媒体“把关”中国对外传播的报道过程中所具有的“偏好和惯例”以及西方媒体涉华报道中存在的稳定的“元框架”的阐述，对理解西方媒体的新闻实践具有启发意义和参考价值。

我希望作者在后续研究中，能将时代背景、中外媒体的发展趋势与体制性问题纳入研究视野，将该项研究提升到更高层次。

李良荣

2015 年秋

于复旦大学传播与国家治理研究中心

目 录

序	李良荣	1
引 论		1
一、研究缘起与文献综述		1
二、研究内容与意义		15
三、研究方法思路		16
第一章 中国媒体的国际影响力分析		21
一、新华社报道的国际影响力分析		23
二、作为参照的《南方周末》与《新京报》国际影响力 分析		58
三、总结：中国媒体国际影响力现状分析		69
第二章 国际媒体的“把关”研究 ——对中国媒体被引用报道文本的特征分析		84
一、新华社被引用文本特征分析		85
二、《南方周末》与《新京报》被引用文本特征分析		105
三、中国媒体报道文本特征与三家国际报纸引用量间的 关系		114
四、国际媒体间的议程设置研究		119
五、总结：国际媒体的“把关”——偏好与惯例		133

第三章 国际媒体报道中的新华社报道文本：“框架”与意义 ...	139
一、理论前提	139
二、新闻框架的内涵	142
三、个案研究	148
个案一：国际报纸“中国制造”质量问题报道解析	148
个案二：国际报纸中国阅兵报道分析	184
个案三：国际报纸中国民族议题报道分析	209
第四章 理解中国媒体的国际影响力	224
一、新华社国际新闻报道的发展历程	224
二、新华社对外报道的理念与实践	231
三、新华社提升国际影响力的具体对策	240
四、研究反思：研究局限与未来设想	246
索 引	248
后 记	252

图表目录

图 1-1: 新华社报道文本在各家报纸的被引用量	23
图 1-2: 新华社被引用数量的逐年变化	24
图 1-3: 1989 年新华社报道文本在报纸报道议题中的被引用 数量	27
图 1-4: 2007 年新华社报道文本在报纸报道议题中的被引用 数量	28
图 1-5: 1989 年新华社报道文本在报纸特定议题中的被引 用率	30
图 1-6: 2007 年新华社报道文本在报纸特定议题中的被引 用率	30
图 1-7: 1989 年新华社被引用报道文本议题分布	33
图 1-8: 2007 年新华社被引用报道文本议题分布	34
图 1-9: 新华社报道被引用量在国际报纸报道议题上的 分布	44
图 1-10: 新华社报道被引用量在某些特定议题上的分布 (前六位)	45
图 1-11: 其他各类新闻源被引用量	54
图 2-1: 新华社被引用文本中新闻源类别比例	87
图 2-2: 国际报纸各类议题对新华社国际报道的引用率	89
图 2-3: 国际报纸各类报道对新华社国内报道的引用率	90
图 2-4: 新华社被引用文字报道的各类议题	91
图 3-1: 不同年份的报道数量	187
图 3-2: 与新华社同时存在的其他新闻源	206

表 1-1: 2007 年新华社报道文本在《纽约时报》等的被引用数量与比率	25
表 1-2: 新华社报道文本在国际报纸不同篇幅报道中的被引用量	39
表 1-3: 新华社报道被引用率在报纸报道议题地域上的分布	42
表 1-4: 新华社报道被引用率在报纸议题地域上的分布	43
表 1-5: 新华社报道被引用量在报纸人权议题中的分布	46
表 1-6: 新华社报道被引用量在报纸西藏议题中的分布	46
表 1-7: 新华社报道被引用量在报纸奥运议题中的分布	47
表 1-8: 新华社报道被引用量在报纸台海关系议题中的分布	47
表 1-9: 新华社报道被引用量在报纸两国关系中的分布	47
表 1-10: 新华社报道被引用量在报纸安全事故议题中的分布	48
表 1-11: 新华社报道被引用量在三家报纸报道议题上的分布 (前三位)	49
表 1-12: 新华社报道文本被引用量在报纸报道议题与地域上的分布 (前四位)	51
表 1-13: 新华社报道做为唯一新闻源被引用量在报道议题上的分布 (前五位)	52
表 1-14: 与新华社共存的其他新闻源地域分布	53
表 1-15: 新华社报道文本被国际报纸嵌入展现冲突的报道中的数量	57
表 1-16: 《南方周末》被引用率在国际报纸报道议题上的分布	60
表 1-17: 《新京报》在三家报纸中的被引用率	63
表 1-18: 《新京报》报道被引用率在三家报纸报道议题上的分布	65
表 1-19: 《新京报》被引用量在报纸报道议题与地域上的分布	66

表 2-1: 新华社各类报道在国际报纸的被引用量与比率·····	92
表 2-2: 新华社各类报道在国际报纸报道文体中的被引用量 与比率·····	92
表 2-3: 国际报纸对新华社某些特定议题报道的引用量·····	93
表 2-4: 国际报纸各类报道对新华社文本类型的引用量·····	98
表 2-5: 新华社被引用文本类型与新华社被引用文本报道 议题的交叉分析·····	98
表 2-6: 报纸各类报道对新华社展现冲突的报道文本的引 用比率与数量·····	100
表 2-7: 国际报纸某些特定议题报道对新华社展现冲突的 报道文本的引用率·····	101
表 2-8: 国际报纸某些特定议题以直接引语方式引用新华 社报道文本的比例·····	103
表 2-9: 三家报纸各类报道对《南方周末》报道文本的引 用率(前三位)·····	107
表 2-10: 《新京报》被引用报道文本在议题与地域上的 分布·····	111
表 2-11: 新华社报道文本被引用量在国际报纸报道议题中的 分布及排序·····	120
表 2-12: 新华社报道文本在国际报纸不同议题报道中影响 力的显著度 Spearman 相关检验·····	120
表 2-13: 《南方周末》报道文本被引用量在国际报纸报道 议题中的分布·····	121
表 2-14: 《新京报》报道文本被引用量在国际报纸报道议 题中的分布·····	121
表 2-15: 《新京报》报道文本在国际报纸不同议题报道中 影响力显著度 Spearman 检验·····	122
表 2-16: 新华社报道文本被国际报纸特定议题报道的引用 量及排序·····	122
表 2-17: 新华社报道文本在国际报纸特定议题报道中影响 力的显著度 Spearman 相关检验·····	123

表 2-18: 作为唯一新闻源的新华社报道文本被国际报纸不同议题报道的引用量及排序	123
表 2-19: 作为唯一新闻源的新华社报道文本在国际报纸不同议题报道中影响力的显著度 Spearman 相关检验	124
表 2-20: 作为直接引语被引用的新华社报道文本被国际报纸不同议题报道的引用量及排序	124
表 2-21: 作为直接引语被引用的新华社报道文本在国际报纸不同议题报道中影响力的显著度 Spearman 相关检验	125
表 2-22: 作为观点被引用的新华社报道文本被国际报纸不同议题报道的引用量及排序	125
表 2-23: 作为观点被引用的新华社报道文本在国际报纸不同议题报道中影响力的显著度 Spearman 相关检验	126
表 2-24: 未展现冲突的新华社报道文本被国际报纸不同议题报道的引用量及排序	126
表 2-25: 未展现冲突的新华社报道文本在国际报纸不同议题报道中影响力的显著度 Spearman 相关检验	127
表 2-26: 与新华社报道文本并存的其他新闻源的分布及排序	127
表 2-27: 与新华社并存的其他新闻源的显著度 Spearman 相关检验	128
表 2-28: 与《南方周末》报道文本并存的其他新闻源的分布及排序	128
表 2-29: 与《新京报》报道文本并存的其他新闻源的分布及排序	129
表 2-30: 与《新京报》报道文本并存的其他新闻源的显著度 Spearman 相关检验	129
表 2-31: 作为唯一新闻源的新华社报道文本被国际报纸特定议题报道的引用量及排序	130
表 2-32: 作为唯一新闻源的新华社报道文本在报纸特定议题报道中的显著度 Spearman 相关检验	130
表 2-33: 作为观点被引用的新华社报道文本被国际报纸特	

定议题报道的引用量及排序	131
表 2-34: 以直接引语方式被引用的新华社报道文本被国际 报纸特定议题报道的引用量及排序	132
表 2-35: 未展现冲突的新华社报道文本被国际报纸特定 议题报道的引用量及排序	132
表 3-1: 元分析材料的描述	158
表 3-2: 中国相关报道的主题结构	161
表 3-3: 框架话语包组成	165
表 3-4: 框架话语包在不同时间内的出现频率	170
表 3-5: 产品召回归因的类型	173
表 3-6: 《纽约时报》不同字数的报道对新华社报道文本的 引用数量	176
表 3-7: 与新华社共存的其他新闻源类别	178
表 3-8: 《纽约时报》与《泰晤士报》报道中新闻源的地 域分布及排序	189
表 3-9: 《纽约时报》与《泰晤士报》新闻源地域分布 Spearman 相关检验	189
表 3-10: 《纽约时报》与《泰晤士报》报道中新闻源的身份分 布及排序	189
表 3-11: 《纽约时报》与《泰晤士报》新闻源身份分布 Spearman 相关检验	190
表 3-12: 阅兵报道中关键词的出现频率	198
表 3-13: 报道提及可能受到中国军事威胁的国家或地区 ...	202
表 3-14: 新华社与其他新闻源的关系	207

引 论

一、研究缘起与文献综述

中国自身及其所处的国际传播环境已经发生了巨大变化。一方面,新技术引发的全球化和信息化过程,造成了全球范围内新的信息中心地区和边缘地区的两极分化^①。另一方面,中国经济政治文化自身的发展更迫切需要中国尽快在国际舞台中以崭新的形象出现^②,更为有效地“向世界说明中国”^③。

但遗憾的是,中国至今尚未营造出与自身国际地位和声望相称的传播格局。中国经济上正逐渐成为全球经济中心之一,但在国际舆论中中国传媒与国际传媒仍存在巨大差距。虽然中国的对外宣传在局部和某些重大问题上有所突破和进展,在西方的声音有所增强,但影响力仍十分有限。^④当全球性重大新闻事件发生时,西方国际通讯社报道仍占绝对主流,中国媒体的声音比较薄弱:以美国为首的西方媒体在国际舆论格局中的垄断地位没有改变,全世界重要的国际新闻 80% 以上是发达国家几个大通讯社提供的^⑤。

① 齐格蒙特·鲍曼:《全球化——人类的后果》,商务印书馆,2004年版。

② 丁柏铨:《入世后对外新闻传播障碍分析》,《新闻知识》,2004年第4期。

③ 赵启正:《中国面临的国际舆论环境》,《世界知识》,2004年第5期。

④ 赵启正:《中国面临的国际舆论环境》,《世界知识》,2004年第5期。

⑤ 赵启正:《中国面临的国际舆论环境》,《世界知识》,2004年第5期。

研究者已经逐渐意识到目前世界信息传播的不平等给中国国际传播的效果带来的限制。对中国而言,“同一个世界,同一个梦想”更多的是许给自己的一个美好未来。很多时候,横亘在中国和国际社会之间的是诸多亟待跨越的交流的“沟壑”。如何让世界了解真实的中国,成为当下颇值得关注的研究议题。

正是在这样的背景下,国际舆情研究逐渐引发学界关注并成为研究热点。中国国际舆情研究关注的核心问题正是国际社会如何评价中国,该研究是中国学者对于事关当代中国发展的重要问题——日益融入国际社会的中国如何获得有利于自己的国际舆论的积极回应。当国际舆情研究引起各界关注的时候,梳理中国国际舆情研究的历史与现状就成为深化该研究的应有之义。通过对国际舆情研究发展的追溯,渐趋展开对中国国际舆情研究核心命题与基本概念的辨析,藉以探求该研究的逻辑演进与理论建构;同时,通过对改革开放三十多年以来的中国国际舆情研究的细致解读,呈现当前国际舆情研究的微观特征。这些都将有助于对中国国际舆情研究展开反思并尝试找寻深化此类研究的路径。

(一) 国内涉华舆情研究分析

1. “软实力”、“国家形象”的提出

随着中国与世界交往联系的日益密切,学者们意识到国际传播能力比以往任何一个时期对中国的国家利益和安全都显得更加举足轻重。赋予国际传播以战略意义以及如何实践这一战略意义成为国际传播学者面临的新课题。当代国际传播领域的学者们倾向于将国际传播力视作国家力量的一部分,主张将其纳入国家综合国力中进行战略考量。国际传播力被看作“是一个主权国家所具有的一种特殊力量,包括政府和民间拥有的传播力量的总和,是一个国家为实现国家利益在国际范围内进行信息交流的能力和效力”。国际传播能力集中体现了民族国家作为主要参与者在现代世界体系中的交流与交往活动,它已经演化成国际政治斗争的一部分。^①

^① 王庚年:《国际传播探索与构建》,中国国际广播出版社,2009年版。

有学者将国际传播能力视为一种“软实力”，这一提法逐渐得到国内学界的认同。^① 研究者认为，以文化、观念和意识形态吸引力等无形要素组成的“软实力”与国际传播能力息息相关，“软实力的强大有赖于‘扩散’和‘广泛传播’，只有当自己的文化与价值观念在国际社会广为流行并得到普遍认同的时候，软实力才算是真正提升了。而这正是国际传播的职责”^②。因此，有学者强调国际传播不仅仅是国家软实力得以运用的渠道，它已经成为国家软实力的重要推行者。^③

诸多学者选择“国家形象”这一概念作为国际传播研究的切入点，其原因在于，作为国际体系主要行为体的民族国家，如何在国际传播中构建良好的国家形象事关其国家利益的最大化。良好的国家形象不仅可以在政治、军事、外交等方面构建与国际社会和谐相处的本国安全架构，而且可以对国家安全的外向行为起到比较好的展示和规约的作用，更有利于构筑国际社会的安全互信机制^④。

国家形象这一研究视角融合了国际传播的制度研究、效果以及受众研究，但究其根本，国家形象重视的是国际传播的效果研究，探讨的是国外公众对某一国政治（包括政府信誉、外交能力与军事准备等）、经济（包括金融实力、财政实力、产品特色与质量、国民收入等）、社会（包括社会凝聚力、安全与稳定、国民士气、民族性格等）、文化（包括科技实力、教育水平、文化遗产、风俗习惯、价值观念等）与地理（包括地理环境、自然资源、人口数量等）等方面状况的认识与评价^⑤。而且，国家形象研究视角还有利于融合国际

① 参见万君宝：《论软实力的基本理论模型与中国软实力的最新发展态势——基于国外学者的研究视角》，《上海交通大学学报（哲学社会科学版）》，2010年第5期。蒋英州：《政治文化与国家软实力的内在关联：历史与现实的审视》，《武汉大学学报（哲学社会科学版）》，2010年第6期。刘斌：《对北京奥运会民族文化传播提升国家文化软实力的评估》，《新闻界》，2010年第5期。

② 孙华：《和而不同和平发展中的对外传播理念》，《传媒》，2009年第5期。

③ 王沪宁：《作为国家实力的文化：软实力》，《复旦大学学报（社会科学版）》，1993年第3期。

④ 刘继南，何辉：《中国形象：中国国家形象的国际传播现状与对策》，中国传媒大学出版社，2006年版。

⑤ 孙有中：《国家形象的内涵及其功能》，《国际论坛》，2002年第3期。

传播的长期与短期效果研究。因此,诸多学者倾向于使用这一研究视角来探究国际传播研究领域的热点事件。

2. 涉华国际舆情研究的特点

国际传播的效果研究之所以得到重视,与国际传播明确的传播目的有关。每个国家在实施国际传播之时都是为了实现本国的国家利益,或者要达到某种政治目的,或者要进行长期的文化渗透。^①在中国学者看来,如何实施国际传播,为中国在国际社会中赢得更为友善的舆论空间已成为全球化时代背景下一个急需解决的问题。于是,国际舆论如何评价中国就成为回答这一问题的必要前提。近几年来,学界出现了颇多涉华国际舆情研究,关注的即是国际社会对中国及某些涉华事件的观点或态度。此类研究在研究内容、研究方法 with 理论前提上具有以下特点:

① 重大事件催生对国际舆论的关注

研究者多关注重大事件或突发性事件引发的国际舆情。2008 年的北京“奥运会”、“汶川地震”,2010 年的上海“世博会”、2011 年中国“国家形象片”的播放等均研究热点。研究者认为,这些事件使中国得到全球各国媒体的极大关注^②。这些“热点时刻”往往成为研究者追踪国际舆论的重要时机。涉华舆情的研究者们很具时效意识,表现出实时追踪国际舆情态势的主动性。若按研究议题的性质划分,国际涉华政治舆情居多^③。随着中国发展成为全球第二大经济体,涉华经济舆情,比如国际舆论中的中国经济威胁论、人民币汇率等问题也很受关注^④。研究者相信,各国涉华舆情态势究其

① 郭可:《当代对外传播》,复旦大学出版社,2003 年版。

② 费郁红,刘红霞:《北京奥运报道与中国国家形象的建构与传播》,《沈阳体育学院学报》,2009 年第 6 期。

③ 参见戴元光,邵静:《〈纽约时报〉涉华政治类报道研究》,《当代传播》,2013 年第 3 期。周海霞:《德国媒体涉华报道中的刻板印象与偏见分析——以〈明镜〉周刊和〈时代〉周报涉华报道分析为例》,第十届中国跨文化交际国际学术研讨会论文集,2013 年。

④ 王珏:《“中国经济威胁论”及其国家形象悖论》,《国际观察》,2007 年第 3 期。黄敏:《货币战争中的中国形象——〈纽约时报〉有关人民币汇率议题报道的框架分析》,《华东师范大学学报(哲社版)》,2010 年第 6 期。

根本受制于各国自身的国家利益^①。因此研究者提出的研究问题多是涉华国际舆情话语中的权力角逐、国际舆情深层的意识形态偏见,以及国际传播中的不平等^②。

② 量化研究总体偏少

涉华国际舆情研究中,大部分学者还是习惯于采取中国文史研究传统中的思辨式与阐释性研究,综述涉华舆情的总体特征。少部分学者采用内容分析等量化研究方法,综合运用量化与质化多种方法的研究则更少。

③ 理论前提

学者们在研究中持有这样的预设前提:国际新闻由于报道地域广阔,受众对于报道事件与地域往往缺少直接经验,于是,媒体通过选择新闻事实,形成媒介议题,使某些事实从无数客观事实中凸现出来,构筑了“拟态环境”,影响着人们对于现实问题重要性的认识,从而在塑造受众的认知与态度方面发挥着重要的中介作用^③。由这样的预设前提出发,也就不难理解“议程设置”的论述逻辑会或隐或显地存在于涉华舆情研究的话语表述中^④,成为涉华舆情研究的理论前提。

① 程曼丽:《美、俄、日、德主要报纸涉华报道分析》,《国际新闻界》,2002年第4期。赵嘉莹,李力:《境外媒体涉华报道分析——探析CNN和NHK在中国“两会”期间的涉华报道》,《对外大传播》,2006年第7期。

② 参见宋豫:《将观点隐藏在新闻中——从〈时代〉2003年涉华报道看意识形态在传媒中的表现》,《中国记者》,2004年第3期。庄曦,方晓红:《全球传播场域中的认同壁垒——从〈纽约时报〉西藏“3·14”报道透视西方媒体“他者化”新闻框架》,《新闻与传播研究》,2008年第3期。黄卫星,丁宁:《试析中美主流媒体的国家利益观差异——以〈纽约时报〉和〈光明日报〉的哥本哈根气候峰会报道个性为案例研究》,《新闻与传播研究》,2010年第5期。

③ 张咏华,殷玉倩:《框架建构视角下的国外主流媒体涉华报道——以英国〈卫报〉2005年关于中国的报道为分析样本》,《新闻记者》,2006年第8期。宁曙光:《2005年上半年西方主流媒体涉华报道分析》,《国际新闻界》,2005年第6期。

④ 刘金星,朱凯,方明:《涉华报道议程设置的掌控者——以〈纽约时报网〉和〈读卖新闻网〉为例》,《东南传播》,2006年第9期。董小玉,秦红雨:《中国议程的世界影响力——以国家形象塑造为例》,《当代传播》,2010年第5期。姚君喜:《政府议程、媒介议程与国家形象——2010年全国人大会议总理记者会的解读和分析》,《当代传播》,2010年第3期。刘华:《从〈时代〉周刊看中国国家形象——以2011年涉华报道为例》,硕士论文,2013年。