新时代国际传播理论与实践研究丛书

李宇◎著

新形势下国际传播的理论探索与实践思考

需要全本请访问 www.ertongbook.com

当代中国与世界

新时代国际传播理论
与实践研究丛书

李　宇◎著

新形势下国际传播的理论探索与实践思考

CICG
外文出版社 FOREIGN LANGUAGES PRESS
朝華出版社 BLOSSOM PRESS

图书在版编目（CIP）数据

新形势下国际传播的理论探索与实践思考 / 李宇著
. -- 北京 : 外文出版社, 2022.3
（新时代国际传播理论与实践研究丛书）
ISBN 978-7-119-12926-6

Ⅰ. ①新… Ⅱ. ①李… Ⅲ. ①传播学—研究 Ⅳ.
①G206

中国版本图书馆CIP数据核字（2021）第237794号

新形势下国际传播的理论探索与实践思考

作　　者　李　宇
策划编辑　谭　震
责任编辑　曹晓娟
责任印制　章云天
装帧设计　杜　帅
排版设计　愚人码字
出版发行　外文出版社有限责任公司
社　　址　北京市西城区百万庄大街24号　　邮政编码　100037
订购电话　（010）68996050　68995512
传　　真　（010）88415258（发行部）
联系版权　flp@cipg.org.cn
网　　址　http://www.flp.com.cn
印　　刷　北京盛通印刷股份有限公司
经　　销　全国新华书店
开　　本　710mm × 1000mm　1/16　　字　　数　286千字
印　　张　21
版　　次　2022年3月第1版　　2022年3月第1次印刷
装　　别　平
书　　号　ISBN 978-7-119-12926-6
定　　价　68.00 元

版权所有 翻印必究・印装有误 负责调换

“新时代国际传播理论与实践研究”丛书
编委会

主　任　杜占元

副主任　陆彩荣　高岸明　刘大为　于　涛

委　员　（按姓氏笔画为序）

于运全　王晓辉　史安斌　宁曙光　刘双燕

李雅芳　杨建平　辛　峰　闵　艺　汪　涛

陈　实　陈文戈　范奎耀　呼宝民　赵丽君

胡开敏　胡正荣　姜　飞　姜永钢　徐和建

黄　卫　董　青　程曼丽

总　序

深化新时代国际传播理论与实践研究
向世界展示真实立体全面的中国

中国外文局局长　杜占元

国际传播能力是综合国力的重要体现，加强国际传播能力建设是事关大国全球话语权和影响力提升的重大战略任务。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视国际传播工作，习近平总书记就加强我国国际传播能力建设发表一系列重要讲话、作出一系列重要论述，将我们党对国际传播工作的规律性认识提升到新的高度。2021年5月31日，中共中央政治局就加强我国国际传播能力建设进行第三十次集体学习，习近平总书记在主持学习时发表重要讲话，进一步明确了新时代国际传播工作的时代使命和目标任务，对全面加强和改进国际传播工作、构建具有鲜明中国特色战略传播体系作出战略部署，并专门强调要加强国际传播的理论研究，掌握国际传播的规律，构建对外话语体系，提高传播艺术，为新时代国际传播工作提供了根本遵循。

当前，受多重因素影响，世界百年未有之大变局加速演进，中国与世界的关系正在发生根本性变化，信息技术革命引发的全球传播格局和舆论生态变革加速推进，我国国际传播工作正处于新的关键时期。一方面，我国国际传播领域面临一系列新的时代议题和具有基础性、战略性、前瞻性的重大问题，需要我们从理论层面持续深化研究，予以科学解答；另一方面，近年来我们围绕增强国际传播能力开展了许多有益探索和实践，需要通过系统总结形成新的规律性认识，以紧跟时代步伐、引领实践创新。同时，国际传播作为具有很强实践

需要全本请访问 www.ertongbook.com

性的专业学科，需要进一步增强理论与实践相结合的应用研究，汇聚各方面的新观点、新思维，在国际传播理论研究上取得重大创新、重要突破。

在这一背景下，中国外文局所属当代中国与世界研究院、外文出版社、朝华出版社等精心策划编辑的“新时代国际传播理论与实践研究”丛书，现在与广大读者见面了。作为中国外文局重点出版项目，这套丛书以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，扎根于新时代各战线开展国际传播的创新探索、丰富实践，聚焦国内外国际传播领域理论前沿，紧扣当前国际传播工作重点难点，汇聚权威专家学者、资深业界人士等高质量成果，旨在为国际传播领域科研、教学、培训、实务等各界提供参考借鉴。

丛书内容丰富，涵盖了国际传播理论与实践研究的各重要领域，从习近平新时代中国特色社会主义思想对外宣介、对外话语体系创新、国际传播理论、国际传播人才培养、传播策略和传播效能、国际传播领域新技术、地方国际传播能力建设等方面，总结实践经验，持续深化对国际传播系统性的学理研究。第一辑首批推出了《新时代治国理政对外传播研究》《新时代对外话语体系建设实证研究》《从形象到战略：中国国际传播观察新视角》《新形势下国际传播的理论探索与实践思考》4种著作。接下来，我们将持续汇聚更多知名学者和研究力量，共同开展这项具有重大意义和深远影响的理论研究工作，推出更多高质量成果。

中国外文局是承担党和国家对外宣介任务的国际传播机构，70多年来，用几十种语言向国际社会讲述中国故事、传播中国声音、促进中外人文交流和文明互鉴。新阶段新征程上，我们正在以习近平总书记致中国外文局成立70周年贺信精神为指引，奋力建设世界一流、具有强大综合实力的国际传播机构。我们衷心期待，在社会各界关心关注、共同努力下，进一步发挥国际传播研究优势和智库特色，将“新时代国际传播理论与实践研究”丛书打造成为汇聚各方智慧、交流借鉴提高的平台，持续推出服务理论研究、实际工作、人才培养的经典好书、精品力作，为引领国际传播创新发展发挥积极作用，为展示真实立体全面的中国提供学理支撑和实践指引，为中国走向世界、世界读懂中国作出新的更大贡献。

前　言

2020年以来，新冠肺炎疫情在全球持续肆虐，国际形势深度变革，国际传播环境日趋复杂。2021年以来，英国、澳大利亚、美国、印度等国媒体监管机构、相关政府部门或媒体先后对中国媒体采取新一轮管控甚至制裁举措，尤以英国最为显著。英国通信管理局（OFCOM）2021年2月4日发表声明，宣布吊销中国国际电视台（CGTN）的落地播出许可，该台申请转持也未获同意，原因是所谓“受控于中国共产党”。[①]对此，在中国外交部2021年2月5日记者例行招待会上，新闻发言人汪文斌指出，“英国通信管理局基于意识形态偏见，以政治理由对CGTN在英落地传播进行打压，将技术问题政治化，严重损害中国媒体声誉，严重干扰两国间正常的人文交流。中方对此坚决反对。”[②]根据欧盟《视听媒体服务指南》（AVMSD）等相关媒体监管法规，中国国际电视台最终从法国媒体监管机构法国高等视听委员会（CSA）获得管辖认可，由此得以在法国以及欧盟其他国家播出。这一事件提醒我们，当前国际传播面临严峻的国际政治环境，同时也需要加强研究，更加立体深入全面地理解国际传播的属性特征与发展规律。需要说明的是，国际传播概念有广义和狭义之分，定义方式也因研究目的不同而存在差异。本书中的“国际传播”主要是指媒体机构或文化企业开展的跨越国境的大众传播。

---

① OFCOM：*Ofcom revokes CGTN's licence to broadcast in the UK*，https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2021/ofcom-revokes-cgtn-licence-to-broadcast-in-uk.

② 外交部官网：《2021年2月5日外交部发言人汪文斌主持例行记者会》，https://www.fmprc.gov.cn/web/fyrbt_673021/t1851701.shtml。

另外，在不同历史时期或语境中，“国际传播”与“对外传播”、“对外宣传”以及“外宣”具有一定的概念互换性。

2021年5月31日，习近平总书记在中央政治局第三十次集体学习时就国际传播发表了重要讲话[①]，深刻洞察国内外大势，以大思维大战略鲜明指出我国国际传播能力建设的任务与方向，为新形势下进一步做好国际传播工作提供了根本遵循，为讲好新时代中国故事、传播好中国声音提供了重要思想指引。这是建党百年来国家最高领导人首次公开全面系统阐释国际传播工作，充分体现了新形势下国际传播工作的重要性，在中国国际传播发展历程中具有标志性意义。他强调，要深刻认识新形势下加强和改进国际传播工作的重要性和必要性，加强顶层设计和研究布局，构建具有鲜明中国特色的战略传播体系，着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。当前，中国正日益走近世界舞台的中心，发展成就举世瞩目。特别是新冠肺炎疫情暴发以来，中国在全球率先实现有效控制并迅速恢复经济，充分展现了中国制度的优势，以及中国模式的韧性和活力。中国正因为发展“做得好”，取得了震撼世界的发展奇迹，在仍然充满歧视和偏见并很大程度上仍然由西方主导的国际舆论舞台上，中国必然受到不同以往的围堵。[②]美国等西方国家基于霸权主义、冷战思维以及零和博弈逻辑将持续遏制中国，不断制造紧张，甚至挑起对抗。习近平总书记强调，要围绕中国精神、中国价值、中国力量，从政治、经济、文化、社会、生态文明等多个视角进行深入研究，为开展国际传播工作提供学理支撑。他还提出，要加强高校学科建设，提升国际传播理论研究水平。

---

① 除注明外，本章关于习近平讲话内容均引用自《习近平在中共中央政治局第三十次集体学习时强调 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国》，新华网，2021年6月1日，http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2021-06/01/c_1127517461.htm。

② 周树春：《自觉把握新时代国际传播的特征规律》，《对外传播》2019年12月，第4页。

近年来，国际传播研究呈现出蓬勃发展之势，在一定程度上为国际传播工作提供了理论支持和学理支撑。笔者在中国知网用“国际传播”“对外传播”“对外宣传”以及“外宣”这四个词进行检索，篇名或关键词中包含这四个检索词的中文研究成果数量在1980年为1篇，1990年全年为22篇，2000年为163篇，2010年为862篇，2015年为1364篇，2020年为1574篇。如果仅以“国际传播”作为检索词，篇名或关键词中包含该词的中文研究成果数量在1980年为0篇，1990年全年为3篇，2000年为12篇，2010年为254篇，2020年为635篇。虽然这种统计的严谨度和代表性存在一定不足，但也有一定参考意义。可以看出，国际传播研究成果规模呈现翻番式增长，而且其在四个检索词相关研究成果中所占比例也显著提升，从13%（1990年）和7%（2000年），增至29%（2010年）和41%（2020年）。当前，中国国际传播工作进入一个新的历史发展阶段，国际传播研究亟须提质升级，在研究体系和研究框架上有所创新突破，在更高水准上为国际传播工作提供学理支撑。随着中国国际传播进入新的发展阶段，国际传播的战略研究与策略研究、理论研究与实践探索、长期导向研究与短期导向研究都需要更好地协同、衔接和平衡，逐步构建起具有中国特色、契合中国国情、满足中国需要的研究体系。

1.战略研究与策略研究协同推进。长期以来，中国国际传播在策略性研究方面着力较多，战略性研究方面较少涉及。2020年以来，美国等西方国家对中国战略遏制和打压常态化，中国面临的国际局势日趋复杂和严峻。在此背景下，国际传播需要承担其战略传播的重任，有效配合外交大局。战略性研究的重点之一是有效应对美国等西方国家系统性协同舆论攻击，如2021年所谓的“新疆棉花”事件。可以预见，随着中国国力稳步增长、国家地位显著提升，美国等西方国家会继续协调军事、情报、媒体、外交、非政府组织、商业以及反华势力等各方力量，合作策划、协同实施对华舆论抹黑和攻击，且会常态化、持续化。对此，中国国际传播研究在继续做好策略研究的同时，亟须加强

战略研究，提升国际传播的战略布局能力、战略反击能力和战略打击能力。

战略研究和策略研究还需要关注知识话语自主化的问题，并形成有效的结合。与西方国家相比，中国的国际传播实践起步较晚，理论研究整体水平尚待提升。目前，西方在全球范围拥有了大部分理论、知识、概念和话语的定义权，与西方价值观一样似乎已经成为“常识”，在全球国际传播研究领域也已形成“言必及西方”之势。当前，中国的国际传播急需自主构建起知识话语，定义、阐释和传播中国制度、中国道路、中国价值以及中国主张、中国智慧、中国方案。习近平总书记强调，要加快构建中国话语和中国叙事体系，用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论，打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，更加充分、更加鲜明地展现中国故事及其背后的思想力量和精神力量。从国际传播研究来看，知识话语自主化是国际传播战略研究和策略研究的重要结合点，也是构建中国特色国际传播理论体系的基石与支撑。

2.理论研究与实践探索有效衔接。目前，高校是中国国际传播研究的主要力量。由于中国国际传播的学界、业界和政界之间没有“旋转门”机制，国际传播研究者大多缺乏实践经验，尤其对最前沿、深层次实践问题缺乏有效掌握。例如，2021年2月英国通信管理局吊销中国国际电视台的落地许可是中国国际传播发展中的大事件，也是中国国力增长后给国际传播带来的新情况、新问题。该事件背后的国际传播法律问题、制度折扣问题都是非常值得国际传播研究的重要主题，对于中国国际传播下一步破圈突围具有重要价值。

另外，理论研究的中国本土化问题也值得重视。国际传播研究在中国发展历史不长，研究所用理论和方法主要源自西方。随着中国国际传播进入新发展阶段，发展路径需要进行重新建构。正如习近平总书记所指出的，要用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论。因为理论研究与实践探索衔接不紧，国际传播理论研究的中国本土化的进程一直较为迟缓。西方传播研究和理论是基于其政治、经济、文化和社会发展特征以及实际需要，例如美国拉扎斯

菲尔德等学者基于美国选举政治制度而发展出来“二级传播论”。中国国际传播研究需要紧扣中国国情和国家发展需要，着力解决中国当前及今后亟须解决的重大问题，并在此过程中构建中国理论。以应对美国等西方国家的舆论抹黑和打压问题为例，中国的国际传播理论研究就要着力解决国际传播制度折扣、政治制度差异及对外话语转化、文化差异及对外话语修辞等问题。国际传播理论的中国本土化一定是植根于中国的国情和现实需要；这些理论可以新创，也可以对西方以及其他国家理论成果进行创造性转化和创新性发展。随着中国国际传播进入高质量发展阶段，理论研究与实践发展之间的衔接需要有效加强，形成有效联动，相互激荡、彼此促进、共同发展，也为国际传播理论中国化提供新动能。

3.长期导向研究与短期导向研究均衡布局。目前，国际传播研究以短期导向的研究为主，主要切近一些现实题目展开研究。相比之下，长期导向的研究较少，尤其是一些基础性长期导向研究较为缺乏。美国国际传播研究注重多部门联合决策并合作开展长期研究，为外交战略等领域提供决策参考。例如，美国在“9·11”事件后不到一年的时间即启动了皮尤全球态度项目（Global Attitudes Survey），美国前国务卿奥尔布莱特担任项目的共同负责人。该项目与美国皮尤研究中心合作，以面谈采访等方式了解其他国家民众如何看待美国以及美国关心的问题。首次调查的开展时间是2002年7月至10月，共调查了44个国家的38000人。此后，调查每年开展一次，仅2002年到2005年间就已开展了6次，涉及50个国家的9万余人。[①]在中国，外文局对外传播研究中心（现为当代中国与世界研究院）从2012年开始在境外开展相关调查研究，并发布《中国国家形象调查报告》，是长期导向研究的代表。但整体而言，中国国际传播

① 张毓强：《国际传播：思想谱系与实践迷思》，北京：中国传媒大学出版社，2017年，第187、188页。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

的长期导向研究项目较少，项目规模也较小，资金投入也较少。习近平总书记强调，要采用贴近不同区域、不同国家、不同群体受众的精准传播方式，推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达，增强国际传播的亲和力和实效性。为此，国际传播研究要聚焦“一国一策”“一群一策”相关领域，针对不同国家、不同地区、不同人群设计和实施长期导向研究项目。基于此，国际传播研究要逐渐建立起国别、人群等维度的数据库和资料库，开展历时性研究和共时性研究，找出规律、探求差异，为精准传播提供扎实、翔实、系统的数据支撑和理论支持。

另外，国际传播研究要加强受众心理和媒介行为研究，这是国际传播内容、渠道等相关研究的基础；通过长期导向研究与短期导向研究的有机结合，受众心理和媒介行为研究能为理论和实践创新提供有力支撑。国际传播需要与受众之间实现一个“了解—理解—同情—接受—友好—合作和支持”的过程，其中的关键就在于国际传播与目标受众之间能否建立几个关键交汇点：兴趣/需求的交汇点；认知的交汇点；感情的交汇点。例如，感情的交汇点是指我们同外国人在感情上可以相通的地方，如对祖国、家乡和同胞的热爱，对正义事业、社会公正和和平相处的拥护，对战争、压迫和种族歧视的反对，对忠贞爱情的歌颂，对健康和环境的关心，对残疾人和不幸者的同情，等等。[①]这些研究需要进行长期布局，开展长时间、系统性的心理和行为调查分析。虽然耗时耗力，但这样的研究是整个国际传播理论建设和实践探索的基石，具有很强的理论研究价值和实践指导意义。

根据国际形势新发展和中国国际传播新任务，中国国际传播研究要聚焦核心议题，对研究议题的框架进行重新建构。在主要框架之下，聚集相关学科和研究力量，形成合力、实现突破。

---

① 沈苏儒：《对外传播的理论与实践》，北京：五洲传播出版社，2004 年，第 94—95 页。

1.大国形象的生动构建与传播策略研究。随着中国日益走近世界舞台的中央，外部世界对中国的关注也在显著增加。国际传播研究需要强化对新的历史阶段上中国国家形象构建和传播的研究，从政治形象、经济形象、文化形象、军事形象、生态形象、体育形象等多个方面进行立体构建，同时也要针对各地区的特色和优势，研究地方形象的建构和传播问题，展示丰富多彩、生动立体的中国形象。正如习近平总书记所强调的，要注重把握好基调，既开放自信也谦逊谦和，努力塑造可信、可爱、可敬的中国形象。另外，作为负责任的大国，中国越来越多地参与全球治理。当前，世界多极化、经济全球化、社会信息化、文化多样化深入发展，人类社会也面临着前所未有的变革挑战，恐怖主义、网络安全、传染性疾病、气候变化等非传统威胁持续蔓延。中国正在成为全球治理的积极参与者，为应对这些问题提出了中国方案，贡献了中国智慧，为全球政治、经济、文化、生态等方面发展做出了积极贡献。国际传播研究也需要针对中国在国际上的新角色、新作为进行充分研究，有力提出中国的主张，阐释中国的观点，展现中国的贡献。正如习近平总书记所强调的，要善于运用各种生动感人的事例，说明中国发展本身就是对世界的最大贡献、为解决人类问题贡献了智慧。国际传播研究要围绕抗疫、扶贫、发展等全球性议题，通过传播模式、话语表达、渠道构建等领域的创新，有效宣介中国主张、中国智慧、中国方案，有力诠释“人类命运共同体”理念。

在这一框架下，国际传播研究要强化国家形象研究、价值观传播研究、制度传播研究、跨文化传播研究学、“文化折扣”及应对策略研究等。为此，国际传播研究需要注重引入跨文化传播学、公共关系学、心理学、社会学、人类学等学科，强化交叉研究和融合发展。以跨文化传播为例，大国形象建构要充分发掘运用中国深厚的文化底蕴、文化资源，向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化。但是，目前国际传播研究整体的跨文化意识还不强，跨文化传播学对于学科建设和实践发展还没有发挥应

有的作用。笔者注意到，2021年端午节期间，部分政府部门和对外媒体还在将“端午节”翻译为“Dragon Boat Festival”，或将“龙”译成“Dragon”。从跨文化传播研究来看，“Dragon”与“龙”属于文化误译，对于传播中国文化和塑造中国形象具有负向作用。在西方文化中，“Dragon”是一种恶兽，是邪恶的象征，这在宗教故事、民间传说中都是一种“文化常识”，故而在欧洲教堂、广场上到处可见“圣乔治屠杀Dragon”的雕塑。钱钟书在《中国文学小史序论》一文中曾写道：“西方所谓Poetry非即吾国之诗；所谓drama，非即吾国之曲；所谓prose，非即吾国之文……文学随国风民俗而殊，须各还其本来面目，削足适履，以求统定于一尊，斯无谓也。”[①]钱钟书是从文学艺术角度来阐释跨文化传播中的概念误译问题，这种现象在国际传播研究和跨文化传播研究领域更是多见。可见，国际传播研究需要大力强化跨文化传播学等其他学科的引入、互鉴和交融，为国际话语权、国家形象建设提供有力有效的参考、借鉴和指引。

2.大国崛起的外部挑战与应对策略研究。中国国际传播要着力研究大国崛起所需面对的相关外部压力和挑战问题。在中国实力远不足以比肩美国时，美国对待中国的政策以“对话”为主。随着中国稳步崛起，尤其是新冠肺炎疫情暴发以来，此消彼长的势头更趋明显，美国对华政策明显转为“对抗”而非“对话”。在此背景下，遏制和打压成为美国及其盟友的重要手段。长期以来，美国学者认为对付中国崛起的最佳战略是遏制，包括限制中国扩大其在亚洲的影响；采取措施继续控制世界各大洋，好让中国难以把力量可靠地投射到海湾等遥远地区，尤其是西半球；通过颠覆亲华政权，减少中国在国际上的支持或同盟力量；在中国内部制造问题来削弱中国，包括通过支持新疆或西藏的

① 钱钟书：《钱钟书集：写在人生边上；人生边上的边上；石语》，北京：生活·读书·新知三联书店，2001年，第31页。

分裂分子在中国内部煽动骚乱。[①]国际传播具有显著的阶段性，在不同发展阶段具有不同的特征；与之相关，国际传播研究也有相应的阶段性重点议题。国际传播发展阶段与国家实力、国际地位密切相关，当中国进入到新发展阶段时，外部环境会随之变化，例如当前以及今后一个时期内，中国因自身崛起而需要应对美国等西方国家遏制打压的外部新环境。国际传播研究需要针对这些新变化新形势新挑战，研究如何应对美国等西方的舆论攻击、无端指责以及恶意抹黑等，有效放大公平、正义、理性的声音，为中国发展营造良好的国际舆论环境。另外，国际传播研究要针对西方舆论攻击的热点和重点，在政治体制、发展道路、价值观念、民族、宗教、中国香港、中国台湾等主题上进行重点研究。正如习近平总书记所强调的，要加强对中国共产党的宣传阐释，帮助国外民众认识到中国共产党真正为中国人民谋幸福而奋斗，了解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好。国际传播研究要围绕当前和今后一个时期的重点议题和舆论斗争热点领域进行前瞻性布局，尤其要强化与之相关的传播战略和话语构建、修辞表达策略研究，助力中国国际传播从被动转向主动。

在这一框架下，国际传播研究要强化中国政治话语生成与转换研究、“制度折扣”及其传播对策研究、中国共产党形象建构与传播研究、舆论斗争战略传播研究等。为此，国际传播研究需要注重引入情报学、符号学、修辞学、心理学、社会学、人类学、公共关系学等学科，强化国际传播研究的实战性、战略性和斗争性。

值得关注的是，经过多年发展，目前国际传播研究仍存在着一些深层问题，如前文所述的学界、业界与政界之间缺乏系统、深度、长期的融合交互；

---

① [美] 约翰·米尔斯海默：《大国政治的悲剧》（修订版），王义桅、唐小松译，上海：上海人民出版社，2014 年，第 407—409 页。

在学科建设方面，大多数从事国际传播的研究者在专业背景下集中在新闻传播、外语、国际政治、外交等几个领域，缺乏社会学、心理学、文化学、人类学、情报学、商学、法学等专业的交叉发展，这在一定程度上制约了国际传播研究的深度和广度；由于中国国际传播起源于对外宣传，且与对内宣传一体两翼共生发展，国际传播研究自行限制了关于本体属性认知以及研究框架，过于集中于国际传播的政治属性及相关主题框架，而客观上不了解或主观上忽视了关于国际传播商业属性及相关主题框架，以及国际传播的文化属性及相关主题框架、技术属性及相关主题框架。以电视频道在欧洲播出为例，根据欧盟《视听媒体服务指南》规定，域外电视频道在欧盟国家申请播出许可主要依据四个规则，包括境外频道在欧盟总部（主要办公室）的所在地规则，频道租用卫星信号的最早上行地所在国规则，以及频道租用卫星传输空间所属国规则等。中国国际电视台在法国获得落地管辖，即是根据卫星信号最早上行地所在国的规则。实际上，英国宣布脱欧后，原本在英国获得播出许可的电视频道大多无法在欧洲大陆播出，需要另行在欧盟国家申请许可，因此从2020年开始将总部从英国迁至欧洲大陆。就域外电视频道申请落地许可的目的地而言，荷兰、卢森堡和西班牙都是首选。根据欧洲视听观察室（the European Audiovisual Observatory）2021年的数据，32%的欧盟域外电视频道在荷兰申请了许可，22%在卢森堡，18%是在西班牙。在荷兰和西班牙申请许可的域外电视频道主要是依据总部所在地规则，而在卢森堡申请许可的域外频道则主要依据卫星信号上行所在地规则或租用卫星传输空间所属国规则。[①]换言之，中国媒体机构如果在目标国建立了商业性、市场化本土机构，则更容易应对当地监管，适应当地的传播环境。可见，国际传播具有很强的多元属性特征，需要从政治维度、文化维度、商业维度和技术维度加以认知、理解和研究。

① https://www.broadbandtvnews.com/2021/06/17/brexit-brings-huge-channel-licence-migration/.

国际传播实践和研究都经历了从弱到强、从小到大的发展历程，正如中国企业在走出去过程中经历了很多“阵痛”，需要有效适应国内与国外监管要求、技术条件、市场需求以及人文环境等方面的差异，通过再学习、再认知、再优化、再完善，实现理念、模式、路径的有效转换与对接。当前，国际传播实际上仍处在一个发展完善之中，尤其是新兴媒体等媒介技术变革正推进全球媒体环境深度调整，为媒体机构的内容生产、渠道布局、运营模式等提出了新挑战和新要求。以媒体监管变革为例，土耳其信息与通信技术局（Information and Communication Technologies Authority，BTK）2020年12月宣布对多家境外社交媒体公司处以罚款，原因是这些公司没有按照规定雇用当地代表。被处罚的公司包括推特（Twitter）、脸书（Facebook）、照片墙（Instagram）、优兔（YouTube）、潜望镜（Periscope）、领英（LinkedIn）、日动（Dailymotion）和抖音（TikTok）。每家公司被罚款的金额为3000万土耳其里拉（TL），约合315万欧元。根据2020年10月1日生效的社交媒体监管法律，在土耳其单日浏览量超过100万次的外国社交媒体平台必须雇用当地代表，否则在认定违规后的第一个30天，平台会被处以1000万土耳其里拉罚款，带宽被削减50%；在第二个30天，则处以3000万土耳其里拉罚款，带宽被削减90%。在第三个30天，平台将禁止播出任何土耳其广告。而一旦雇用当地代表，社交媒体平台则会立刻享受75%的罚金减免，带宽也得以全面恢复。[①]随着中国媒体走出去的规模和范围日趋增长，国际传播需要在宏观站位、整体理念、顶层设计、长期规划、发展模式、创新路径等方面积极适应新形势新要求。总体而言，国际传播实践和研究都迎来了前所未有的发展机遇，需要在研究理念、理论、模式、路径和框架等方面进行全面革故鼎新，为国际传播大发展、大繁荣提供强坚实基础。

本书的整体框架是基于国际传播的四大属性，即政治属性、文化属性、商

① https://www.broadbandtvnews.com/2020/12/11/turkey-imposes-social-media-fines/.

需要全本请访问 www.ertongbook.com