

第六章 全球传播与公共外交

- ❖ 传统外交是指国家之间、政府主体之间的关系。公共外交是打造国家形象、提升国家声誉的有效方式。一个国家或群体的形象根源于其价值观，要提升竞争优势，就必须让价值观得到更多人的认可，这就是公共关系的核心。
- ❖ **早期公共外交研究主要存在于两个研究领域：**
- ❖ 一是国际关系，注重从制度变革和权力变迁的角度关注公共外交的兴起与发展（软实力）；
- ❖ 二是从全球传播角度关注公共外交的形成与发展（传播力）。

第一节 公共外交的缘起与概念

❖ 一、公共外交的缘起

- ❖ 公共外交是冷战后逐渐盛行的概念。在20世纪50年代开启的美苏冷战中，公共外交是双方意识形态较量和舆论斗争的焦点，并持续至今。西方世界在冷战中取得的巨大政治胜利，很大程度上得益于公共外交战略和技巧。冷战结束后，随着传播技术的快速发展和全球媒体的形成，全球没有一个国家或者个人能够摆脱公共外交的影响。

❖ （一）公共外交的萌芽

- ❖ 报纸出现伊始，欧洲政治人物就发现可以通过影响报纸的报道或评论，在公众舆论中实现自己的政治目的。法兰西第一帝国皇帝拿破仑（1769—1821）的名言“一张报纸抵得上三千毛瑟枪”，生动地展示了传媒与政治密不可分的关系以及政治家对媒体影响的认知。
- ❖ 埃姆斯密电被称为公共外交史上的杰作，在普法战争中产生了不可忽视的重要作用。

❖ (二) 公共外交活动的两条路径

❖ 首先是通过对外文化交流推广本国语言文化、展示本国形象。

❖ 其次是有目的地利用媒体实现本国的外交政策目标。

❖ (三) 公共外交的正式确立

❖ 美国历史上首个服务于公共外交的国家机构是公共信息委员会（又称克里尔委员会，The Committee on Public Information, CPI）

❖ 1919年CPI主席克里尔承诺“向公众尽可能提供真实的信息”，按照章程，委员会的主要工作“一方面是审查潜在的破坏性材料，控制可以向公众公开的战争材料，另一方面是制作宣传材料”。

❖ 二、公共外交的概念

❖ （一）爱德华·默罗公共外交中心

- ❖ 爱德华·默罗公共外交中心（The Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy）是美国最早成立的公共外交研究机构，以美国著名电视节目主持人、前美国新闻署署长爱德华·默罗（Edward R. Murrow）的名字命名，以纪念他对世界新闻的精辟分析以及美国新闻署的创新领导。
- ❖ 爱德华·默罗公共外交中心一直以古利恩的理念为基础，研究传统外交以外的国际关系，包括新闻和娱乐媒体、跨国公司和非政府组织等主要参与者的互动关系。

❖ (二) 公共外交概念的变化

❖ 公共外交最初是作为国际宣传的代名词出现的，它以国家政府为主体，以外交政策为主要内容，以国家形象建构为基本目的，以国际舆论或他国舆论为对象。

❖ 周庆安认为公共外交是指在国家意志框架下，国家主体或非政府组织和个人通过信息的传播，影响外国公众和国际舆论对本国文化及政策的理解与信任，目的是通过传媒等文化手段实现外交利益。

❖ 美国官方对公共外交的界定随着时代的发展有所变化，在1987年的《国际关系术语辞典》中，美国国务院对公共外交的界定是“由政府资助、旨在影响他国公众舆论的项目，主要是出版物、电影、广播、电视和文化交流活动”。


第二节 公共外交的流程与类型

❖ 公共外交的开展，是通过信息传播或其他方式针对目标公众制造共识。因此，公共外交实践关注的问题是：在传播过程中发生了什么，意义如何被塑造或建构。

❖ 一、公共外交的流程

❖ 公共外交的开展一般包括六个步骤：**明确任务、分析态势、确立传播目标、细分受众群体、制定议程内容、选择渠道推送。**

❖ 明确任务，即从维护国家政府或组织的总体利益出发，政府或非政府主体输出信息，通过全球性媒体的阐释，建立与公众的关系，实现改变外国公众或国际舆论态度的目标。



❖ 分析态势，即考察国际关系与国际舆论特征，确定本国或政府当前面临的处境，确定谁是敌人、谁是盟友、谁是中间力量，为确定具体的传播目标进行分析。

❖ 确立传播目标，公共外交的任务决定了在不同阶段应有不同的传播目标。

❖ 细分受众群体，即对受众进行特征和偏好区分，外国公众的文化背景、社会政治习惯、意识形态和对本国的亲和度，以及本国外交战略的需要，使公共外交的传播模式有所区别。

❖ 制定议程内容，即结合传播目标，针对不同受众群体的偏好，确定适当的传播议题和传播内容，引导公众议题与政府或国家议题扣合。

❖ 选择渠道推送，不同群体的媒体选择偏好是有差异的，不同内容也有适当的传播渠道。



❖ 二、公共外交的类型

❖ (一) 按照传播方式分类

❖ 从公共外交的传播方式来看，公共外交可分为**信息型公共外交（宣传）**和**关系型公共外交**。

❖ 信息型公共外交是指通过信息传播向国际公众传递本国信息、塑造本国形象。

❖ 关系型公共外交重视与公众建立互动、互信和互惠的关系，主要包括三类：高层领导人访问、文化和教育交流；文化和语言机构合作、发展援助项目等；构建政策网络战略，建立联盟关系。

❖ (二) 按照实施方法分类


❖ 从公共外交的实施方法来看，公共外交可分为**倾听型公共外交、倡导型公共外交、文化外交型公共外交、文化交流型公共外交、国际传播型公共外交**。

❖ 倾听型公共外交指通过民意调查了解对象国的各种信息，如中国外文局的国家形象全球调查、皮尤研究中心的国家形象全球调查、爱德曼信任度调查等。

❖ 倡导型公共外交指由国家外交部战略部门或使馆新闻处主导，向他国提供本国的相关信息，如威尔顿庄园会议，这是一个历史悠久的高级别国际事务论坛，由英国外交部主办。

❖ 文化外交型公共外交指由国家的文化中心、图书馆等组织的国际文化艺术巡展交流等。

❖ 文化交流型公共外交指由国家对外交流部门或教育部门主导的双向学术、人员交流。



❖ 国际传播型公共外交指新闻传播机构利用各种媒介进行的国际传播，如冷战时期美国之音对华广播节目、英国广播公司的全球广播节目等，积极推广本国文化价值和生活方式，以影响对象国公众对美英文化和社会制度产生好感。

❖ **（三）公共外交与政府外交的融合**

❖ 在国际关系不稳定时期，政府外交往往与公共外交融合，表现为一种既有权威性又有沟通性的传播方式。

❖ 以政府机构身份，积极运用媒体手段阐明主张和观点，以争取国际公众对本国的支持，实质上政府机构从一个潜在的公共外交行动者变身为一个传播过程中的中心行动者，将政府外交的视角延伸，移植到公共外交领域，对国际舆论发挥了更强的影响力和控制力。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/618047011040006127>