

《中国传媒大学传播学系列教材

Global Communication

全球传播学

张 开 杨光辉 王艳丹◎著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

《中国传媒大学

Global Communication

全球传播学

张 开 杨光辉 王艳丹◎著



中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

全球传播学 / 张开, 杨光辉, 王艳丹著. —北京:
中国广播电视出版社, 2013. 9

中国传媒大学传播学系列教材

ISBN 978 - 7 - 5043 - 6957 - 4

I. ①全… II. ①张… ②杨… ③王… III. ①传播学
—高等学校—教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 206456 号

全球传播学

张 开 杨光辉 王艳丹 著

责任编辑 杨 凡

封面设计 亚里斯

责任校对 张莲芳

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010 - 86093580 010 - 86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮政编码 100045

网 址 www. crtp. com. cn

电子信箱 crtp8@ sina. com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数 237(千)字

印 张 13.5

版 次 2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 6957 - 4

定 价 33.80 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

中国传媒大学传播学系列教材编委会

主任 胡正荣

主编 刘 昶

编委 陈力丹 陈卫星 程曼丽 郭庆光 何 兰
黄 旦 雷跃捷 刘利群 刘笑盈 刘燕南
龙 耘 隋 岩 张 开 赵月枝

(编委会由中国传媒大学传播研究院学术委员会
全体委员组成,以姓氏汉语拼音为序)

总序

传播是一场博弈

作为一门交叉性的学科，传播学自欧美肇始到引进中国内地，至多不过数代人的时间。然而，本土学者的不懈努力不仅令中国传播学研究教学获得长足发展，而且还催生了学术去西方化的意象。近二十年来，传统意义上的讯息、传者、受者日益增加并多元，信息与传播高新技术（NICT, New Information and Communication Technologies）的迅猛发展（其对人类社会影响力或许已超越工业化革命，人类社会信息传播速度和范围空前提升和扩大）更是拓宽了学界的视野和治学的思路，对传播的现象及其发生、嬗变、性质、过程、特征、效果等，在学理层面也都有了新的、更为深刻的认知，并达成了许多共识。诸如：

传播是对话。对世界各国的人们而言，不论其肤色、种族、语言或文化，传播都意味着寻找“他者”的努力和体验。传播活动从天赋的表达权开始，经过不断地寻求对话，寻求与“他者”交流传递分享信息和情感，实现社会的民主与开放。当今时代，信息无处不在，对话之于人类社会共同价值观的传承意义非凡。

传播是协商。随着社会的演进，信息的生产、传递和分配已不再是传播活动唯一的目的。在不同的空间——科学技术空间、商业经济空间和社会文化空间，传播长袖善舞，日益发挥着越来越重要的作用。基于各个层面矛盾的存在，利益攸关方需要交流和沟通，需要调停和斡旋，传播虽不能直接解决任何问题，但作为传播活动的谈判和协商毕竟有助于相互理解和相互信任，以期最终达成彼此妥协。

传播是共处。因为传播即存在，传播活动的过程，即是在确认并保留自己的身份的同时，承认、尊重、接近、接纳“他者”，从而在不同的个人、家庭、职业、社会、文化、宗教、政治等层面建构起各种关系——自我与“他者”、自我与世界的关系的复杂过程。以高精尖端化和互动个性化为特征的技术进步带来的种种便利，并未有效地改善人们的互信，反而彰显了无法传播/无法传通（incommunication）现象。传播生态的改变使得讯息的接收者（经典传播学中的受者）的主动性日占上风，其自由意志决定了面对传播的选择、接受、参与、抵御等个性态度，强化了传播活动中各种身份的不可还原性。麦克卢汉虽然预见世界的变小，从而提出了“地球村”的概念，但如今全球层面的私人空间与公共空间界限参量的变化和模糊化趋势，显然超越了其未来学式认知范畴。当代人类社会应对身份的多样性、应对与“他者”关系的必要性之最佳方式莫过于彼此共处。

总之，传播是一场博弈：它不仅是某种技术博弈（技术变革有助于刺激并促进信息的全方位交流，对技术的拥有和使用，或可提升人们自身的成就感和价值感，但是人和技术之间的矛盾既令人兴奋，又令人担忧），也是某种文化博弈（涉及倡导和维护文化多元主义、规避日益严重的市场和商业化压力），更是某种政治博弈（历史的进程需要人类社会在传播层面解决信息、知识和行动三大话语合理性之间的冲突，政治智慧的运用或能导致对话、协商、妥协、宽容，而这所有可能的结果直接关乎21世纪的和平）。在传者和受者地位日益平等的今天，传播活动博弈的理想结果当是共处，甚或和平共处（在今天看来，已故中国总理周恩来在20世纪50年代初提出的国家外交纲领——“和平共处五项原则”，不仅具有国际关系发展的先见性，也可视作中国在政治传播领域的贡献）。从这个意义上而言，协商和共处不仅成为传播效果的保证，而且还是减少、避免误解和仇恨的推力。

然而，作为人的生物属性，传播与沟通（传通）是基于本能的生存需求，但作为社会属性，传播观念和技能并不是与生俱来的，而是需要学习和体验的，唯此，传播价值才有代代相传的可能性。中国内地的传播学虽经努力有了基本的建树，但要想获得真正意义上的学术进步，仍需学界的进一步努力。目前，两岸三地高校传播学专业的师生每每苦于教材之困（或不成系列，或已需修订），希冀能有与时俱进的教材成为相关课程教学的辅佐。为此，中国传媒大

学传播研究院义不容辞地担当起编写传播学系列教材的重任，尝试为海内外高校提供尽可能宽泛而相对系统的传播学最新思考和成果，而今与读者见面的这套教材系列即是同仁们努力的初步成果。

作为教材，本系列的特色有四：一是从传播学研究方法到相关理论的最新发展，从历史梳理到专题研究、再到具体实务，主题尽可能多元；二是作者都是新闻传播学教学科研一线的骨干，在各自的学术领域都有相当的积累；三是触类旁通，在学科的跨越性、交叉性和延展性方面，作出了一些可贵的探索；四是努力结合传播学发展的趋势和特点，为读者拓展学术视野提供参照。

事实上，理解传播，既不能漠视或忽略学科发展的历史脉络和来自不同学科的学术渊源，也需要重视研究方法的意义（在量化分析大行其道的今日，质性研究传统依然有其哲理性、思辨性价值和魅力）；理解传播还应具有各种媒介的通识与素养，并对传播实务和市场有一定的认识。从某种意义上而言，有关传播的信息和知识不仅是专业人士应该具备的，也是每一个社会成员的生存所需要的。

而这些理念正好也契合了本系列教材的作者和编者的一个共同愿望：无论是从事新闻传播学教学的师生，还是普通的读者，都能在阅读本系列教材的相关书籍并获得专业知识之外，亦对关乎本世纪人类社会和平博弈的传播活动及传播理性有所思考和行动。

刘 昶 谨识

（作者系中国传媒大学教授、博士生导师兼传播研究院副院长）

目 录

第一章 从国际传播到全球传播	(1)
第一节 国际传播的演进	(1)
第二节 国际传播基本概念	(8)
第三节 从国际传播到全球传播	(21)
第二章 全球传播概述	(26)
第一节 新世界信息秩序与全球传播	(27)
第二节 全球传播——主要理论	(45)
第三节 全球传播的控制与效果	(62)
第三章 全球传播与国家文化	(72)
第一节 国家文化概述	(72)
第二节 全球各国的国家文化传播	(82)
第四章 全球传播与公共外交	(92)
第一节 公共外交概述	(92)
第二节 全球传播与公共外交	(100)
第三节 全球传播视域下的全球各国公共外交	(111)
第五章 全球传播与国际组织	(127)
第一节 国际组织概述	(127)
第二节 全球传播与国际组织	(133)
第三节 国际组织的全球传播	(140)

第六章 全球传播与国家经济	(161)
第一节 经济全球概述	(161)
第二节 全球传播与经济全球化	(170)
第三节 经济全球化的影响	(182)
第七章 全球传播的效应	(190)
第一节 全球公民与全球治理	(190)
第二节 国家主权的弱化	(196)
延伸阅读	(203)

第一章

从国际传播到全球传播

本章要点：

1. 什么是国际传播？国际传播的主体有哪些？
2. 大众传媒在国际传播领域扮演着何种角色？
3. 在全球传播语境下中国需要向谁说？怎么说？国际受众的需求是什么？
4. 国际传播离不开意识形态吗？为什么？

第一节 国际传播的演进

宽泛地说，“国际传播是一种古已有之的传播活动，自人类历史上出现国家以后就已经存在”^①。

上海外国语教授郭可将国际传播概述为四个阶段：

第一阶段：古代帝国时期，以马匹、烽火、官文为传播载体，以维持统治和促进商贸为传播目的，以官方、旅行者、商人的商贸活动和文化交流以及非和平的战争方式为传播渠道。

第二个阶段：农业社会时期，以书信、史料、手抄本和印刷文字为传播载体，以传承文化和交流信息为传播目的，以商贸活动和官方外交为传播渠道。

^① 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第237页。



第三个阶段：工业社会时期，以大众报纸、通讯社电报为传播载体，以传播政治化或意识形态化为传播目的，以扩张发展和移民流动带来的文化交流方式为传播渠道。

第四个阶段：信息社会时期，以报纸、广播、电视和网络为传播载体，以经济和文化为主的多元化功能为传播目的，以官方正式方式、民间自由方式以及四大媒体为传播渠道。

本章节将从媒体发展的脉络来快速扼要地梳理国际传播的进程。

在国际传播的早期阶段，国家之间交往都是小规模、小范围的，活动大都以商品交换为主，手段也相当原始。到十四五世纪，人类发明了文字、雕版印刷、活字印刷，有了印刷读物。然而，此时的印刷读物很少被带入他国，因此这些读物只能是人际交流的附属物。18 世纪后期至 19 世纪中期，欧美主要国家先后发生了工业革命，这场革命不仅引起社会政治、经济、文化等方面的重大变化，也使报业发展获得了前所未有的空间，报纸印数增加了，发行量扩大了，价格低廉了，读者群由以前的特定群体扩展到普通民众。另外，也出现了一批与报业发展密切相关的一些专门性机构和职业化群体。报业的发展提高了大众传播的效率，满足了大众对信息的需求，国际信息的传播也较早前频繁。这一时期，报纸也由早前作为人员交流的附属物变为国际传播的主体，这是一个历史的进步。

1837 年，美国人塞缪尔·莫尔斯发明了一台有效距离只有 500 米的电报机，后经过几年对这台电报机的不断改进，以及请求美国国会资助 3 万美金作为实验经费，在华盛顿与巴尔的摩两个城市之间架设了一条长 64 公里的线路，53 岁的美国人塞缪尔·莫尔斯于 1844 年 5 月 24 日，在美国华盛顿国会大厦会议厅里，心情激动地按照预先约定的时间，亲手发出了人类历史上的第一份长途电报。他的助手在 64 公里以外的地方收到了电报，这次试验轰动了世界，揭开了人类通信史上新的一页。虽然电报本身不是大众传媒，但是它为大众传播提供了快速而有效的通讯手段。以采集和提供新闻信息为主要职能的新闻通讯社，就是在电报技术的基础上产生和发展起来的。世界上最早的四家通讯社是法国的哈瓦斯社（1835 年，起初使用信鸽传递信息，1845 年该社在国内线上开始用电报传送新闻）、德国的沃尔夫社（1849 年）、英国的路透社（1851 年）和美国的港口新闻社（1846 年，美联社的前身）。

通讯社、报社的国际业务之所以能开展是得益于电报这一新型通讯工具，电报也随着通讯社、报社的国际业务的频繁而得以快速发展。1865 年 5 月 17 日，法国、奥地利、德国、意大利、俄国等 20 多个国家的代表在巴黎召开会议，签署了《国际电

报公约》，宣告成立“国际电报联盟”（International Telegraph Union, ITU）。依据《国际电报公约》，各国采用统一技术标准，服从行业规范。事实上，统一技术的标准和行业规范的建立，就意味着国际传播开始走上正规化的发展道路。随着电话与无线电的应用与发展，ITU 的职权不断扩大。1906 年，德、英、法、美、日等 27 个国家的代表在柏林签订了《国际无线电报公约》。1932 年，70 多个国家的代表在西班牙马德里召开会议，将《国际电报公约》与《国际无线电报公约》合并，制定《国际电信公约》，并决定自 1934 年 1 月 1 日起正式改称为“国际电信联盟”（International Telecommunication Union）。

电报的出现，对于国际传播来说无疑是一场革命，因为借助媒体的国际传播有了直接而有效的渠道，远距离的信息传播实现了瞬间传递，不要再依赖马车、轮船、火车等交通工具和人力中转，不再经历曲折的环节，因此传播的速度和传播的职业化水平都获得很大程度的提高。总之，电报的出现将媒体的国际传播从人际传播的附属形态变成了独立的传播主体。

1906 年 12 月 24 日即圣诞节前夕的晚上 8 点钟左右，美国匹兹堡大学教授费森登通过马萨诸塞州布朗特岩的国家电器公司 128 米高的无线电塔成功地进行了一次广播。广播的节目包括读《圣经·路加福音》中的圣诞故事，小提琴演奏曲，还播送了德国音乐家韩德尔所作的《舒缓曲》等。人们听到电波传来的精彩节目，感到十分惊奇。这是人类历史上第一次进行的正式的无线电广播。

广播的诞生首先得益于 19 世纪无线电的发明。1887 年，德国科学家海尼赫兹首先通过实验证明麦克斯韦用数学方法证出的电磁波的确存在。1888 年，他发表了研究报告《电磁波及其反应》，这是最早研究电磁波特性的著作，为电磁学的发展和无线电广播的使用奠定了基础。1894 年，俄国一位军校教员亚历山大·波波夫（Alexander Stepanovich Popov, 1859—1905）和意大利青年加格列·莫马可尼（Guglielmo Marconi, 1874—1937）同时发明了无线电通信技术。1895 年 5 月 7 日，波波夫在圣彼得堡物理化学协会物理学部年会上报告了他的研究成果，并公开演示了他制作的一架无线电接收装置——雷电指示器。到 1900 年，由他制作的无线电发报机，发射和接收范围已达 148 公里。1920 年 11 月 2 日，美国西屋电气公司在匹兹堡建立了 KDKA 电台，KDKA 是美国第一家，也是世界第一家正式办理了执照的广播电台。继美国之后，英国、苏联、德国、意大利、日本等国也纷纷建立广播电台，到 1925 年，正式创办广播电台的国家已有 20 多个。

1923 年，美国人奥斯邦在上海创办 ECO 广播电台，这是中国境内最早的广播电



台。该电台设在上海广东路大赉洋行楼上，挂着“中国无线电公司”招牌，发射功率为50瓦。1926年7月，设在哈尔滨南岗转角楼的东三省无线电台，呼号XOH。1928年8月，南京开办“中国国民党中央执行委员会广播无线电台”（简称“中央广播电台”），这是国民党官办的第一座广播电台。发射功率为500瓦。1940年12月30日创建的“延安新华广播电台”是中国共产党最早的广播电台。1949年3月25日，新华广播电台迁到北平。同年12月5日，改名为中央人民广播电台。

荷兰是世界上最早开办国际广播的国家，此后苏联、法国、英国、德国、意大利、日本等国也相继开办了国际广播。到“二战”前的1939年，世界上共有27个国家开办了国际广播。^① 国际广播的开播掀开了国际传播史上新篇章，因为从此国际传播有了专用的频段。很快各国政府相继认识到国际广播的异地传播功能，并开始通过广播展开政治、外交斗争，例如1929年苏联开办针对对外广播的莫斯科电台，播出德语、法语和英语节目，其德语广播很快就受到德国电台的干扰。德国的国际广播同样开办于1929年，1933年希特勒上台后，国际广播从原先面向国内观众和旅居国外的德国听众，转变成纳粹军国主义的宣传机器。针对法西斯国家的电波攻击，反法西斯阵营展开了反击，如从1941年起，英国就通过广播在欧洲开展了“争取胜利”运动。

说到广播在第二次世界大战中的作用，“有学者形象地说：广播点燃了‘二战’的第一把火，在‘二战’中充当了舆论战的催生婆；还有的学者风趣地讲：如同太上老君的八卦炉给孙悟空留下一双火眼金睛一样，历经了72个月零一天战火洗礼的第二次世界大战给人们留下了两把撒手锏，一把是核武器，另一把就是舆论战。”^② 广播不仅是作战双方军事、政治、经济、外交诸方面的斗争，而且还是敌对双方舆论战的全面较量。

美国的国际广播始于1940年。日本偷袭珍珠港之后，美国参战，开始大力发展国际广播。1942年2月24日建立“美国之音”广播电台，首先开办德语广播，接着在一周之内连续推出法语、意大利和英语节目，6月又用汉语普通话和广东话开始对华广播。为了对抗敌对的战争宣传，美国还把各种节目制成唱片，用轰炸机运送到英国和拉丁美洲广播，揭露法西斯的谎言。

“国际广播，就其主要特征而言，是一种对外政治宣传工具，是各国为其本国利

① 程曼丽：《国际传播学教程》，北京大学出版社2006年4月版，第26页。

② 姚学满、张梦义：《66年舆论战：写在纪念世界反法西斯战争胜利60周年之际》，《政工学刊》2005年第6期。

益对外宣传其政策观点和争取世界人心的有效手段，是意识形态斗争、国际政治斗争的战略性宣传武器。”^① 这是学者金初高基于对国际广播长期考察所得出的结论。事实上，国际广播从开始之日便与国际政治结下不解之缘。大多数西方国家的国际广播最初设立都是出于殖民主义的需要，它面向殖民地国家和地区并服务于海外侨民。第二次世界大战中，它又被用来为战争服务，对战争进程产生重大影响，以至让世人充分认识到广播的威力。“二战”之后，东西方处于“冷战”时期，苏联为一方，美国为另一方，双方开展“国际广播战”。“国际广播”完全成为国家宣传和公共外交的重要领地。通过“广播战”，美国和苏联之间潜伏的意识形态争斗日益深化。美国的决策者们将公共外交视为对传统外交政策新的、不可或缺的补充。意识形态的斗争将影响别国公众意见的行为更公开化，这种争取人心的努力也成为一种竞争。

因此，广播电台的诞生，令国际传播具备了三个特点：一是国际传播的中间环节进一步减少；二是传播的影响力大幅度提高；三是出现了国际传播的专门频道。如果从舆论角度来看，相较于第一次世界大战期间的舆论，第二次世界大战期间的舆论具备了扩张性和战斗性，这说明，没有广播电台的广泛应用，就没有“二战”期间的舆论交锋。

电视的诞生稍晚于广播。第一台真正意义上的电视于1925年问世，英国发明家约翰·贝尔德（John Baird）在“尼普柯夫圆盘”的基础上，发明了机械扫描式电视摄像机和接收机，并首次在相距4英尺远的地方传送了一个“十”字影像，宣告了世界首台电视的诞生，贝尔德也因此被称为“电视之父”。但机械电视存在着清晰度和灵敏度低下的致命缺陷，很快被随后出现的电子电视所取代。1931年，美国科学家兹沃雷金（Vladimir Kosma Zworykin）制造出比较成熟的光电摄像管，即电视摄像机，并在一次试验中将一个由240条扫描线组成的图像传送给4英里以外的一台电视机，再利用镜子把9英寸显像管的图像反射到电视机前，完成了使电视摄像与显像完全电子化的过程。随着电子技术电视上的应用，电视开始走出实验室，进入公众生活之中，开始成为真正的信息传播媒介。

1936年11月2日，是人类历史上一个值得记忆的日子，这一天在伦敦亚历山大宫，英国广播公司（BBC）使用贝尔德的240行扫描机械电视系统，正式播出了一场规模宏大的歌舞晚会，因此，这一天被认为是世界电视的誕生日，BBC也被认为是世界上第一个电视台。到了1939年，英国大约有2万个家庭拥有电视机，美国无线电

^① 金初高：《当代世界传播研究》，中国国际广播出版社1996年版，第9页。



公司的电视也在纽约世博会上首次露面，开始了第一次固定的电视节目演播，吸引了成千上万的好奇观众。

第二次世界大战的爆发使得刚刚发展起来的电视事业几乎停滞了 10 年。战争结束以后，电视工业又蓬勃发展起来，电视也迅速流行起来。1945 年 5 月 7 日，苏联率先播放电视节目，1946 年，英国广播公司恢复了固定电视节目，美国政府也解除了禁止制造新电视的禁令。一时间，电视工业犹如插上了翅膀，飞速发展起来。在美国，从 1949 年到 1951 年，短短三年来，不仅电视节目已在全国普遍播出，电视机的数目也从 100 万台跃升为 1000 多万台，成立了数百家电视台。到 20 世纪 50 年代末期，开办电视的国家已有 50 个，我国的电视起于 1958 年。电视的出现，在公众中引起了强烈反响。在不长的时间里，公众就抛弃了其他的娱乐方式，闭门不出、如醉如痴地坐在起居室的电视机前，同小小的荧屏中展示的一切同悲共喜。电视愈来愈成为人们生活中必不可少的部分。

1960 年 8 月 12 日，在熊熊的烈焰中，一枚火箭腾空而起，将一颗用于通信的卫星送入了广袤的太空。随着“信使者”及“电星 1 号”卫星成功升入太空，进入地球轨道，卫星通讯进入实用阶段。随着通信卫星的出现，电视的传播速度更快了。通过实况转播，各种世界性的体育盛会、重大科技信息和人类发生的重大事件，转眼间传遍整个世界。从 1965 年到 1980 年，国际通信卫星组织共发射了 5 颗国际通信卫星，完全实现了全球通信。可以毫不夸张地说，通信卫星加强了人们的社会交往和相互了解。在高悬于太空中的通信卫星的照耀下，地球仿佛变小了，“全球村”时代来临了。1983 年 11 月 5 日，美国 USCI 公司首次开始卫星直播。短短几十年，电视获得了惊人的发展。从电子管电视、晶体管电视迅速发展 to 集成电路电视。目前，伴随着微电子和计算机技术的突飞猛进，电视正在向智能化、多功能、多用途化和国际化迈进。

从 20 世纪 80 年代起，国际电视台陆续在世界发达国家出现，如美国的 CNN，英国的空中电视台、法兰西国际电视台、德国之声电视台等。国际电视的兴起为国际新闻、文化传播增添了新的内容与样式，也进一步增进了各国间的信息文化交流，推动了整个人类文明的进步。然而，这种文明的进步实质上体现出当代人类文明进步中的不平衡、不平等问题。西方发达国家的国际电视，凭借其优势向世界各个角落渗透，从而给发展中国家带来了严重的挑战与威胁。因此，许多国家特别是发展中国家正奋起抵制，一方面它们积极发展自己的国际电视，另一方面则加强了对外来电视信号的管理，它们或成立专门机构或制定专门法律，审查外来电视并有选择地将外来电视纳

入本国的有线电视传播渠道。

随着电视的普及和兴旺，世界一流新闻通讯社逐步将传统的优势与新的信息技术相结合，开始从事国际声像新闻传播活动。其中先后有三家通讯社做得有声有色：

1. 路透社电视部

前身是 BBC 于 1957 年创立的维斯新闻社，1964 年 RT 开始参股，1992 年买下全部股份，改成路透社电视部。除依托总社网络外，它还在世界主要国家建立了 70 余个分支机构，每天向百余个国家提供声像新闻，其用户包括 BNC、CNN、FOX、BBC、ITV、NHK 等。

2. 世界电视新闻社（WTN）

前身是合众独立电视新闻社，1967 年由合众国际社与英国独立电视新闻社合股而成。1985 年 UPI 退出，ABC 乘机加入，改用现名。此后，ABC 拥有 80% 的股份。世界电视新闻社的社址在伦敦，在世界各地有 15 个分社 50 余个记者站。除提供一般动态新闻外，WTN 还着重制作新闻杂志节目，如《国际犯罪》、《巡回报道》等。1998 年 6 月，世界电视新闻社被美联社成功收购。

3. 美联社电视部

1998 年 11 月正式运作，总部也在伦敦，如今 AP 各分社都设立了电视新闻采编室，录制声像新闻。现有亚洲、拉美、北美、全球服务四条专线，每天通过卫星早晚各传送一次新闻。1998 年 6 月，美联社购买了世界电视新闻社的全部股权并将其与 APTV 合并，成立了美联社电视新闻部，昔日的三足鼎立，如今成了双雄争强。

中国新华通讯社也于 2009 年 12 月 31 日开播中国新华新闻电视网（CNC）。中国新华新闻电视网（CNC）的国际传播定位是：参与世界电视媒体竞争，促进人类社会和平与发展，通过国际视野、中国观察、即时传播、客观表达，向全球受众提供一个可选择的电视信息和可供分享的网络资讯。开播三年来，CNC 在全球覆盖、国际关注、经营模式、资产升值等方面都取得了世人瞩目的成绩。

进入新千年后，世界进入经济全球化时代，国与国之间的交流和协作变得更加紧密，媒介全球化的特征愈加凸显，国际传播语境出现了一些引人注目的新特点、新趋势。这些特点和趋势可归纳为四个特点：一是传播语境的偏斜性；二是政治模式的主导性；三是信息功能的强化性；四是传播技巧的倚重性。^①

^① 杨峥：《解读当今国际传播的特点与趋势》，《新闻爱好者》2009 年第 1 期。



第二节 国际传播基本概念

国际传播作为一学术研究领域是发生在 20 世纪, 尽管国际传播活动自人类历史上出现国家以后就已经存在。20 世纪四五十年代, 国际传播学起源于美国, 60 年代末, 作为一个学科, 国际传播在美国开始得到认可, 并在 80 年代以后经历了巨大发展, 至今已然成为一个很有影响力的学科。国际传播学之所以能成为一个不断发展、充满活力的独立学科, 与其处所的外部环境特点分不开。美国学者哈密德 (Hamid Mowlana) 认为推动国际传播学形成和发展的外部环境可归纳为四个主要部分^①: 一是国际冲突、人类战争、宣传活动; 二是国际组织和国家外交的发展需求; 三是意识形态的竞争、信息传播的使用; 四是传播技术的发展和成熟。尽管这些因素很久以来一直存在于人类社会, 然而人类对它的认识是需要时间的, 了解这些因素在构成和促进国际传播中的作用也是需要—个时间过程的。有人说, 国际传播就是宣传, 可也有人认为, 国际传播的根本还是教育、合作和理解。总之, 一个学科的建立和发展必须具备一系列条件, 拥有一系列因素。国际传播学的重要因素归纳和划分可以第二次世界大战为分水岭。

1. “二战”前的因素

- 传播技术的发展 (从 19 世纪起人类发明创造的摄影技术、电报、电话、连接欧洲大陆和美洲大陆的海底电缆、无线电);
- 欧洲的霸权意识、对信息传播技术的使用以及新闻通讯社设立, 这一切提升了欧洲争霸全球能力、殖民能力和称帝能力;
- 工业化和欧洲化在全球蔓延, 导致众多的非洲人、亚洲人、拉丁美洲人、阿拉伯人效仿西方, 西方化和世俗化催化了一系列传播的现代机构的创建, 如报社、通讯社、广播电台、图书馆、大学、邮电总局等;
- 国际组织、跨国通讯组织的成立与发展 (国际电信联盟、万国邮政联盟、国家联盟);
- 欧洲和美国的国际新闻通讯社壮大, 以及其他国家的通讯社和报社的成立;
- 各种意识形态之间的争夺与传播——自由主义、共产主义、法西斯主义和一

^① Hamid Mowlana: *Global Communication in Transition The End of Diversity*, by Sage Publications, Inc. p. 3.