

学校编码: 10384

密级_____

学号: 30620071152461

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

国内媒体的军事报道与国家军事形象塑造
——以 2009 年中国军网的军事报道为例

Military Report of Domestic Media and National Military
Image Building——A Case Study of Military Report of
China Military Online in 2009

董晓威

指导教师姓名: 陈嬿如 教授

专业名称: 传播学

论文提交日期: 2010 年 4 月

论文答辩日期: 2010 年 月

2010 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。
2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月

摘要

随着中国综合国力的日渐增强，中国的国际地位不断攀升。与此同时，中国的军事发展也受到国际舆论的关注。建国以来，我国一直奉行防御性的国防政策，无论综合国力、军事实力如何变化，我国国防政策的防御性一直没有改变。但我国国家军事形象与我国实际推行的国防政策及军事实践并不完全相符。一国的国家形象是由本国的国家形象建构体系和国际上他国对本国的国家形象建构体系共同塑造而成的。目前，“中国军事威胁论”的论调依然不绝于耳。美国、日本、印度等国家通过政界、军方、学界和媒体制造“中国军事威胁论”，直指中国的军事发展会威胁他国和局部区域的和平和稳定。其中，媒体是国际舆论得以发声的一个重要平台。考虑到美国等国媒体的发展态势和目前在世界范围内占据的信息传播优势，我国的国家军事形象在国际舆论中的处境堪忧。但鉴于这些国家媒体受到的来自政界和军方的限制，试图改变这些国家的报道论调是极为困难的。所以，更应重视本国的形象建构体系对我国军事形象的塑造。目前，我国政府和军队通过每两年发布一份国防白皮书和加大对外军事交流的形式在中国军事发展的问题上向国际社会公布国防和军队建设的情况。但这些形式只能为国家军事形象的建构提供基本的支架，要想使该形象丰满起来，离不开国内军事媒体的力量。

本文即以中国军网在 2009 年的相关军事报道为例，研究两大问题：其一，目前国内媒体对我国的军事是如何报道的；其二，国内媒体所塑造出来的国家军事形象是怎样的。本文采用内容分析的研究方法，通过对 2009 年中国军网的头条报道和相关专题报道进行内容分析，侧重研究国内军事媒体的报道主题、报道深度和报道来源。通过分析国内媒体塑造的国家军事形象，尝试对国内媒体如何更好地塑造国家军事形象提出建设性意见。

关键词：军事报道 国家形象 国家军事形象 中国军网

Abstract

With China's overall national strength increases, China's international status advances constantly. Since the founding of the people's republic of China, our country has always pursued the defensive policy, which is marked by defensiveness. No matter how overall national strength and military strength changed, the defensiveness of our country's defensive policy remained unchanged. However, our country's military image does not totally correspond with the defensive policy we are pursuing and the military practice. One country's national image is built by its own and other country's national image constructive systems. Nowadays, the argument of China military threat theory is still going on. Through politics, military, academics and media, the United States, Japan, India and some other courtiers have created China military threat theory, and criticized that China's military development would threat the peace and stability of other countries and local regions. Among them, the media has offered an important platform for international public opinion. Taking into account the development of the United States and other countries' media and its current advantages of information communication around the world, our country's military image situation in international public opinion is not optimistic. However, in view of the media in these countries suffer from political and military constraints; trying to change the argument of the coverage in these countries is very difficult. Therefore, more attention should be paid to the building of our own image constructive system to the national military image. At present, through issuing a defense white paper every tow years and increasing military exchanges, the Chinese government and the army announce the building of national defense and armed forces to international community. However, these forms can only provide the basic framework of national military image construction. In order to plump up the image, domestic military media is indispensable.

This paper takes the relevant military reports of China Military Online in 2009 as an example, in order to research two major problems: First, how the domestic media reported China's military ; Second, what the national military image built by the domestic media is. This study uses content analysis method, through the content

Abstract

analysis of headlines and relevant special coverage of China Military Online in 2009, in order to research domestic media's report subjects, depth and resources. By analyzing the national military image built by domestic media, try to offer some constructive suggestions to domestic media about how to build national military image better.

Key Words: Military Report; National Image; National Military Image; China Military Online

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
1.1 研究背景及研究意义.....	1
1.2 研究对象及研究问题.....	4
1.3 论文结构.....	4
第二章 文献综述及理论基础	6
2.1 文献综述.....	6
2.1.1 战时军事报道研究.....	6
2.1.2 和平时期军事报道研究.....	9
2.2 理论基础.....	10
2.2.1 形象与真实.....	10
2.2.2 国家形象的内涵.....	11
2.2.3 国家形象的传播学理论基础.....	12
2.2.4 国家形象与软力量理论.....	14
2.2.5 国家军事形象：软力量还是硬力量？.....	16
第三章 研究设计	17
3.1 研究样本.....	17
3.1.1 选择中国军网的原因.....	17
3.1.2 选择2009年全年报道的原因.....	18
3.2 内容分析.....	19
3.2.1 对军网报道的整体分析.....	19
3.2.2 军事报道涉及的主要方面.....	20
3.2.3 个案分析.....	20
第四章 中国军网军事报道的内容分析	21

4.1 对军网的整体分析.....	21
4.1.1 军事报道的比重.....	21
4.1.2 军事报道涉及的主要方面.....	22
4.1.3 军事报道的文章体裁.....	23
4.1.4 军事报道的报道来源.....	23
4.2 对军事报道涉及的主要方面的具体分析.....	24
4.2.1 各主要方面的报道体裁.....	24
4.2.2 各主要方面的报道来源.....	24
4.2.3 各主要方面的报道议题.....	25
4.3 个案分析.....	31
4.3.1 中国国庆大阅兵.....	32
4.3.2 亚丁湾护航.....	34
4.3.3 新疆“7·5”暴力犯罪事件.....	36
第五章 结论与探讨.....	39
5.1 国家军事形象的呈现.....	39
5.1.1 内容的呈现.....	39
5.1.2 深度的呈现.....	42
5.2 国家军事形象的塑造.....	45
5.3 研究的创新与不足.....	49
5.3.1 研究的创新.....	49
5.3.2 研究的不足.....	50
参考文献.....	52
致 谢.....	55

Table of Contents

Chapter 1 Introduction	1
1.1 Research Background and Significance	1
1.2 Research Object and Questions	4
1.3 Framework	4
Chapter 2 Literature and Theoretical Frame	6
2.1 Literature.....	6
2.1.1 Wartime Military Report	6
2.1.2 Peacetime Military Report	9
2.2 Theoretical Frame.....	10
2.2.1 Image and Reality	10
2.2.2 Connotation of National Image	11
2.2.3 Communication Theoretical Frame of National Image.....	12
2.2.4 National Image and Soft-Power Theory	14
2.2.5 National Military Image: Soft Power or Hard Power?	16
Chapter 3 Research Frame	17
3.1 Research Sample	17
3.1.1 Reason of Choosing China Military Online	17
3.1.2 Reason of Choosing Annual Reports of 2009	18
3.2 Content Analysis.....	19
3.2.1 Whole Analysis of China Military Online.....	19
3.2.2 Main Aspects of Military Reports	20
3.2.3 Case Study	20
Chapter 4 Content Analysis of Military Reports of China Military Online	21
4.1 Whole Analysis of China Military Online.....	21
4.1.1 proportion of military reports	21
4.1.2 Main Aspects of Military Reports	22
4.1.3 Types of Military Reports.....	23

4.1.4 Resources of Military Reports	23
4.2 Concrete Analysis of Every Main Aspects of Military Reports	24
4.2.1 Types of Reports of Every Main Aspects	24
4.2.2 Resources of Every Main Aspect	24
4.2.3 Report Subjects of Every Main Aspects	25
4.3 Case Study	31
4.3.1 Military Parade on National Day	32
4.3.2 Gulf of Aden Convoying	34
4.3.3 Xinjiang “7·5” Roit	36
Chapter 5 Conclusions and Discussions.....	38
5.1 Presentation of National Military Image	38
5.1.1 Presentation of Content.....	38
5.1.2 Presentation of Depth	41
5.2 Building of National Military Image.....	44
5.3 Research Innovations and Limitations	48
5.3.1 Research Innovations.....	48
5.3.2 Research Limitations.....	49
References.....	51
Acknowledgement	54

第一章 绪论

1.1 研究背景及研究意义

改革开放以来,中国的综合国力与日俱增,在国际社会中的影响也越来越大。随着国际地位的提升,我国的国家形象也不断的发生着变化。国家军事形象是一国的整体国家形象中十分重要的一部分,因为一国的军事战略直接反映该国的对外政策和长期发展策略。在军事上,战略防御始终是我国国防事业的基本原则:“维护国家安全统一,保障国家发展利益;实现国防和军队建设全面协调可持续发展;加强以信息化为主要标志的军队质量建设;贯彻积极防御的军事战略方针;坚持自卫防御的核战略;营造有利于国家和平发展的安全环境”。这是我国新世纪以来的基本国防政策,其基点在于以和平的方式保障经济的崛起,其目标在于维护和平。这与我国在 2003 年提出的和平崛起的总体战略是吻合的。

但我国的国家军事形象与我国实际推行的国防政策及军事实践并不完全相符。一国的国家形象是由本国的国家形象建构体系和国际上他国对本国的国家形象建构体系共同塑造而成的。考虑到各国间的利益交叉、各自的出发点不同、价值观念的偏差等因素,在同一问题上的看法极有可能发生分歧。目前,国际上他国对我国的军事形象塑造也不完全相同,在大多数非洲国家、发展中国家和部分发达国家眼中,中国的军事力量是一支正在崛起的维护世界和平的力量,例如俄罗斯著名的《军事巡礼》杂志军事评论员博拉尼斯基这样说道:“大多数俄罗斯人,尤其是军界人士对中国的军事发展给予积极评价。中国作为一个正在崛起的大国,在经济发展的同时,加大对国防的适当投入理所应当”^① 但仍有美国、日本、印度等国对我国的军事发展耿耿于怀,“中国军事威胁论”的论调不绝于耳。

在美国,国防部和中情局是“中国军事威胁”论调的炮制中心。国防部每年发布一次的《中国军力报告》更是冷战思维的产物。《报告》最早发布于 2000 年,除 2001 年之外,共发布 9 次。冷战期间和冷战结束后,美国、苏联和俄罗

^①中国军事形象各国解读不同 外媒凭主观“塑造” [EB/01].

http://news.xinhuanet.com/world/2008-01/02/content_7352936.htm, 2008/01.

斯也发布过官方的军事报告。但目前这份报告是美国官方唯一的一份专门针对他国发布的军事报告。按照 1999 年由美国国会通过并由克林顿总统签署生效的《2000 财政年度国防授权法》的规定，国防部每年要向国会提交关于中华人民共和国军事力量的年度报告，内容是关于“中华人民共和国当前和未来的军事战略。报告应该关注人民解放军当前军事科技的发展和未来可能的方向，以及中国总体战略、安全战略、军事战略、军事组织、作战观念的原则和未来 20 年间可能的发展”。^①2009 年 3 月公布的报告延续了以往 8 次报告的侧重点，一方面以“不透明”为遮掩，把中国军事神秘化，声称，“国际社会不清楚中国人民解放军发展作战理论和提升军事能力的意图与目标”，又称“中国可能在 2006 年出台了新时期军事战略方针，但内容一直不清楚”。“中国官方公布的国防开支不透明、不可信，没有包括战略力量发展、外购武器、军事研发、准军事力量建设等许多重要的开支项目。”另一方面，报告刻意夸大中国的军事力量，认为“中国将在本世纪末建设一支现代化军事力量，能够击败中等水平的敌手”；并恶意揣测我国的军事意图、恶意评估我国军事部署的影响：认为“中国的武装力量一直在发展和部署破坏性的军事技术，包括阻止进入/区域封锁、核、空间以及网络战等方面的技术与能力。而这些正在改变地区军事力量平衡，其长远影响必将超出亚太地区范围。”^②由于该报告出自官方，且报告内容覆盖范围广，因而被美国媒体乃至他国媒体援引并参考，对中国的国家军事形象塑造产生了不利的影响。

在日本，右翼势力一直鼓噪“中国军事威胁论”，在对中国的国家军事形象的塑造上与美国如出一辙。就在去年，时任首相麻生太郎的防卫咨询私人机构还提交过一份报告书，主要针对中国国防经费连续 21 年两位数增长带出的中国军力大幅增强的隐忧，提出与中抗衡等未来十年防卫计划建议。而早在 2005 年麻生太郎任外相时，他就在国会演讲时声称：“临国有 10 亿人口，拥有原子弹，军费开支连续 17 年保持两位数增长，而具体内容的透明度极低，正在成为相当程度的威胁”。^③但鉴于中日关系的变化和中国在亚太地区的影响，新上台的鸠山由纪夫希望回避“中国威胁论”，试图与中国和美国保持等边三角形的关系。

^① ANNUAL REPORT TO CONGRESS: Military Power of the People's Republic of China 2006[R], 3.

^② ANNUAL REPORT TO CONGRESS: Military Power of the People's Republic of China 2008[R], 5.

^③ 人民时评：日本“中国威胁论”的里层[EB/01]. <http://opinion.people.com.cn>, 2005-12-23.

无论如何，虽然日本的舆论对中国的军事形象的诋毁稍有松动，但仍然不得不面对美国的压力。

冷战后，随着中印关系的正常化，两国在政治、经济、文化上取得了长足的进展。作为世界上最大的两个发展中国家和新兴国家，两国之间有很多共同的利益基础。但是由于1962年中印战争遗留的历史情绪、现今边境领土问题、涉藏问题、地缘政治问题，加之美国方面的压力，印度媒体在涉及中国军事的报道中所体现的“中国威胁论”的论调也十分明显。近年来从一度与西方媒体跟风热炒的“中国网络间谍”、“中国在海南部署核潜艇”到2009年子虚乌有的“中国军机入侵印度领空”、“中国军人在印度境内用红漆涂写中国字样”、“两名印度士兵被来自中印边境实际控制线对面的子弹打伤”，尽管印度官方、军方不断有重量级人物出面辟谣、澄清，但各家媒体仍然以讹传讹、推波助澜，“中国威胁论”的鼓噪之声日益高涨。

由于美国等西方国家在国际传播体系中占有绝对的优势，因而在总体上，我国的国家军事形象在国际舆论中的处境堪忧。但试图改变美国等国媒体对中国的军事报道的论调又是极为困难的。首先，外国媒体对中国的军事报道本身受政府限制过多，不可能依靠外国媒体态度的转变来重塑我国的国家军事形象。实际上，美国从未低估媒体战（或称舆论战）的重要作用，尤其是在互联网迅猛发展的大情势下，美国政府已经制定了详细周密的网络战战略。2002年，美国总统布什就签署了“国家安全第16号总统令”，要求美国国防部牵头，组织各政府部门制定网络战战略。2005年3月，美国国防部公布的《国防战略报告》明确将网络空间和陆、海、空、太空定义为同等重要的、需要美国维持决定性优势的五大空间。2006年末，美国国防部组建一支网络媒体战部队，用于战时对敌方进行策反宣传，在和平时则进行价值观的渗透和争取舆论支持。可以说，网络战和媒体战已上升为美国新时期的整体对外战略之一，中国无非是其战略进攻和防备的对象。因而就美国对中国的相关军事报道而言，其倾向性是由政府来主导的，在短时期内很难撼动。正如美国卡耐基和平基金会中国部主任裴敏欣所言：“在美国，中国的军事发展并不是普通大众关心的话题，大众媒体中与中国军事相关的报道也不多，因此，普通美国人眼中的中国军事形象是比较模糊的。真正关注中

国军事的，是美国的精英层和战略界。”^①其次，军方也对媒体的军事报道施加了很大压力。军方要想争取到数额巨大的军费，必须得到国内民众的支持。如不在媒体中树立实力强大且动机不明的假想敌，恐怕难以说服民众。中国作为后崛起的大国，其经济地位不断的攀升且在国际重大决定中的影响力日渐增长，很容易被当作外国军方的假想敌。况且，军方还可以“军事机密”和“危害国家安全”为由进行新闻审查，使新闻报道完全被军方掌控。鉴于此，更应重视本国的形象建构体系对国家军事形象的塑造。

通过研究国内媒体对我国军事的报道，可以了解目前我国的国内军事媒体对我国国家军事形象是如何塑造的，目前我国的国家军事形象是怎样的，应如何更好地发挥国内军事媒体的作用。

1.2 研究对象及研究问题

本文以中国军网2009年全年的头条报道和相关专题为研究对象，主要研究两大问题：其一，国内媒体是怎样报道中国军事的？其二，国内媒体建构的中国国家军事形象是怎样的？

1.3 论文结构

第一章绪论部分介绍了本文的研究背景、研究意义、研究对象和研究问题。

第二章文献综述及理论基础部分梳理了国内外对战时与和平时期的军事报道研究，并对形象、国家形象的相关理论（尤其是传播学理论及软实力理论）进行了整理。

第三章提出了论文的研究设计，分析了对样本和研究方法选择的原因，确定了内容分析研究方法在本文中的研究变量。

第四章是对中国军网军事报道的内容分析，包括以军网头条为研究对象进行的整体分析和军事报道涉及的主要方面的具体分析，以及对代表性事件进行的个案分析。

^① 中国军事形象各国解读不同 外媒凭主观“塑造”[EB/OL].

http://news.xinhuanet.com/world/2008-01/02/content_7352936.htm, 2008-01-02.

第五章是结论与探讨，基于内容分析的研究统计，总结出以中国军网为代表的国内媒体对国家军事形象的呈现过程和最终呈现样态，并尝试对如何更好地塑造国家军事形象提出建议。最后总结了本次研究的创新和不足。

厦门大学博硕士论文摘要库

第二章 文献综述及理论基础

2.1 文献综述

2.1.1 战时军事报道研究

西方关于媒体与国家军事形象的研究始于两次世界大战期间，研究侧重于战争宣传，立足于战时的宣传行为，通过对其传播过程和传播结果进行总结，以期在未来战争中更好地利用宣传策略，为战争服务。拉斯韦尔的《世界大战中的宣传技巧》一书可谓是传播学的开山之作，此书就是通过分析一战期间交战双方出版的宣传手册、散发的传单、制作的海报、宣传电影等研究宣传技巧，试图解释宣传在引发本国人们对敌人的仇恨、争取和保持与同盟国及中立国的友谊、摧垮敌人的斗志等方面如何发挥作用。拉斯韦尔在研究中的发现凸显了“宣传”的重要意义，他认为：“国际战争宣传在上一次战争中扩大到了如此令人震惊的范围，是因为战争蔓延到了如此广阔的地区，它使得动员人民情绪成为必要。没有哪个政府奢望赢得战争，除非有团结一致的国家作后盾；没有哪个政府能够享有一个团结一致的后盾，除非它能控制国民的头脑。”^①其后，在二战期间，库尔特·勒温把场理论和群体动力学理论应用到战时的鼓动宣传中，在实验中证明了社会环境和士兵所属群体对士兵个人的参战动机、参战表现和参战热情有所影响。同样是在二战期间，霍夫兰组建的研究小组对陆军部拍摄的影片对士兵个人的影响做了研究，认为说服者本身和说服者所采用的方式及说服内容是改变士兵态度的重要因素。其在1953年出版的《说服与研究》一书正是对其在二战中说服研究的总结。人们普遍认为传播学诞生于美国，且诞生于军事背景下。因而拉斯韦尔、勒温、霍夫兰的著作总是被普遍提及并被视作经典。实际上，二次大战期间，在欧洲也不乏有战争宣传的研究。西德尼·罗杰森在1937年伦敦出版的《即将爆发的大战中的宣传问题》就是一本全面论述战争宣传的著作，论述涉及宣传策略、

^① (美)哈罗德·D. 拉斯韦尔著，张洁、田青译. 世界大战中的宣传技巧[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2003: 22.

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库