

中美主播跨洋对话的全球传播效果

——一次中国全球媒介事件的案例分析

罗 青¹, 方 帆², 毕建录³, 马文龙⁴

摘 要 本文作者作为 CGTN 国际传播课题组成员,采用案例研究的方法,把发生在 2019 年 5 月的“中美主播跨洋对话”作为一次融媒体时代中国全球传播的重大媒介事件,对参与此次跨洋对话的亲历者和组织者进行了深入采访,跟踪比较了事件前后 CGTN 有关中美贸易战的传播内容和效果,记录分析了本事件发展过程中诸多重要的全球传播数据,并从媒介事件的发展创新视角,分析了跨洋对话的国际传播效果。本文从全球媒体影响力评估、全球区域影响力分析、社交媒体影响力以及全球媒体报道内容角度,对此次中美主播跨洋对话的传播效果进行解读分析。

关键词 中美主播跨洋对话;全球传播效果;媒介事件;案例分析

DOI 10.16602/j.gmj.20190031

发生在 2019 年 5 月的“史上首次”中美主播跨洋对话(CGTN, 2019b-05-23),从 5 月 14 日美国福克斯频道主持人翠西·里根在其《翠西·里根黄金时间》节目中把美国描述成中美贸易关系里彻底的“受害者”开始,到 5 月 30 日刘欣在中国国际电视台(CGTN)北京主演播室通过卫星连线、以节目嘉宾的身份在翠西·里根的节目里进行对话,再到全球媒体和国内外主流社交平台对此次对话的持续报道,形成广泛热点,前后历时一个月。作为 2019 年的一次受到国内外舆论广泛关注的热点媒介事件,此次对话在微信、微博平台上相关内容阅读浏览量达 2.09 亿次(毕建录、梅焰,2019)。CGTN 微信公众号发布的《史上首次!CGTN 女主播与 FOX 女主播隔空互怼》和《CGTN 女主播刘欣与 FOX 女主播翠西电视交锋》两篇文章,创下两个网络点击 10 万加的阅读量和(CGTN, 2019b-05-23, 2019d-05-30)。国内电视端——《新闻联播》《新闻 1+1》《面对

1. 罗青:中国传媒大学教授、博士生导师。

2. 方帆:中国传媒大学传播研究院博士研究生;厦门大学外文学院欧语系助理教授。

3. 毕建录:中国传媒大学传播研究院博士研究生;中央广播电视总台 CGTN 新媒体新闻编辑部评论制片人。

4. 马文龙:慕鸣营销国际品牌事务总监。

· 中美主播跨洋对话:实践回顾与理论思考 ·

面》等栏目都对此进行了报道和评论,相关报道触达人次达5.24亿(毕建录、梅焰,2019),加上美国福克斯电视台(FOX)、《纽约时报》(NYT)、彭博新闻社(Bloomberg News)、美国有线电视新闻网(CNN)、英国广播电视台(BBC)等西方媒体播发新闻报道及评论近2万次,全球社交网络转发和点击率超过126亿次。这一系列罕见的传播数据让此次跨洋对话所制造的媒介事件不仅被称作是“中美电视史上的重大奇观”(《光明日报》,2019-05-31),其在21世纪的全球媒介事件中,也将作为国际媒体间跨时空竞争与合作的里程碑,而将占有不可忽略的重要历史地位。本文作者与CGTN共建全球传播效果研究课题组^①,有机会对CGTN中美贸易战期间的传播内容和效果的各种全球传播数据进行跟踪分析。我们将从媒介事件的发展创新视角,分析此次跨洋对话的国际传播效果。

本文的原始数据来自于谷歌、百度和国际第三方媒体监测工具Cision。Cision的监测数据覆盖全球190个国家的500万家媒体,监测范围既包括广播电视平面媒体,也包括门户网站、脸书(Facebook)、推特(Twitter)、微博、微信等社交平台传播数据。监测的媒体数据发布语言超过90门。

从全球媒体影响力评估、全球区域影响力分析、社交媒体影响力以及全球媒体报道内容这几个角度对此次中美主播跨洋对话的传播效果进行解读分析之前,我们先对事件进行一下简单回顾。

一、三个关键节点成就重大媒介事件

卡茨与戴杨将“媒介事件”从概念诞生之日起定义为“那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件”(Katz & Dayan, 1992, p.1),划分为“竞赛”“征服”和“加冕”三大叙事形式类别(Katz & Dayan, 1992, p.25)。随着全球化传播形态的多元化发展,尤其是从传统的电视媒体直播时代发展到融媒体时代的全球传播时代,全球性媒介事件呈现出了全新的发展模式:一个是媒介事件的主导类型已从“和平转向到冲突、灾难、恐怖袭击等突发性主题”(Katz & Liebes, 2007, p.158);另一个是媒介事件的形态,从“传统的仪式电视直播”向“数字化、信息化和全球整合营销传播”发展(Mitu & Poulakidakos, 2016, p.19),“媒介事件理论可作为仪式形式促进社会的整合”(Couldry et al., 2016, p.3)。国际学者提出建议扩大模型,以更多地关注冲突、突发新闻和其他形式的变革议题,“将仪式电视直播升级到更宏观的范式,可用于解释在融媒体时代的整合传播媒介事件对社会变迁的重大意义”(Rothenbuhler, 2010, p.34)。

逐步融入全球传播的中国的媒介事件也在过去十年间经历了这些变化走

向,总结分析我国的全球性媒介事件,主要仍然是以中国主办的“仪式电视”转播为主,如2008年北京奥运、世博会、G20、“一带一路”峰会等,也有小部分突发性媒介事件,如汶川地震、南海仲裁案、中美贸易战等。虽然,中国在全球传播中正在经历从单一向多元,从传统电视仪式向融媒体传播,从依靠国际设定议程到具备主导设定议程的方向转变,但面对突发性和冲突性国际事件,掌握话语主动和议程设定能力、传播效果亮眼的中国全球媒介事件案例还是少之又少的。

此次中美主播跨洋对话,出现在中美两个大国打响全面贸易战的特殊历史时期,一个看似偶然的“网上互怼”,演变升级为“实则必然的电视约架”,用时任中国国际电视台外语频道总监江和平的话来说“这是中国对外传播二十年耕耘必然会有的一次欣然迎战”^②。从最初的遭遇战,到形成从电视卫星直播到国内外受众在社交媒体上的高度关注,到形成“竞赛”的庞大观赛声量,全球媒体对此次史无前例的对话也进行了持续的跟踪报道。国内外媒体和受众通过展望、回忆不断对这一事件进行重构。美国彭博新闻社网站发表评论文章,称此次对话的精髓在刘欣的玉石耳坠上,寓意是象征中美贸易谈判中方的态度——“宁为玉碎,不为瓦全”(Bo & Browne, 2019-06-01)。

本次事件,以“约辩”为主线,有三个关键时间节点,形成融合传播的创新闭环。

(一) 第一节点: 隔空互怼, 社交引爆

5月14日,主持人翠西·里根在美国福克斯商业频道《翠西·里根黄金时间》节目播出评论,把美国描述成中美贸易关系里彻底的“受害者”。此文中诸多的不事实和情绪化言论让刘欣团队感受到了来自大洋彼岸的炮火和作为媒体评论人的责任。受众转发来的视频和评论“期待你强有力的反击”^③是来自民意的舆论呼吁。在此之前,刘欣新媒体专栏《点到为止》的一贯风格和定位就是驳斥外媒针对中国的不实言论。2017年“两会”期间,她曾怼BBC记者也引起了“对方的强烈反弹”^④,当时BBC记者在推特平台和刘欣进行了交锋,这一系列国内外记者就事实和观点的“个人辩论”为刘欣打下国际舆论基础。

5月22日,针对这位美国女主播的“观点”,刘欣团队在CGTN新媒体发布了一期题为《中国不会接受不平等协议》的短视频评论(CGTN, 2019a-05-22),条理清晰地驳斥了翠西·里根鼓吹的对华“经济战”言论,并且指出对方过于情绪化的问题。刘欣有理有据,用她特有的温和理性的批评风格说“你眼睛喷火,一副好战的样子,很多基本事实不清,策划团队该换了”。

5月23日,翠西在看到CGTN的短评后在其FOX晚间新闻节目中用了11分钟公开回怼,说“你说我喷火,你也是一个读着官方稿子的机器,只能墨守成

规”^⑤。同天,CGTN发布微博文章《史上首次!CGTN女主播与FOX女主播隔空互怼》(CGTN,2019b-05-23),引发国内社交网络舆论爆点,当天形成200万的点击率,国内舆情热烈的反应,引发翠西团队的重视,国际网络舆情开始迅速攀升。

(二) 第二节点:电视约辩,网战升级

5月23日,在电视节目公开回怼之后,翠西又在推特上发起“战书”：“既然你说我情绪化,那就找个时间地点较量一番!”刘欣回应：“我听到了你,如果想,我会尽快回应;如果你要玩抹黑的游戏,我不跟你玩。”^⑥二者将节目的形式和内容约定在了“电视公开辩论”和以理性论辩的基调上。

5月24日,刘欣在推特上和翠西约定北京时间27号上翠西节目《黄金时间》。但翠西回复27日是美国战士阵亡纪念日,随后双方约定30日早8点通过卫星连线的方式,刘欣作为嘉宾做客翠西的节目。同时,翠西团队高度重视这一事件在中国舆论场上不断升级的声量,在社交媒体上不断重复发布该事件,并将相关帖文置顶。中美两位主播推文的可见留言,都呈U形分布态势,即约辩开始的24日和连线当天,两人均为获留言最多,中间时段则明显减少(图1)。同天,CGTN发布微信文章《CGTN女主播刘欣欣然应约》(CGTN,2019c-05-24),创下CGTN微信公众号首篇10W+的纪录。该事件也引发海外舆论关注,包括彭博社、石英财经网站、《金融时报》、《南华早报》和福克斯等在内的多家海外媒体对于这场“约辩”予以报道和关注。

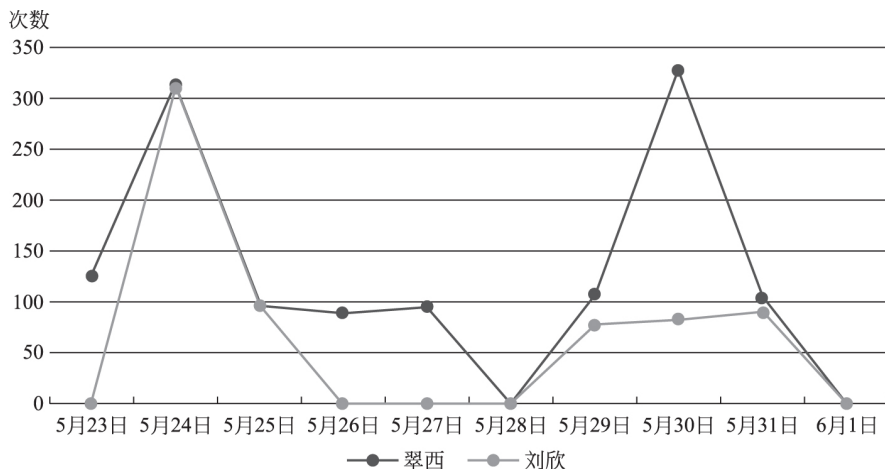


图1 刘欣、翠西推文留言区可见留言量^⑦

5月29日,CGTN对外发布声明,因版权问题CGTN无法对节目进行全程直播,并且宣布会对“约辩”予以及时报道。同时,外交部在28日和29日两天

都对这次跨洋对话作出回应,表示真理越辩越明,并欢迎在不同层次举行这样的对话(央视网,2019-05-30)。

(三) 第三节点: 跨洋直播,融媒互动

5月30日,刘欣在CGTN北京主主播室通过卫星连线,以节目嘉宾的身份出现在翠西·里根的《翠西·里根黄金时间》节目里。“约辩”成国际社会共同关注的热点媒介事件。辩论当天,包括纽约时报、华盛顿邮报、BBC、央视新闻、人民日报、新华社、CGTN等在内的多家国内外媒体对电视辩论进行了报道和评论。CGTN官方微信账号当天发布通稿《CGTN女主播刘欣与FOX女主播翠西电视交锋》,引发国内强烈关注(CGTN,2019-05-30),当天上百家媒体微信公众号转载。在两微平台,相关内容阅读浏览量达2.09亿次;在电视端,《新闻联播》《新闻1+1》和《面对面》等均对当天辩论进行了报道和评论,相关报道触达人次5.24亿(毕建录、梅焰,2019)。这次跨洋对话的整个过程多次登上微博热搜,其中“CGTN主播刘欣与FOX主播约辩”单一话题阅读量就达到9.7亿(截至6月7日)(毕建录、梅焰,2019)。该事件不仅引爆国内外社交媒体平台,更是在世界范围内引发全球主流媒体的关注。

这次媒介事件所能产生的巨大动能,催生了融媒体传播的在国内国外的完整闭环:从内容采集,到国内外舆情适时监控,找到破绽并实时反馈,再到视频评论呈现以及社交个人媒体再交互,再适时反馈,国内外电视媒体评论,以及国内外网络媒体互动。尤其是在此闭环中呈现出了刘欣和翠西两位具有独特风格的女性主播以个人推文和个性评论引领,让中美贸易战这一硬性国际传播话题带有鲜明的“个人传播”色彩。两位女主播及其背后的团队创造的媒介事件,呈现了个人传播与组织传播融通、国内与国际媒体交互、电视直播和社交网络融合、东方和西方受众群交互、对抗与对话的传播形态融通的创新特色,成为融媒体时代全球传播具有样本意义的重大媒介事件。《南华早报》发表评论员文章认为,“在国际舆论场上,中国一直是只有官员面孔对外作为发言人,这次中美贸易战中出现了两个例外,一个是74岁的华为创始人任正非,他不代表政府,以一个企业总裁和父亲的身份多次面对国际媒体,强硬反抗美国对中国的技术控诉;另一位是勇敢做客美国福克斯主播翠西·里根直播节目的刘欣,她以普通人的身份,坦言非常珍惜这样一次难得的与普通美国人在会客厅中面对面交流的对话机会”(Zheng,2019)。这两个充满个性有血有肉的鲜活个体,打破传统西方社会对中国政府的刻板印象,让受众看到他们的情绪、性格和作为普通父亲、母亲的故事,直接听到他们作为专业的新时代行业领袖的有理有据的声音。

二、中美跨洋对话的全球传播数据分析

(一) 创造历史的全球媒体报道总量

从 2019 年 4 月 21 日—7 月 21 日的 90 天传播监控中, 全球媒体对 CGTN 的报道在 5 月 27 日—6 月 2 日到达峰值, 一周的原创报道量达到 4743 条, 而前后平均水平为每周 500 条左右。90 天中全球媒体对 CGTN 的总报道量 18206 次, 被转引和阅读量超过 126 亿次, 其中网络新闻触达阅读量约 124 亿次, 博客触达阅读量约 2.3 亿多次。在 5 月 27 日—6 月 2 日这一周, 涉及“刘欣”(Liu Xin)的全球媒体报道总数骤然攀升达到峰值 1274 条, 包括 CNN、NYT、FOX 等全球媒体的报道都涉及“Liu Xin”。这些报道累积阅读量超过 30.69 亿次, 其中网络新闻触达阅读量达到 30.18 亿, 博客触达阅读量达 5000 万(图 2)。这一数据在过去十年中创造了 CGTN 和中国议题在全球传播效果中从未有过的历

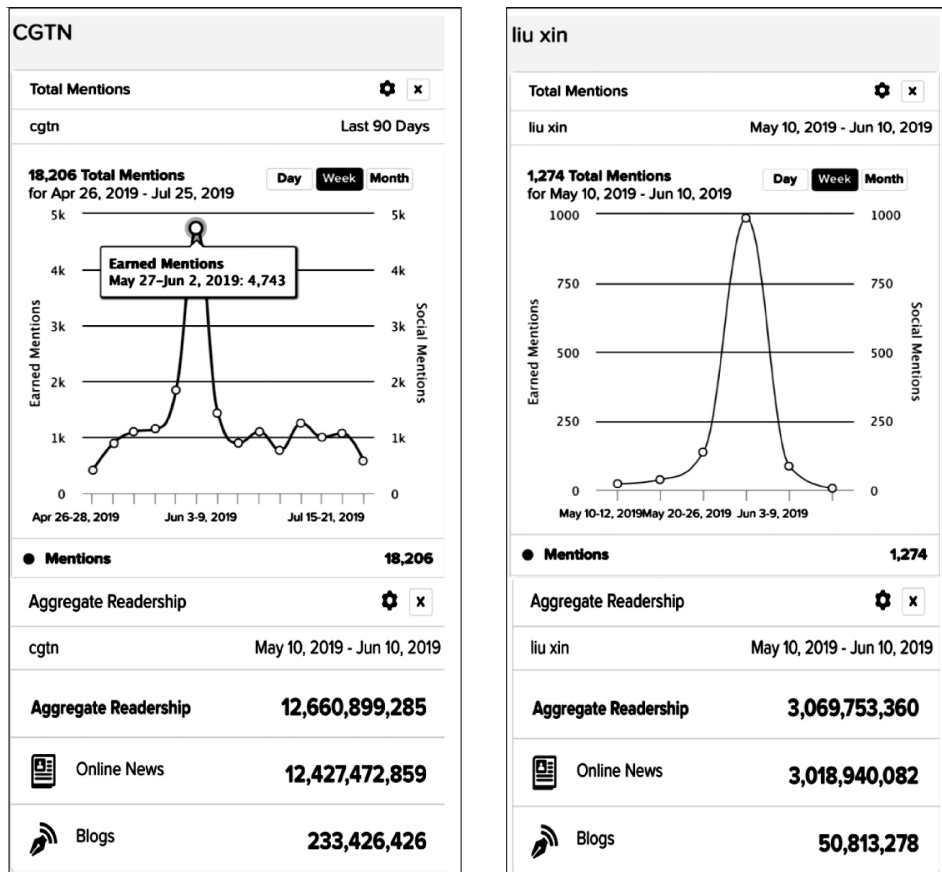


图 2 全球媒体对 CGTN 及 Liu Xin 的相关报道总数 (Cision 数据)

史峰值。

按照国际通行的对其媒体购买市场价值的评估,Cision 给出此次提及“Liu Xin”的在线媒体及博客报道的市场总价值达 577.16 万美元,约合人民币 4000 多万元,此市场价值评估并不包含主流电视媒体直播报道的价值。如果综合评估,这一“遭遇战”所制造而成的媒介事件的总体传播价值或将超过此前众多精心策划的国家广告投放和重大主题推介事件的传播价值。

(二) 第二女主角——刘欣的传播效果分析

声量分析数据显示(图 3),从 2019 年 5 月 10 日—6 月 10 日,全球媒体原创报道提到刘欣的为 1274 次,提到翠西·里根 3946 次,刘欣的声量占比将近 1/4,提到翠西·里根的频率高于刘欣两倍之多。这说明国际主流媒体仍然选择面孔较为熟悉的外方女主播作为第一报道主角。但如果考虑到过去一年中美贸易战期间,来自中国真实的声音和新闻人物几乎在国际报道中是缺失的,关于刘欣跨洋对话的 1/4 声量,虽然相对更具优势的仍是西方媒体,但国内有关贸易战的观点和声音能由此实质性、大范围地传播和抵达到西方媒体及其受众,这又具有突破性,意义非凡。

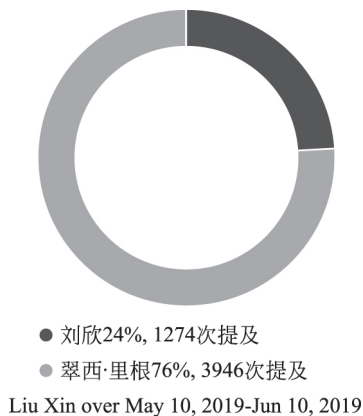


图 3 比较全球媒体对“刘欣”和“翠西·里根”的报道量 (Cision 数据)

本研究同时跟踪谷歌热搜量表(图 4),从 2017 年同期到现在两年间,CGTN 日常搜索压力值低于 25,Liu Xin 几乎为零,原来国际媒体对中国主流媒体和中国籍主持人并不关注,或者说中国主流媒体和主持人很难具有在国际媒体上的主流话题影响力。而在此次跨洋对话前后一周里,有关“CGTN”和“Liu Xin”的搜索热度迅速攀升到峰值,CGTN 的谷歌全球搜索压力值达到 100,刘欣(Liu Xin)谷歌全球搜索压力值为 41,表明全球受众对此次事件的关注程度

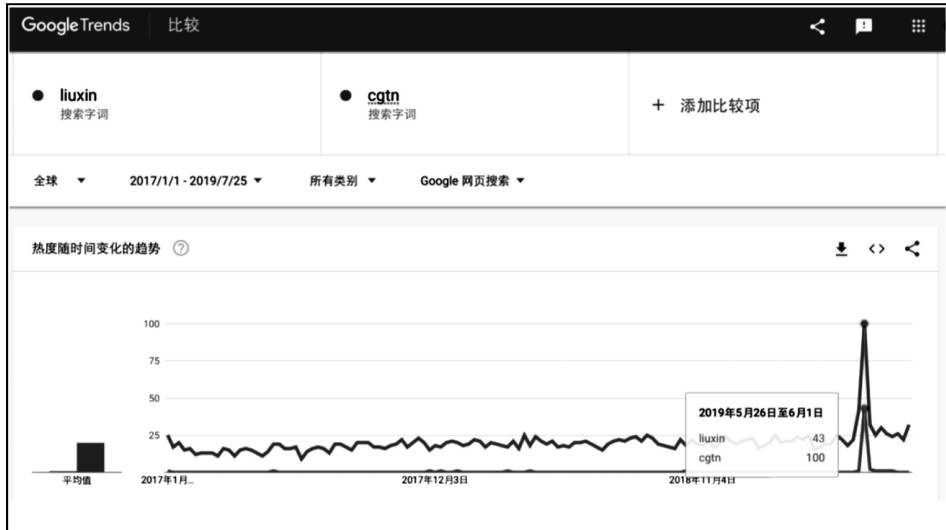


图 4 约辩前后刘欣和 CGTN 的谷歌搜索指数

高涨,刘欣以及 CGTN 知名度得到迅速提高。海外的谷歌搜索热度显示,关于 CGTN 的搜索度两倍于刘欣本人,也许反映了海外网友迫切想了解刘欣背后的工作机构的背景。

国内的百度搜索指数中,有关“刘欣”和“CGTN”的搜索指数也同步达到年度乃至历史最高水平(图 5)。这一指数的上扬表明中国受众对此次对话关注度极高。有关“刘欣”的单日最高搜索量达到 97760 次,这一数据远远高于“CGTN”搜索指数 18358 次。与谷歌不同,百度的中文搜索用户对 CGTN 的了

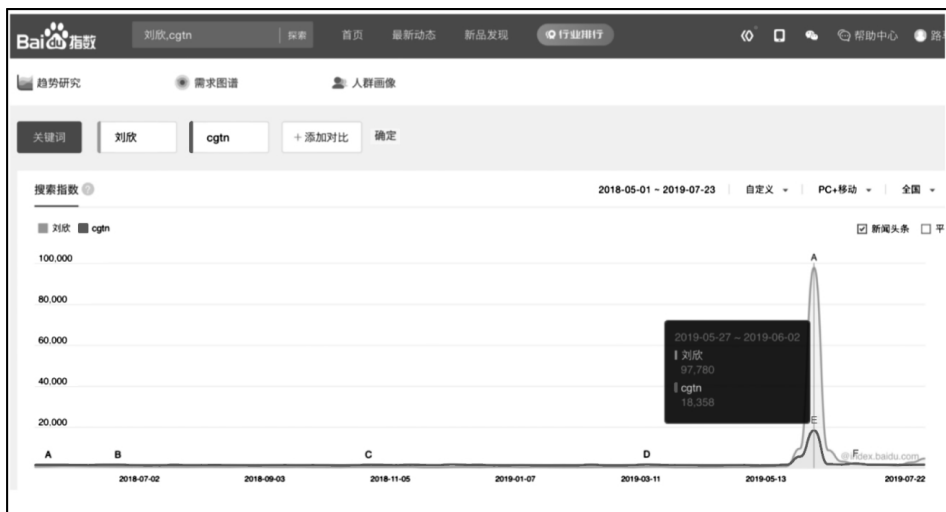


图 5 约辩前后刘欣和 CGTN 的百度搜索指数

解要多过刘欣,因此对刘欣作为对话事件的中方主角的兴趣五倍于其背后的机构,尤其是关于刘欣作为知识女性从青涩的大学生成长为国际级事件的女主角的个人成长历程、学生时代参加联合国英语大赛获奖的视频和在日内瓦驻外的经历,都成为受众津津乐道的话题,为这一事件带来了充满喜剧张力的冲突魅力。在“战事火药味渐浓”,CGTN 和刘欣的国际品牌大幅提升的同时,事件的另一位主角翠西·里根在中国的知名度也大幅提升,百度中文搜索同时达到历史峰值,表明 FOX 也成功地推动了一次它和它旗下知名女主播的品牌营销。

值得指出的是,虽然 5 月 27 日—6 月 2 日不论是在国际,还是在国内,此次事件及其主角引起了全球受众极大的兴趣,形成了极具热度的话题,但之后数据陡降,也反映出后续效应及话题持续性的不足。

(三) 全球区域影响力分析

从全球传播效果的区域分析来看,此次跨洋对话获得最高关注度的区域是事件的两个女主角的所在国——美国和中国大陆,受众市场占有率分别是 29% 和 27%。本议题同时在印度(3%)、法国(3%)、德国(2%)、新加坡(2%)、英国(2%)、马来西亚(2%)等区域形成关注热点。在美国,关注度最高的是美国第一大经济中心与媒体中心纽约、与中国科技产生链接最紧密的加州,以及华人学者较为活跃、中美联系较多的州,例如威斯康星、密歇根及印第安纳州(表 1 与表 2)。这一结果体现了“借船出海”——借用国际主流媒体的传播平台“反客为主”,形成国际传播声量大于中国本土媒体的传播效果。南美和非洲地区对此次事件几乎没有相关报道,可以看出,这场“约辩”从主题到过程,更多的还是中西之争。

表 1 提及“刘欣”的全球报道区域分析(Cision 数据)

	地区	报道次数	占比/%
1	美国	357	29
2	中国内地	335	27
3	中国香港	55	4
4	印度	37	3
5	法国	36	3
6	中国台北	34	3
7	德国	31	3
8	新加坡	30	2
9	英国	30	2
10	马来西亚	24	2

注:统计时间为 2019 年 5 月 10 日—6 月 10 日

表2 提及“刘欣”的美国报道区域分析(Cision数据)

	地区	报道次数
1	纽约	27
2	加利福尼亚州	17
3	威斯康星州	12
4	密歇根州	10
5	印第安纳州	8

注:统计时间为2019年5月10日—6月10日

(四) 社交网站影响力分析

对全球主要社交媒体传播效果分析,基于5月10日—6月10日的数据监控,“CGTN”相关内容在脸书上获得35191条的发布及转发,推特上有4215条;“刘欣”相关内容在脸书上获得16283条的发布及转发,推特上有504条。同时两项相关内容在Reddit社区里有超过上百条发帖评论。

(五) 全球媒体报道内容分析

在此次相关“刘欣”的国际媒体报道中,同时出现相关频度最高的十个关键词分别如表3所示:

表3 全球媒体提到“刘欣(Liu Xin)”的报道的其他关键词(Cision数据)

	高频词	频次
1	翠西·里根(Trish Regan)	1038
2	美国福克斯电视台(Fox)	1034
3	辩论(Debate)	749
4	贸易战(Trade war)	569
5	国家媒体/官方媒体(State media)	412
6	知识产权(Intellectual property)	393
7	特朗普(Trump)	369
8	关税(Tariff)	290
9	习主席(President Xi)	156
10	知识产权窃取(Theft of intellectual property)	9

注:统计时间为2019年5月10日—6月10日

根据Cision通过大数据计算对词频分析和情感分析,涉及“刘欣”相关报道的情感,媒体整体报道比较“中性客观”的达到75%,积极正面达到8%,负面评

价为17%(图6),这在西方特别是美国社会近一年来涉华报道整体的负面情绪中表现亮眼,是一次难得的翻转。国际受众从情绪上对两位女主播从对抗变为对话,尤其是刘欣敢于在外方客场在“遭遇战”的情况下“欣然迎战”给予了相当的冷静客观的关注。

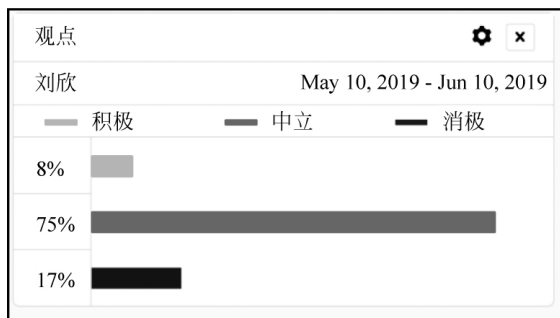


图6 全球媒体“刘欣”相关报道情感分析(Cision数据)

注:统计时间为2019年5月10日—6月10日

国际媒体报道高频词前十位分别是对话的另一方即美方主播翠西·里根和中方主播刘欣供职的媒体机构、此次对话的模式——“辩论”、对话的主题背景“贸易战+关税”和两国的首脑。能够看出这一媒介事件之所以令人瞩目,跟背后所依靠的自带巨大流量的中美两国元首以及重大政治经济热点——中美贸易战和关税谈判这样的硬话题不可分割。如果说在以往的重大事件发生时,国际受众习惯了在中国对外只能听到一个统一的中国外交部新闻发言人的声音,此次中美主播跨洋对话,从形式和内容都让国际受众看到了更具个性化的形象,听到更个性化的阐述。

在排名前十的高频词中出现了两个与知识产权相关的高频词,分别是第六位“intellectual property”和第十位的“theft of intellectual property”。后者作为美国总统以及美国社会在各个媒体报道中经常提及的主要“诟病”,出现在高频词前十位中不令人意外,这也是翠西·里根在对话提问中所预设好的议题,但是值得关注的是,有关“知识产权”这一话题,全球媒体首先关注的是“知识产权”本身,而加上“窃取”作为前十位关联词中唯一一个带有负面情绪的词,位列第十,且频次只有9。这一差距表明,有关这项为美国总统及代表其阵营的媒体营造的负面话题并未按照其规划的脚本进行,全球媒体对此次辩论涉及“知识产权”进行报道,并未依照美国个别媒体预设的议程来进行定位。这一对话作为国际媒介事件,引起全球媒体关注的关键词达到基本平衡,基本符合辩论双方的主角及其背后的机构及大国首脑,使得对辩论或对话本身的报道显得比较客观、中立和平衡。

(六) 此次媒介事件的全球报道例析

如上所言,总体上看全球主流媒体对此次对话给予了中立客观的评价。美国全国广播公司(NBC)在报道中称,这次隔空对话更像是一次“礼貌的交流”(polite exchange),也是美国观众得以听到用完美的英语讲述中国故事的一次机会(Atkinson, 2019)。《华盛顿邮报》(*Washington Post*)称,中国国家媒体一直期待参与全球对话并塑造国际话语权,从中国的角度来看,这次辩论在开始前就取得了胜利(Shih, 2019)。《金融时报》(*Financial Times*)提到许多观众抱怨16分钟的对话太短,觉得意犹未尽,并形容这个过程为“温和的(soft-spoken),礼貌的(polite)意见交换。”(*Financial Times*, 2019)BBC在报道中详尽描述了两位主播所展现的友好,且将这次互动形容为中美贸易战场外两国主播“各取所需的文雅辩论”(BBC中文网,2019-05-30)。在接受《华尔街日报》(Wernau, 2019-05-30)的采访中,香港城市大学传播学教授李喜根提道:“这次对话给予了中国政府一个与美国观众近距离接触的罕见机会,使其有机会直接面对美国观众呈现自己的叙事。”《联合早报》评论称,刘欣精确地宣传了中国官方立场,翠西·里根则展现温和姿态并收获名气,双方各有所获。这也体现出两种不同文化和模式在尽量进行平和、友好的对话中,做到求同存异,为中美处理贸易战提供了一个好的范例(《联合早报》中文网,2019-05-31)。

《纽约时报》在辩论后发表了评论,其评论认为这是一场不同寻常的奇观,为中国提供了难得的机会,使中国可以直接向美国观众展示其观点,并称有专家认为这次刘欣和翠西的辩论将会帮助中国媒体树立在美国的新形象。评论文章引用了佐治亚州立大学(Georgia State University)研究中国媒体的全球传播学专家玛丽亚·雷普尼科娃(Maria Repnikova):“看到一位说一口流利英语的中国人,以一种开放和雄辩的方式回答问题,这与大多数美国人习惯认知的中国已经大不相同了,这将让美国民众看到中国的开放(Seeing someone speaking perfect English and answering questions in an open and eloquent way is already a very different China than most Americans are used to seeing.)”(Qin, 2019)。彭博新闻社评论员在文章中对此次事件进行了解读,认为刘欣的目标是为自己说话而不是为她的雇佣机构说话,并且朴实地将此次对话的目标定位为“建立美国和中国民众之间的理解,而不是一味地寻求优势和上风”(Her goal was to build understanding between U.S. and Chinese people rather than gain the upper hand)(Bo & Browne, 2019)。

三、结语

综合以上媒体观点,此次“跨洋对话”作为媒介事件的仪式意义远远大于内容本身。打破西方的刻板印象——“中国是个黑匣子(Black Box)”(Luo & Richeri, 2012),缺少公开、开放的民间声音。十年前,对北京奥运的国际传播效果进行分析时,专家们总结“中国总是用一个声音发言,就是政治领导人的声音。西方对中国正在发生什么,始终知之甚少,渴望知晓却又感觉黑箱难以开启……期待用更多元的方式,表达多元的声音——不论是意见、辩论和争议……”^①(Luo & Richeri, 2012, p.428)。此次“对话”开创了一种新的沟通和听取对方声音的形式。正如刘欣在接受央视采访时所说,中美之间的逆差不仅仅是贸易方面的逆差,更多的是认知的逆差。从美国女主播翠西·里根的言语中可以看出,美国社会对中国媒体和中国还存在着很多先入为主的刻板看法。这一“辩论”或“跨洋对话”对于美国国内民众了解中国、形成主观印象起着非常重要的作用。在以西方为主导的国际传播中,中国的形象一直被“他者化”和“污名化”;同时,中国的国家传播一直存在的一个问题就是自说自话,我们的声音很难被听到和听懂。十年后的中美主播跨洋对话,在融媒体时代的中国全球传播历史上无疑具有非常重要的意义。

注释

- ① 全球传播效果研究课题组为国内外十余个国家的传播学和中国问题研究国际专家所建立全球传播智库,为重大舆论议题中的中国全球传播效果提供数据评价支持和内容传播效果分析。课题组组长为罗青教授,组员包括 Susan Brownell 教授、Guiseppe Richeri 教授等,课题研究从 2008 年北京奥运全球传播效果比较研究开始,研究成果陆续发表于 Routledge Taylor & Francis 出版社。
- ② 见 2019 年 7 月 27 日《中美主播跨洋对话案例分析研讨会记录》。
- ③ 本部分引自 7 月 27 日对刘欣和毕建录本人的采访,部分内容引自梅焰、毕建录撰写的工作记录《对史上首次中美主播跨洋对话的总结》一文。
- ④ BBC 原报道 <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-41523073>。
刘欣在 CGTN《点到为止》的评论: <https://news.cgtn.com/news/34496a4d31597a6333566d54/index.html>。
BBC 记者推特对刘欣评论的反馈: <https://mobile.twitter.com/stephenmcdonell/status/921595561110683648>。
- ⑤ 参见翠西·里根(Trish Regan)节目(2019年5月23日): <https://www.foxbusiness.com/shows/trish-regan-primetime>。

- ⑥ 参见刘欣推特(2019年5月22—30日):<https://twitter.com/thepointwithlx/status/1131896102096007168?s=12>。
- ⑦ 引自湖南大学舆情研究所《中美女主播跨洋对话事件境外社交网络舆情简报》,简报主持:阳美燕。
- ⑧ 原文为:This article brings together the final remarks from 12 specialists we invite with different research interests and background in humanities and social sciences to offer an academic criticism. China speaks with one voice, that of its political leader. Of course, we can guess that in any organization there are differences of opinion, debate and conflict but we know little about what is going on in China and so the people that the regime is a block (Luo & Richeri, 2012, p.428).

参考文献

- BBC 中文网(2019年5月30日):中美贸易战场外:中国官媒与美国福克斯主播各取所需的文雅辩论,获取自<https://www.bbc.com/zhongwen/simp/chinese-news-48455599>
- 毕建录、梅焰(2019):对中美女主播跨洋对话的多视角解读,《新闻与写作》,第7期,90-93页。
- CGTN(2019a年5月22日):China won't accept unequal trade deal,获取自<https://news.cgtn.com/news/3d3d774d3549444f34457a6333566d54/index.html>
- CGTN(2019b年5月23日):史上首次!CGTN女主播与FOX女主播隔空互怼!获取自<https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404375242834342264>
- CGTN(2019c年5月24日):CGTN女主播刘欣欣然应约,获取自https://mp.weixin.qq.com/s/r_AV1loOtUtM-fl3t0MqQ
- CGTN(2019d年5月30日):CGTN女主播刘欣与FOX女主播翠西电视交锋,获取自<http://news.cctv.com/2019/05/24/ARTIvCkVerwVmUQqJWL1SAHf190524.shtml?spm=C94212.PxBacxQyDqwK.S95581.220>
- 《光明日报》(2019年5月31日):中美主播辩论:真理越辩越明 事实胜于雄辩,获取自<http://cul.chinanews.com/gn/2019/05-31/8852689.shtml>
- 《联合早报》中文网(2019年5月31日):分析:中美女主播“越洋辩论”展现求同存异精神,获取自<http://www.uzben.com/mon/keji/20190531/57751.html>
- 央视网(2019年5月30日):外交部、国防部公开评论中美主播的“跨洋对话”,获取自<http://news.cctv.com/2019/05/30/ARTIVm8jqPLi4KnINN34do9m190530.shtml>
- Atkinson, C. (May 30, 2019). Fox gives air time to China news anchor to address trade war. NBC. Retrieved from <https://www.nbcnews.com/business/business-news/fox-gives-air-time-china-news-anchor-address-trade-war-n1011946>

- Bo, F. & Browne, A. (June 1, 2019). China's trade strategy is written in jade earrings. *Bloomberg Opinion*. Retrieved from <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2019-05-31/trish-regan-liu-xin-fox-debate-featured-a-hidden-signal-in-jade>
- Couldry, N., Hepp, A. & Krotz, F. (2010). *Media events in a global age*. London: Routledge.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge: Harvard University Press.
- Financial Times. (May 30, 2019). US-China TV hosts battle it out on trade. *Financial Times*. Retrieved from <https://www.ft.com/content/b30024ba-8278-11e9-b592-5fe435b57a3b>
- Katz, E. & Liebes, T. (2007). "No More Peace!": How disaster, terror and war have upstaged media events. *International Journal of Communication*, 157-166.
- Luo, Q. & Richeri, G. (2012). *Encoding the Olympics: The Beijing Olympic Games and the communication impact worldwide*. London: Routledge.
- Mitu, B. & Poulakidakos, S. (2016). *Media events: A critical contemporary approach*. New York: Palgrave Macmillan.
- Qin, A. (May 29, 2019). Anchors from Fox and Chinese State TV to hold live debate on trade. *New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2019/05/29/world/asia/trish-regan-liu-xin-fox-debate.html>
- Rothenbuhler, E. (2010). Media events in the age of terrorism and the internet. *Revista Romana de Jurnalism si Comunicare-Romanian Journal of Journalism and Communication*, 5(2), 34-41.
- Shih, G. (May 28, 2019). Anchors from China's state TV and Fox are facing off. *Washingtonpost*. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/anchors-from-chinas-state-tv-and-fox-are-facing-off/2019/05/28/e7c041d2-8131-11e9-9a67-a687ca99fb3d_story.html
- Wernau, J. (May 30, 2019). Must Xi TV: Popular Chinese and American anchors square off on trade. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/prime-time-debate-pits-popular-tv-hosts-facing-off-over-china-u-s-trade-11559139620>
- Zheng, S. (July 7, 2019). Is China's propaganda machine losing the public relations battle with the US? *South China Morning Post*. Retrieved from <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3017582/chinas-propaganda-machine-losing-public-relations-battle-us>

Global Communication Impact of Chinese–American Anchor Cross-border Live Dialogue: A Case Study on the Global Media Event of China

Qing Luo¹, Fan Fang², Jianlu Bi³, Wenlong Ma⁴

(1. *Communication University of China*; 2. *Communication University of China, Xiamen University*;
3. *Communication University of China, China Global Television Network*; 4. *Moonmi Consulting*)

Abstract This study aims to analyze the global media event of Chinese–American anchors' live dialogue in May 2019. As members of CGTN international communication project, the researchers interviewed the main participants of this cross-border dialogue. The content and impact from global media before and after this media event were documented and investigated. At the same time, the important data during this process were recorded and analyzed from the perspectives of international communication. The impact of global media and social media communication were investigated through the global media impact assessment, regional impact analyses of international media, social media influence and global media reports.

Key Words Chinese–American Anchors Cross-border Live Dialogue; Global Communication Impact; Media Events; Case Study

(编辑:金兼斌)