

B 国际传播蓝皮书[®]
BLUE BOOK OF INTERNATIONAL COMMUNICATION

中国国际传播 发展报告 (2014)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF CHINA'S
INTERNATIONAL COMMUNICATION (2014)

主 编 / 胡正荣 李继东 姬德强



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2014
版

2012国家社科基金首批重大招标项目“国际传播发展新趋势与加快构建现代传播体系研究”(编号:12&ZD017)

教育部人文社科重点研究基地重大项目“基于广播电视与新媒体的中国国际传播力建设研究”(编号:12JJD860003)

中国传媒大学协同创新中心出品

国际传播蓝皮书

BLUE BOOK OF
INTERNATIONAL COMMUNICATION



中国国际传播发展报告 (2014)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF CHINA'S
INTERNATIONAL COMMUNICATION (2014)

主 编 / 胡正荣 李继东 姬德强



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国国际传播发展报告. 2014/胡正荣, 李继东, 姬德强主编.
—北京: 社会科学文献出版社, 2014. 7

(国际传播蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-6189-2

I. ①中… II. ①胡… ②李… ③姬… III. ①中外关系-传播学-
研究报告-中国-2014 IV. ①G219.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 127629 号

国际传播蓝皮书

中国国际传播发展报告 (2014)

主 编 / 胡正荣 李继东 姬德强

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 皮书出版分社 (010) 59367127

责任编辑 / 陈 颖

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

责任校对 / 杨 楠

项目统筹 / 蔡继辉 任文武

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

印 张 / 25.5

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

字 数 / 465 千字

版 次 / 2014 年 7 月第 1 版

印 次 / 2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-6189-2

定 价 / 89.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

中国国际传播发展报告（2014）课题组

组 长 胡正荣 李继东 姬德强

成 员（以姓氏拼音为序）

卜伟才	蔡 骏	苍宏宇	陈礼东	陈卫星
陈 怡	崔 松	单成彪	董关鹏	董文萍
高岸明	郭金月	胡逢瑛	胡笑红	胡智锋
黄 廓	霍永哲	纪国华	姜 飞	姜洁冰
景春寒	柯 妍	李 杰	李艳伟	李 颖
李 宇	李 智	刘 斌	刘 畅	刘 慧
刘 俊	刘 扬	龙 耘	罗 霆	吕修琦
马莱佳	马喆明	任学安	任永雷	沈 斌
孙向辉	唐润华	唐晓芬	田 卉	王弘扬
王润珏	王韶霞	王 祎	魏 群	吴 非
吴 杰	武和平	阎 涛	颜小虎	于运全
张 红	张 岚	张 磊	张文雷	张新华
张玉宁	赵京文	赵月枝	郑 亮	周培源
周 亭	周宗敏	朱博英	邹妍艳	

主编简介

胡正荣 教授，博士生导师，中国传媒大学副校长、广播电视研究中心主任。

国务院学位委员会新闻传播学学科评议组召集人、教育部新闻学与传播学教学指导委员会主任委员，美国哈佛大学肯尼迪政府学院客座研究员（2005）、英国威斯敏斯特大学传播与媒介研究中心 Leverhulme 访问教授（2006）、新加坡《亚洲媒介》编委、韩国首尔大学《传播研究》编委、英国《全球媒介与传播》编委。发表论文、论著等成果 300 余万字，主持国家社科基金重大项目“国际传播发展新趋势与加快构建现代传播体系研究”、教育部人文社科重点研究基地重大项目“基于广播电视与新媒体的中国国际传播能力建设研究”等多项省部级以上项目，主要研究领域为媒介研究（包括媒介发展战略、媒介政策与制度、媒介管理等）、传播政治经济学、新媒介等，主要讲授课程有“传播学理论”“媒介研究”等。2000 年列为教育部“跨世纪优秀人才”，2001 年获国务院政府特殊津贴，2006 年成为“新世纪百千万人才工程”国家级人选。

李继东 博士，中国传媒大学广播电视研究中心副教授，硕士生导师。已发表论文 50 余篇，出版专著有《中国影视政策创新研究》（2013）、《英国公共广播政策变迁与问题研究》（2007）等，主编和副主编著作有《21 世纪初我国大众传媒发展战略研究》《全球传媒产业发展报告》等 15 部，参与和主持国家社科基金重大项目、教育部重点研究基地重大项目、国家广播电影电视总局社科项目等科研项目 20 余项。英国牛津大学社会法研究中心访问学者（2007），美国明尼苏达大学新闻与大众传播学院访问学者（2009）。获北京第十和第十一届哲学社会科学优秀成果奖二等奖等奖励。主要研究领域为传播政策与制度、传播产业与公共服务、传播理论和新媒介等，主要讲授课程有传播学概论、传播学史、传播政策研究、媒介研究、新闻业务（写编评）等。

姬德强 博士，中国传媒大学广播电视研究中心助理研究员，传媒学术网主编。主要研究领域为传播政治经济学、国际传播、数字化与中国社会转型，参与多项国家和省部级社科项目，发表 SSCI、CSSCI 期刊论文多篇，加拿大西蒙·弗雷泽大学访问学者（2010~2011），香港城市大学访问研究生（2009）。

摘要

本书是目前国内第一部研究中国国际传播发展的年度专业报告，由中国传媒大学广播电视研究中心组织，并汇聚从事国际传播实务的政府部门、主流媒体、教育文化以及其他信息传播机构的领导、专家与国内外知名学者，共同编撰而成。全书从实践与理论、国内与国外、宏观与微观三组维度，全面、系统而深入地梳理、分析中国国际传播行业动态、发展趋势和理论前沿，进而总结出具有中国特色和全球价值的国际传播模式与理论范式，建构体现国情、行情和世情的国际传播阐释体系。

全书采用“3+1”内容结构方式，即阐释整体态势的“总报告”、总结业界经验的“实践篇”以及侧重对微观话题进行理论分析的“专题篇”，这三部分聚焦于中国的国际传播问题；“境外篇”则关注境外国际传播问题。本书致力于为政府决策、业界实操和学术研究提供具有实证性、针对性和理论性的权威研究成果。

2014 年度报告以“中国国际传播能力建设”为主题，20 多位来自人民日报社、新华社、中央人民广播电台、中国国际广播电台、中央电视台、中国日报社、外文局及中国社会科学院、中国国际问题研究所、加拿大西蒙菲莎大学、北京师范大学等机构的知名专家学者，深入探讨了近 5 年来政府部门、主要媒体、文化教育机构等的国际传播能力建设历程、现状和趋势以及国际传播研究动态、范式等话题。其中，三篇“总报告”分别从全局概览、研究范式和媒体战略三个角度梳理、分析了中国国际传播政策导向、实践探索、理论思考和发展趋势；并综合民族、国家、阶级、种族和知识权力范式等多维立体视野，提出了多维历史性分析及去殖民化的知识范式；进而从主体、诉求、渠道、类型四个层面论述了中国打造国际一流媒体的关键突破点。“实践篇”则由 10 多位业界领导、专家剖析了主要媒体、教育机构、城市、智库等主体提升中国国际传播能力的实践历程及其经验，还分析了中国新闻发言人制度、外国精英眼中的中国等话题。“专题篇”汇集了海内外 10 多位中青年学者的最新研究成果，分别对文化领导权、跨文化传播、传播战略、版权输出和走出去策略等相关问题进行了理论探讨、案例分析，展示了国际传播能力建设的多维观点。“境外篇”对俄罗斯、中亚五国等周边国家以及美国、日本和加拿大等发达国家国际传播实践案例予以关注，特别是对国家领导人形象与新媒体以及文化外交等前沿话题进行了深入分析。

Abstract

Organized by the National Center for Radio and Television Studies of Communication University of China, this bluebook is the first professional report on the development of China's international communication and also an unprecedented joint effort of both government departments, mainstream media, education, culture and information organizations who undertake international communication practices, and experts and researchers who have done distinguished studies on this topic domestically and beyond. The whole report is structured surrounding three binary relations: practice and theory, domestic and international, macroscopic and microscopic, through which a comprehensive and systematic picture of China's international communication is drawn. In pursuit of alternative international communication model and theoretical paradigm with Chinese characteristics, and the building of an encompassing interpretive systems on international communication, the report focuses on the current dynamics, developmental trends and theoretical frontiers.

There are four main parts in this bluebook, including the general reports interpreting the overall situation, the praxis or industry reports concluding the multidimensional intercultural communication experiences by multiplayers, the focus or specific topics reports emphasizing microscopic issues, plus the special reports on the international communication of foreign countries. The aim of the bluebook is to present a series of empirical, targeted and theoretical studies as reference for government policymaking, industries practice and related scholarly works.

Under the overarching theme of "building China's international communication capacity", more than 20 authors contribute insightful examinations on the history, present and tendency of China's international communication over the past five years driven by government departments, mainstream media and culture and education organizations, meanwhile the global contexts like the dynamics, paradigms and specific topics of international communication beyond China are also discussed. The authors come from both media organizations such as People's Daily, Xinhua News Agency, China National Radio, China Radio International, China Central Television, China Daily, and academic institutions, for example the Chinese Academy of Social Sciences,

China Institute of International Studies, Simon Fraser University and Beijing Normal University.

The first general report outlines the policy orientation, practical exploration, theoretical understanding and developmental trends of China's international communication through three angles of overview, research paradigm and media strategy. The second proposes the importance of a multi – dimensional historical perspective and the decolonization of knowledge paradigms through synthesizing a series of key concepts–nation, state, class, race and knowledge power, etc. – as entry points to understand the broad picture of the world information order and China's roles played in history and today. Furthermore, the third general report seeks for the breaking points for China to build internationally leading media players by carefully looking at four factors: subjectivity, appeal, channel and genre.

The Praxis part consists of contributions from over 10 industry experts and professionals, who examined the processes and lessons of international communication by mainstream media, education organizations, cities and think tanks in China based on their own rich experience in practice.

The Focus part puts together frontier studies undertaken by more than 10 young scholars covering a number of key theoretical and practical issues, for instance, cultural leadership, transcultural communication, communication strategy, copyright export and media “going-out”.

The Overseas part sheds light on foreign countries' international communication practices. The history and current situations of international communication of Russia, Central Asian countries, USA, Japan and Canada are studied, with a particular emphasis on national leaders' image, new media and cultural diplomacy, cyber security and so forth.

目 录



Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 新理念、新战略、新模式：2014 中国国际传播

- 发展报告 胡正荣 李继东 / 001
- 一 政策导向：新理念的提出 / 002
- 二 实践创新：新战略转型期的开启 / 004
- 三 理论探索：一种全球传播能力模式的建构 / 007
- 四 发展趋势 / 009

Ⅱ.2 全球传播研究的新范式：多维历史性分析及

- 去殖民化知识建构 赵月枝 / 011

Ⅱ.3 打造国际一流媒体的突破点：主体·诉求·

- 渠道·类型 胡智锋 刘俊 / 031

Ⅱ II 实践篇

Ⅱ.4 以海外受众为中心打造国际传播“王牌战略”

——新华社国际传播能力建设进展报告

- 周宗敏 阎涛 纪国华 / 045

Ⅱ.5 中国网络媒体对外传播发展报告 刘扬 单成彪 刘慧 / 061

Ⅱ.6 搭建民间舆论平台 争夺国际话语空间

- 《环球时报》在 2013 吴杰 / 073



- B.7 搭建沟通平台 传递中华文化**
——中央人民广播电台组建全球华语
广播网十年一瞥 中央人民广播电台 / 084
- B.8 中国国际广播电台国际传播能力建设的新跨越**
..... 中国国际广播电台 / 088
- B.9 中央电视台国际传播建设发展现状及战略前瞻**
..... 任学安 任永雷 / 098
- B.10 统筹协调 转型发展 遵循规律 培养人才**
——以《中国日报》为例，浅谈中国媒体国际传播
发展思路 高岸明 / 109
- B.11 在传承与发展中寻求新的突破**
——浅论中国外文局国际传播实践的
发展历程 于运全 张玉宁 / 119
- B.12 中国电影的国际传播：历史、现状与对策** 孙向辉 张 岚 / 130
- B.13 BON 蓝海电视：构建“全媒体云平台”推动中国
内容全球传播** 崔 松 / 146
- B.14 2003~2013 新闻发言人制度十年历程及前景展望**
..... 中国传媒大学媒介与公共事务研究院
中国新闻发言人研究中心 / 158
- B.15 孔子学院：一种汉语文化国际传播的模式** 王润珏 / 173
- B.16 2008~2013 中国城市国际传播“黄金五年”与反思**
..... 中国传媒大学媒介与公共事务研究院公共关系研究所 / 183
- B.17 外国精英眼中的中国国家形象** 唐晓芬 田 卉 周培源 / 200
- B.18 智库与国际传播能力建设：作用与实践** 郭金月 / 215

B III 专题篇

- B.19 全球权力转移与文化领导权**
——葛兰西视角下的国际传播理论研究 张 磊 王韶霞 / 226
- B.20 跨国媒体的跨文化传播研究视角** 姜 飞 / 235

- B.21 国际传播能力的界定及其评估 李 智 / 246
 B.22 大数据背景下国际传播的战略思考 黄 廓 / 254
 B.23 让世界听到中国的声音
 ——新华社拓展国际传播能力的基本策略 陈 怡 / 261
 B.24 电视国际传播的“化整为零”策略 李 宇 / 269
 B.25 版权输出：做足专业，树立品牌
 ——以华语教学出版社为例 颜小虎 张新华 / 279
 B.26 撕下标签：中国媒体走出去的困惑与努力
 ——以 CCTV 美洲台为例
 马莱佳（格林纳达） 胡笑红 / 287
 B.27 国产电影“走出去”的误区分析 李艳伟 / 296
 B.28 知名职业运动员媒介形象与国家形象
 ——以网球运动员李娜的媒介形象为例 赵京文 / 308
 B.29 传播鸿沟：中日冲突的传播视角 王 祎 / 318

B IV 境外篇

- B.30 “新媒体总统”巴拉克·奥巴马的形象
 建构和传播 李 杰 周 亭 / 324
 B.31 俄罗斯媒体展开与政府政策紧密结合的舆论战
 吴 非 胡逢璞 / 338
 B.32 公共政策、规制的市场与国家安全：“依附之路”上的
 加拿大 姬德强 / 350
 B.33 日本的“文化外交”与NHK的国际传播策略 刘 斌 / 363
 B.34 中亚五国国际传播能力建设管窥：现状与成因 郑 亮 / 376

CONTENTS



Ⅰ I General Reports

- Ⅰ.1 New Idea, New Strategy, New Model: 2014 Report on
The International Communication of China *Zhengrong Hu, Jidong Li* / 001
1. *Policy orientation: proposing new idea* / 002
2. *Practice exploration: opening a new period of strategic transformation* / 004
3. *Theoretical reflection: building a new model of global communication capacity* / 007
4. *Developmental trends* / 009
- Ⅰ.2 New Paradigms of Global Communication Research: A
Multi-dimensional Historical Analysis and the
Decolonization of Knowledge Building *Yuezhi Zhao* / 011
- Ⅰ.3 Breaking Points for Building International Leading Media:
Subjectivity, Appeal, Channel and Genre *Zhifeng Hu, Jun Liu* / 031

Ⅱ II Praxis

- Ⅱ.4 Creating “Trump Strategy” of International Communication by
Centering on Oversea Audience: Report on the Development
of Xinhua News Agency’s International Communication
Capacity Building *Zongmin Zhou, Tao Yan and Guohua Ji* / 045

- Ⓕ.5 Report on the International Communication of Chinese
Internet Media *Yang Liu, Chengbiao Shan and Hui Liu / 061*
- Ⓕ.6 Establishing Folk Public Opinion Platform, Striving for International
Discursive Space: *Global Times* in 2013 *Jie Wu / 073*
- Ⓕ.7 Building Dialogue Platform, Communicating Chinese Voices:
A Glimpse of Ten Years' Operation of the Global
Chinese Broadcasting Cooperation Network by China
National Radio *China National Radio / 084*
- Ⓕ.8 New Leaps of International Communication Capacity Building
for China Radio International *China Radio International / 088*
- Ⓕ.9 The Present and Future of China Central Television's
International Communication Capacity Building
Xue'an Ren, Yonglei Ren / 098
- Ⓕ.10 Coordination, Transformation, Following the Rules and
Training Talents: *China Daily* and Thoughts on Chinese
Media's International Communication *Anming Gao / 109*
- Ⓕ.11 Seeking for New Breakthroughs in Inheritance and Development:
On the Development Process of International Communication
Practice of China International Publishing Group
Yunquan Yu, Yuning Zhang / 119
- Ⓕ.12 International Communication of Chinese Movie:
History, Present and Countermeasures *Xianghui Sun, Lan Zhang / 130*
- Ⓕ.13 Blue Ocean Network: Building "Full Media Cloud Platform", Promoting
the Global Communication of Chinese Content *Song Cui / 146*
- Ⓕ.14 News Spokesman System in China: Ten Year's History (2003-2013)
and the Prospects for Future
*China News Spokesman Research Center, Institute of Media and
Public Affairs, Communication University of China / 158*



- B.15 Confucius School: An International Communication Model
for Chinese Language and Culture *Runjue Wang / 173*
- B.16 The “Golden Five Years” (2008-2013) and its Reflection of
Chinese Cities’ International Communication
*Center for Public Relations Studies, Institute of Media and Public Affairs,
Communication University of China / 183*
- B.17 China’s National Image in the Eyes of Foreign Elites
Xiaofen Tang, Hui Tian and Peiyuan Zhou / 200
- B.18 Think Tank and the Building of International Communication
Capacity: Functions and Practices *Jinyue Guo / 215*

B III Focus

- B.19 Global Power Shifts and Cultural Leadership: A Study on
International Communication Theories From the
Perspective of Gramsci *Lei Zhang, Shaoxia Wang / 226*
- B.20 Perspectives of Transcultural Communication Studies
towards Transnational Media *Fei Jiang / 235*
- B.21 Definition and Evaluation of International Communication Capacity
Zhi Li / 246
- B.22 Strategic Thinking on International Communication in the
Era of Big Data *Kuo Huang / 254*
- B.23 Let China’s Voice be heard by the World: Basic Strategies of
Xinhua News Agency’s Expansion of International
Communication Capacity *Yi Chen / 261*
- B.24 The “Disassembly” Strategy for Television’s International
Communication *Yu Li / 269*

- Ⅱ.25 Copyright Export: A Case Analysis on the Professionalization
and Branding of Sinolingua *Xiaohu Yan, Xinhua Zhang / 279*
- Ⅱ.26 Defying the Label: The Puzzles and Efforts of Chinese
Media Going-out *Malaika Amini Church (Grenada), Xiaohong Hu / 287*
- Ⅱ.27 An Analysis of the Misunderstandings on Chinese Movie
“Going-out” *Yanwei Li / 296*
- Ⅱ.28 The Impact of Sports Star’s Media Image on National Image: Taking
Tennis Player Na Li’s Media Image as an Example *Jingwen Zhao / 308*
- Ⅱ.29 Communication Gap: A Communication Perspective
on Sino-Japanese Conflicts *Yi Wang / 318*

Ⅲ Overseas

- Ⅲ.30 On the Building and Communication of the Image of “New
Media President” Barack Obama *Jie Li, Ting Zhou / 324*
- Ⅲ.31 Russian Media, Public Opinion War and Government Policies
Fei Wu, Fengying Hu / 338
- Ⅲ.32 Public Policy, Regulated Market and National Security: Canada
on the “Dependency Road” *Deqiang Ji / 350*
- Ⅲ.33 Japanese “Cultural Diplomacy” and NHK’s International
Communication Strategies *Bin Liu / 363*
- Ⅲ.34 The Building of International Communication Capacity of
Five Countries in Central Asia: Present and Origin *Liang Zheng / 376*

总 报 告



General Reports

B. 1

新理念、新战略、新模式： 2014 中国国际传播发展报告

胡正荣 李继东*

摘 要：

2013~2014 年度中国国际传播在政策导向、实践创新等方面均有新的变化，在政策导向上表现为倡导命运共同体的新意识、传播当代中国价值观的新目标和主体范畴的新拓展，在国际传播实践上则步入了一个新战略转型阶段，正在实现从关注经济价值到倡导当代中国价值的传播，从强调国有机构主体地位到倡导多元主体共进，构建跨领域、跨国家和跨文化的内容体系，从单向度传播到全向度传播转型。基于此，本文尝试建构一种全球传播能力模式，并对我国国际传播发展趋势做了简要推测。

关键词：

中国国际传播 政策导向 实践创新 理论探索

* 胡正荣，中国传媒大学副校长、广播电视研究中心主任、教授；李继东，中国传媒大学广播电视研究中心副教授。