

“对外传播理论与实践研究” 丛书
中国外文局对外传播研究中心 选编

构建现代 国际传播体系

 “全国第一届对外传播理论研讨会” 论文选

姜加林 于运全 主编



China International
Publishing Group
中国国际出版集团



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

“对外传播理论与实践研究”丛书 ☆ 中国外文局对外传播研究中心 选编



构建现代国际传播体系

——“全国第一届对外传播理论研讨会”论文选

姜加林 于运全 主编



China International
Publishing Group
中国国际出版集团



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

构建现代国际传播体系：“全国第一届对外传播理论研讨会”论文集 / 姜加林主编. —— 北京：外文出版社，2011

ISBN 978-7-119-07297-5

I. ①构… II. ①姜… III. ①中外关系-传播学-文集 IV. ①G219.26-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第206061号

“对外传播理论与实践研究”丛书

总 策 划：姜加林

责任编辑：张玉宁 杨 璐

装帧设计：北京夙焉图文设计工作室

印刷监制：冯 浩

构建现代国际传播体系

——“全国第一届对外传播理论研讨会”论文选

姜加林 于运全 主编

© 2011外文出版社

出 版 人：呼宝民

总 编 辑：李振国

出版发行：外文出版社有限责任公司

地 址：中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网 址：<http://www.flp.com.cn>

电 话：010-68320579 / 68996067 (总编室)

010-68995844 / 68995852 (发行部)

010-68327750 / 68996164 (版权部)

制 版：北京夙焉图文设计工作室

印 制：北京外文印刷厂

经 销：新华书店 / 外文书店

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：42

字 数：550千字

装 别：平装

版 次：2011年11月第1版 2011年11月第1版第1次印刷

书 号：978-7-119-07297-5

定 价：39.00元

版权所有 侵权必究 有印装问题可随时调换

“对外传播理论与实践研究” 丛书编委会

主 任 周明伟

副主任 黄友义

编委会成员（以姓氏笔画为序）

于运全	王众一	王刚毅	严文斌
李雅芳	陆彩荣	陈 燕	呼宝民
林良旗	姜加林	程曼丽	

“全国第一届对外传播理论研讨会” 专家委员会

主 任

蔡名照

主任委员

赵启正 周明伟 周锡生 范敬宜

杨正泉 朱英璜 马胜荣 黄友义

专家委员：（以姓氏笔画为序）

马振岗	尹韵公	方正辉	李 晨	李希光
孙有中	严文斌	张 昆	张西平	沙奇光
杜骏飞	周 宁	单 波	孟 建	胡正荣
姜加林	郭 可	钱 江	高 钢	夏吉宣
曹景行	喻国明	程曼丽	熊澄宇	

编者的话

《构建现代国际传播体系》一书汇集了全国第一届对外传播理论研讨会的主要成果，具有跨学科、跨行业、跨部门，理论与实践紧密结合的鲜明特点。

按照胡锦涛总书记在十七届三中全会上提出的“构建覆盖广泛、技术先进的现代传播体系，形成与我国经济社会发展水平和国际地位相称的国际传播能力，打破西方媒体垄断格局”的战略要求，全国首届对外传播理论研讨会于2009年11月28日至29日在北京召开，研讨会的主题是“中国现代传播体系的构建”。国务院新闻办公室主任王晨、中宣部副部长蔡名照、中国外文局局长周明伟出席大会。王晨主任发表了《构建现代传播体系 提高国际传播能力》的主旨演讲，中国互联网协会理事长胡启恒院士和清华大学国际传播研究中心主任李希光教授分别作了题为《迎接网络传播时代》和《用对话新闻重绘全球传播新景观》的演讲。

研讨会共收到160篇论文，经专家委员会评审出12篇优秀论文，13篇被确定为大会宣讲论文，89篇论文入选本书。全书由9个专题组成，内容涉及构建中国现代传播体系、主流媒体建设与话语体系变革、跨文化传播与软实力提升、国家形象塑造与传播策略、新媒体时代的国际传播、热点问题对外报道的媒体策略、地方对外传播工作研究等多个研究领域，集中反映了论文作者在当今形势下对对外传播理论与实践的深入思考。

全国对外传播理论研讨会每两年召开一次，论文集是每届研讨会的重要成果。我们真诚希望这套书能够在提高我国国际传播能力的过程中发挥应有的作用。

代序

构建现代传播体系 提高国际传播能力

国务院新闻办公室主任 王 晨

这次研讨会是在全球经济遭受金融危机冲击，信息技术迅速发展，国际舆论形势发生新变化的形势下召开的一次对外传播的重要研讨会。召开这样的研讨会，目的就在于更好地分析当前国际传播发展趋势，把握国际舆论动向，探讨在新形势下如何推动对外传播理论发展，增强对外传播能力。

近年来，随着信息技术的快速发展，世界经济全球化趋势的不断增强，各国都越来越重视舆论在国家发展中的重要作用。实践证明，在信息技术高度发展的当今时代，谁的传播手段先进，传播能力强大，谁的思想文化和价值观就能更广泛地流传，谁就能更有力地影响世界。发达国家之所以在国际舆论中经常占据有利地位，一个很重要的原因就是拥有较强大的国际传播能力。相比之下，我们的国际传播能力还有很大差距。构建覆盖广泛、技术先进的现代传播体系，形成与我国经济社会发展水平和国际地位相称的国际传播力，打破西方媒体垄断格局，建立新的国际传播秩序，已经成为一项十分紧迫的战略任务。

国际传播能力是文化软实力的组成部分，是维护国家形象的重要手段。构建现代传播体系，提高我国国际传播能力，是适应国际社会了解中国、提升国家文化软实力、塑造国家良

好形象的必然要求,对于提升我国的国际影响和国际地位,加强我国媒体在国际舆论格局中的地位和作用具有十分重要的意义。新形势、新任务要求我们必须高度重视和大力加强国际传播能力建设。

提高国际传播能力,是顺应世界传媒发展趋势,实现我国媒体跨越式发展的需要。媒体全球化是与经济全球化的进程相伴而生并随着传播手段的成熟而不断发展的。这是媒体发展规律,也是媒体发展的必然条件。发达国家媒体通过兼并、收购和战略联盟等不同方式联合起来,特别是在20世纪90年代的传媒业并购后,大媒体逐步成为国际传媒集团,实现了从小到大、由弱到强并逐步向国际化、集团化、数字化、网络化发展的巨大转变。改革开放30年来,我国传媒业经过深化改革,实力得到很大程度的提升,但也面临更为激烈的国际市场竞争挑战。我国参与经济全球化的程度日益加深更迫使我国传媒业需要有更大程度的改革力度,尽快走上数字化、集团化、国际化的道路,实现从报纸、通讯社、电视台等单一媒体发展向多媒体、跨地域发展,从国内发展为主到国内国际发展并重的方向发展,尽快组建融合报纸、广播、电视、网络、出版等多种传播业态的综合性传媒集团,以此扩大我国的国际传播能力和对外影响力。

提高国际传播能力,是更好地让国际社会了解中国、认识中国,向世界说明中国的需要。随着经济全球化的深入发展和我国改革开放的全面推进,中国的前途命运与世界的前途命运紧密地联系在一起。国际社会空前关注中国,了解中国的兴趣越来越浓,他们不仅希望了解中国经济社会发展取得的成就,还希望了解我国经济社会快速发展的原因,其中不少人也希望了解中国特色社会主义发展理论、发展道路、发展模式。以开放的姿态,及时准确地将中国的发展进步情况传播给世界,增进世界各国人民对中国的了解,扩大中国对世界的影响,是摆在我们面前的一项重要任务。近些年,虽然国外媒体对中国报道逐渐客观,正面的、积极的报道越来越多,但是仍存在偏见和歪曲,一些西方媒体借人权、西藏、民族、宗教、新闻自由等问题攻击我国,抹黑我们的社会制度和党的领导。澄清和批驳反华势力和西方媒体对中国的歪曲和攻击,客观准确地向世界介绍中国,使世界了解一个真实的中国,是一项长期而艰巨的任务。实践证明,传播力决定影响力。拥有强大的国际传播力,才能确保传播的自主性,让国际社会更好地了解认识中国。没有强大的国际传播能力,向世界介绍一个真实的中国、营造对我有利的国际舆论环境是难以做到的。

提高国际传播能力,是积极参与国际文化竞争,增强我国国际影响力的需要。当今世界各国综合国力竞争尤其是文化软实力竞争越来越激烈。在这场全球范围的竞争中,要争取主动、赢得胜利,不仅需要强大的经济实力作基础,而且需要强大的舆论力量作保证。也就是说,既要有硬实力,也要有软实力。国际传播能力作为软实力,是综合国力的重要组成部分,其影响力也是国际竞争力的重要方面。西方发达国家高度重视舆论传播对政治、经济及国家安全稳定影响的巨大作用。新兴国家也已经越来越深刻地认识到,在全球化竞争中抢占舆论

制高点，通过舆论把握主动和先机的重要性。在当今激烈的国际竞争中，我国要全面实现对外发展目标，发展与世界各国交往合作关系，在加强经济实力的同时，必须大力加强包括国际传播能力在内的软实力，更加有力地应对国际舆论的新挑战。

提高国际传播能力，是打破西方舆论垄断，促进世界信息传播秩序更加公正合理的需要。发达国家凭借强大经济实力，在掌握现代通信技术和促进传播全球化方面占据着优势。在信息传播中，他们通过议程设置，把全世界发生的事情按照西方思维和价值观进行报道传播，形成了舆论传播的强势，不但抢占发展中国家媒介市场，对发展中国家的文化传统形成冲击，而且还对发展中国家的核心价值观以至内政外交进行干预。有效应对西方思想舆论渗透，抵制西方媒体的歪曲报道，已经成为广大发展中国家的共识。广大发展中国家需要更多客观的、代表发展中国家的声音。作为世界上最大发展中国家的中国，应当从加强传播能力建设入手，以更加主动的姿态发出自己的声音，向世界阐释自己的观点主张及各项方针政策，为世界提供更多可供选择的客观公正的信息。这既是广大发展中国家对我们的强烈愿望，也是我们为促进世界信息公平所应作的努力。

随着国际政治、经济、文化、安全形势的不断变化，随着我国参与经济全球化的广度和深度的进一步发展，随着世界传媒形势发生的巨大变革，迫切需要我们对中国国际传播能力现状、未来发展及如何尽快提高我国国际传播能力等重大问题的研究不断深化。本次研讨会为大家共同探讨这些问题提供了重要契机和平台。我希望并相信，通过这次富有成效的研讨和交流，大家能集思广益，献计献策，为推动和提高我国国际传播能力做出积极的贡献。

（该序为“全国第一届对外传播理论研讨会”主旨演讲内容节选）

代序

努力提高传播理论研究服务决策和实践的能力

中国外文局局长 周明伟

进入新世纪以来,在我国对外传播事业进入全新发展的背景下,全国第一届对外传播理论研讨会的召开,成为到目前为止本领域层次最高、最具权威性的理论研讨会。大会以“中国现代传播体系的构建”为主题,按照中央关于构建覆盖广泛、技术先进的现代传播体系的战略要求,对当前和未来对外传播工作中的战略性、全局性和紧迫性问题进行了深入研讨。会议取得了丰硕成果,具有以下三个特点:

一是对推动对外传播理论建设具有重要意义。大会对构建中国现代国际传播体系、提高国际传播能力等议题展开了研讨交流,成果是创造性的,拓展了我们对传播理论研究的视野,深化了对新形势下新闻传播规律的认识,对推动具有中国特色的传播理论体系建设,形成全国性研究机制进行了有益的探索。因此本次研讨会具有重要的开拓意义,它将载入中国对外传播理论研究的史册。

二是汇集了全国对外传播的最新研究成果。大会共收到来自学界和业界的论文160篇,论文选题涉及新时期国家软实力建设、国家形象传播、传播体系建设和媒体建设的各个方面,大部分论文在选题方向和内容价值方面较好地体现了当代我国对外传播理论与实践的成果,具有一定的学术理论水平和决策参考价值,许多论文在理论研究和实例分析方面具有独到见

解,反映了专业人员和理论工作者与时俱进、勇于探索创新的精神。虽然有些问题的提出暂时还没有结论,对一些问题的认识也尚未统一,但只能说明我们对传播理论的认识与实践还任重道远。因此,大会专家委员会认为这次会议的征文和研讨是成功的、富有建设性的。

三是凝聚了一支对外传播理论研究队伍。大会的论文作者分别来自7个中央部委、19家媒体单位、35所高校研究机构以及15家省市区新闻办公室,具有广泛的代表性。论文作者中既有专家学者、高校师生,也有来自工作部门和媒体的领导及专业人员。虽然大家来自不同的工作领域,但都对传播理论研究倾注了极大的热忱。当然,我们在研究的结构、深度、内容、方向上也存在诸多不足,仍需努力;但是我国对外传播事业有这样一支理论研究队伍,相信在不久的将来,一定会结出丰硕的果实。

同时,在当今全球化背景下,如何深入推进传播理论研究,对我们是一个持续的挑战,对此,我有两点建议:

一是充分认识加强理论建设的战略紧迫性。我国对外传播理论研究滞后于实际工作需求,同目前中国国情以及国际舆论环境的复杂性有关。在当前国内外形势发生快速深刻变化的背景下,落实中央关于提高我国国际传播能力的战略部署,逐步改变“西强我弱”的国际舆论格局,是我们在新形势下面临的新任务。因此,我们需要更多地从全局和战略的高度来充分认识理论建设和理论创新的重要性,加快中国特色对外传播理论体系建设,特别是在传播手段等硬件已经有所改善或者说有较大发展的基础上,研究如何加强中国软力量建设,研究如何从内容、形式、方法到组织机制的改革与创新,来不断提高软力量的实现能力。理论研究的生命力在于联系实际,指导实践。研究和教学部门要通过有效的载体和机制,紧密同决策机构和具体工作部门的关系,更直接地了解他们的需求和关注的问题,提高理论研究对决策和传播实践的服务水平。

二是充分认识对外传播的复杂性。世界格局的深刻变化需要我们更系统、更深入地认识对外传播的复杂性和其面临的国内外环境。以下是几个思考方向:

1. 对传媒和技术的认识。以互联网、智能手机和移动终端为主要成果的信息技术的发展,使传播不再是单向的。如何在零时差、零距离的互动技术条件下开展对外传播,需要长远的战略思考。对已经发生或正在发生的技术变化,对传媒给传播本身带来的冲击,以及给传播理念、内容和形式带来的影响,我们的认识还需要不断深化。

2. 对传播对象的认识。毫无疑问,目前国际舆论的主导权、影响力主要是在以美国为首的西方国家手中,所以长期以来我们对外传播的工作重心主要是针对西方发达国家,这是完全必要的。但值得注意的是,在全球化和国际化进程中,很多经济结构与我相近、以劳动密集型产品出口为主的发展中国家,直接或间接地受到我国经济快速发展的影响,与我产生了一些新的问题与矛盾。如何向这些发展中国家说明中国,也同样是营造有利于我长期稳定发展的舆论环境所面临的任务。

3. 对外传播的多元性和复杂性。中国国家形象具有数千年文化的积累,对此国际社会已有一定的认同度。最近30年,中国保持了GDP平均超过9%的发展速度,提高了世界五分之一人口的生活水平,成为世界经济动力之一。在这种情况下,应该有更多值得向世界说明的内容。但同时,快速发展的中国又是如此的不平衡,有些矛盾与问题还比较突出。因此,往往也可能给世界理解中国带来“难题”:比如,一方面我们将奥运会办成有史以来水平最高的世界文化盛会之一,体现了中国的组织能力、文化实力以及背后的经济实力,体现了改革开放30年的发展成果;另一方面,中国还有数千万的民众生活在国际贫困线之下。一方面“5·12”地震之后,中国人抗震救灾所表现出来的爱心、道德和献身精神感动世界;另一方面,不法商人用毒奶粉来赚钱,丧失了起码的道德和诚信。一方面,中国的GDP总量位居世界前列;另一方面,人均收入还排在世界100位之后。一方面中国是全世界目前二氧化碳排放量最大的国家之一;另一方面,中国又是全球每年植树量最大的国家,在环保方面的投入和努力超过了其他国家……如何向世界说明这样一个变化的、发展不平衡的国家,如何减少对中国只见树木不见森林的片面认识,如何批驳“中国威胁论”、“中国崩溃论”、“中国责任论”等负面论调,防范和弱化其消极影响,有效引导国际舆论,对我们是一个很大的、长期面临的挑战。只要中国快速发展,就会对世界利益格局带来影响,我们就必须不断向世界说明中国的基本取向和理念。

4. 如何发挥国民和产品在对外传播中的作用。对外传播需要更多的政府资源,但是也需要更多的民间参与。塑造中国国家形象决不仅仅是理论研究者和媒体所承担的任务,我们需要更多地研究“大外宣”或者“大传播”概念,拓展外宣工作的外延,唤起民众和各行各业的从业者身体力行地向世界说明中国的意识,让他们成为营造中国形象的主体。其中,中国人和中国制造的产品是外国人了解中国的直接载体,如何让中国人和中国产品在国家形象中发挥更重要的、也是应有的作用,同样是理论工作者需要研究的问题。

5. 国际涉华报道的复杂性。来自国外媒体的一些建议和批评只要是客观的,就对我们具有参考价值。但我们必须清醒地看到,有一些媒体意见更多地是反映国际关系博弈的需求,反映其国家利益。人权问题就是一个例子。中国的人权发展状况现在已经成为中美关系中的重要问题,但是中美关系正常化的过程中,人权问题从来没有成为一个议题,这显然是出于美国的战略需要和国内政治需要。因此我们对国外媒体涉华报道评价的复杂性、多元性应该有清醒认识,因为这不单纯是一个新闻规律或传播能力的问题。

(该序为作者在“全国第一届对外传播理论研讨会”总结讲话的内容节选)

大会演讲

迎接网络传播时代

中国互联网协会理事长 胡启恒

用对话新闻重绘全球传播新景观

清华大学国际传播中心主任 世界与中国议程研究院院长 李希光

迎接网络传播时代

中国互联网协会理事长 胡启恒

我今天在传播领域诸位专家面前感到非常惶恐，真正是班门弄斧，但有个说法是：“弄斧一定要到班门”。所以，我今天抱着这样一个向大家学习的心态前来，把我在学习过程中一些浅显的认识跟大家分享，向大家求教。

“互联网已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器，我们要充分认识以互联网为代表的新兴媒体的社会影响力，高度重视互联网的建设、运用、管理，努力使互联网成为传播社会主义先进文化的前沿阵地、提供公共文化服务的有效平台、促进人们精神生活健康发展的广阔空间。”

——胡锦涛总书记 2008年6月20日

网络传播时代在胡锦涛总书记这段话里讲得非常清楚，他的话已经成为我们的指导思想和座右铭。我今天主要是从“传播是影响社会进步的核心元素之一，互联网——变革传播方式的伟大科技创新，网络传播，网络时代的公民文化素养”这几个方面来谈谈我的认识。

一、传播是影响社会进步的核心元素之一

人际沟通是文化发展的起因和结果，人类文明是围绕人际沟通方式而发展进步的。结绳、象形文字等，都是为了记录思想和事实，以便与他人分享。

语言文字的出现，大大地促进了人类的发展。历史上所有的媒体技术的伟大发明，如造

纸、活字印刷、电话电报等等，无不成为人类社会进步到更高阶段的里程碑。

信息环境是人和社会发展进步的核心要素。研究人的神经系统在幼儿期间发育的科学实验结果表明，对于0—3岁的孩子，是否有一个开放的环境，是否不断有外来的刺激，对他的智力发展会产生很大的影响。语言在我们的大脑进化中有很重要的作用。UNESCO曾定义“文化（Literacy）”为：能够读和写。在19世纪的时候，一个有文化的人就是能够读书、写字。但现在不够了，伴随着沟通技术的进步，“有文化者”永远是与“沟通”联系在一起的。所以“文化”与“沟通”是紧密关联的。这就说明传播业的重要。“文化，是一种能力建设，即不断学习以达到自己目标的能力；丰富知识和挖掘潜力，并全面参与社会交往，与社会相沟通的能力。”所以，一个封闭的社会，生活在贫乏的信息环境中的人民，都必然要远远落后于世界。

二、互联网是变革传播方式的伟大科技创新

互联网是在电报、电话、无线电和计算机发明等等现代技术的基础上才产生的突破，并引发了信息时代的革命。可是，互联网与历史上其他科技发明很不相同。第一，互联网并不是由于某一个科学的新发现就紧随其后。比如镭的发现导致了原子弹的出现。互联网不是这样的。互联网起源的真正原因并非科学新的发现，而是关于人际沟通方式的创新思路，也可以说是传播理论的创新思想。互联网的思想先驱和奠基人是一个跨心理学和计算机这两个领域的科学家，MIT的教授里克莱德（J.C.R.Licklider）。

互联网与其他科技创新不同，还有一个重要原因，是互联网本身结构的特点，它是一个“智慧在边缘”的网络，也就是说它的创新发生在应用层。因此互联网的建设、发展，以及许多重大的创新都是发生在工程科技与社会应用的交界面上，于是就和传播、沟通有着密不可分的关系——这个网络是可以被用户的创新所改造、变形的，“活”的网络，它在应用当中不断生长，不断变革。

第三个不同点是，互联网不只是通过提高生产效率来影响社会，而是直接参与到我们所做的事情当中，成为生活中不可缺少的成分，直接改变了人们的生活方式。

（一）互联网的奠基人和先驱

“全球网络”思想的奠基人和先驱是里克莱德。他在1960年描述的网络跟我们现在在互联网已经相当的接近。他认为，当全球范围内使用计算机来工作和思想的人互相链接起来的时候，当他们能够 from 任何角落，任何地方沟通和交换信息的时候，这世界将发生巨变。这就是里克莱德关于传播理论的创见。当时美国的国防部就把这样一个集心理学和计算机科学于一身的人任命为美国国防部先进研究计划署信息技术研究计划的首任领导。互联网由此在他的领导下起步。

互联网离开传统电信网而走向开放的网络，有若干基本核心的创新。它的创始人之一罗伯特·卡恩（Robert Kahn）决定开发一个适合于开放架构的计算机通信协议，于是，他邀请了温顿·瑟夫（Vint Cerf）合作设计这一协议。他们的合作产生了TCP/IP协议，TCP/IP协议是互联网的标志，从此奠定了互联网的基础。这些科学家发明互联网时都才20多岁。2004年他们获得了图灵奖，这是计算机界的诺贝尔奖。

（二）开放网络上的创新演变互联网

什么使互联网迅速延伸全球？简单地说，第一，它的架构是开放的，不需要任何人批准就能加入，只要技术协议符合即可。它是网中之网，网间之网。第二，所有的网络用户都是网络的创造者，全世界千万人的创造力在互联网这个平台上得以展现。第三，互联网的核心技术发明专利权都被发明者们放弃了，全都成为开放资源。这一点在中国还曾经被有些人误解，认为互联网是美国人创造的，我们是否要向美国人交专利费。互联网所有的核心技术都是开放的，这是互联网能够迅速延伸全球的重要原因。这个传统一直延续到现在，负责制定互联网技术标准的主要机构IETF，一条基本规则是，只有放弃专利权的技术，才可能被IETF接受作为互联网的技术标准。

比如我们大家都熟知的万维网www：开始是欧洲粒子物理实验室CERN的Tim Berners-Lee，为自己工作的需要研究的一个软件，结果发展成为全球信息网。

P2P，网络数据分布传输。在一家网络公司工作的Bram Cohen带领团队开发了网络数据分布传输技术，把每一个共享数据的用户都看作平等的“种子”，使数据的上传和下载脱离了特定服务器，缓解带宽的短缺，大大提高了数据传输速度。

2002年，他们在一个黑客论坛上公布了源代码，目的是更多人使用可以完善技术。两年内用户超过两千万，使P2P成为共享音乐、视频的首选方式。

视频分享网站YouTube。发明者的动机缘于想用简单的方法把搞笑的晚餐会录相与朋友分享。现在每天上传到YouTube的新视频内容达6.5万条，每日视频浏览量突破1亿次，相当于美国网民每人每天看一段短片，等等。这些都是发生在互联网的应用过程中，一不小心就来了一个影响全球的伟大创造。

（三）网络媒体出现

Web2.0是一个划时代的技术，它的创始人Tim O'Reilly利用Web2.0在公共空间进行展示，聚合那些由不同个体创造的分散式的微小内容。在这种情况下那些本来容易被忽视的内容转而拥有了全新的价值。这是一个全新的内容创作模式和消费理念，为UGC（用户创造的内容）打开了大门，也是网络传播的一个里程碑。所以，互联网是在不断的创新中自我塑身，形成了能力空前的开放平台。

电话是一对一的,广播、电视是一对多的。Web1.0是多对多,网页只是一个浏览界面。到了Web2.0的时候,才有了现在的传播媒体,也就是多对多,用户参与创作,网站、读者和作者形成联合发布体系。网页是创作和全球发布的平台,不再只是浏览和冲浪,从此模糊了受众与制作者的界限,这就是网络新媒体诞生的道路。

(四) 我国互联网发展特点

全球互联网用户发展到20亿,2000年到2009年6月底全球用户数增长率为365%。

移动电话用户,全球超过20亿,中国7亿;“迎接下一个10亿”,是互联网面临的挑战。

全球互联网用户语言排名前10位中,英文第一,约47800万,中文第二,约38400万。

互联网在我国发展的特点,一是发展迅速,据CNNIC测算,截止2011年6月30日,我国网民已达4.85亿人,互联网普及率36.4%,超过了世界平均普及率。我们的宽带网民很多,社交网络发展迅速,微博客开始兴起。

二是农村互联网发展速度持续超过全国平均水平。互联网正在向边远和农业地区延伸。

三是手机上网迅速崛起。2011年6月,手机上网用户超过3亿。

网民年龄结构有所变化。总体上虽不断呈现成熟化的趋势,但青少年网民仍占多数。

网民的收入重心仍在低收入人群。网民学历结构仍在继续向低学历人群倾斜,小学及以下程度和高中程度占比有所上升。

三、网络传播

(一) 国际传播的黄金时代

现在太多的全球话题,经济全球化、气候变暖、温室气体排放、移民、反恐、金融危机、网络与信息安全,等等,任何一个国家独自不可能解决。这些全球的话题就是生产国际新闻的驱动器。几十亿人要从世界各个角落提供消息,对这些问题发表意见和看法。

移动电话和互联网都属于参与技术,在Web2.0时代,这样的技术在全球普及,结合对国际新闻和新闻参与性的客观需求,必然产生出数以亿万计的新闻制造者:“公民媒体”的发展势不可挡。一个新的传播业正在悄然兴起。它以全新的方式制造和传播消息和新闻,第一时速,跨越国界,全球共享。

所以有人说,一个国际传播的黄金时代正在向我们走来!

中国是制造业大国,中国已经成为世界最大的市场。在这样一个动态的世界中生存,不管是发达世界中的老板还是打工者,都不得不渴求了解更多全球经济形势,了解在世界其他地方,特别是在中国,发生了什么事情,政策和国家关系的演变等问题,因为这些已经与每个人的经济生活息息相关。所以中国传播事业面临更加大有作为的时机。