

建设现代综合新型国际 一流媒体研究

主 编 王庚年

中国国际广播出版社

2009 年度国家广播电影电视总局部级社科研究项目

建设现代综合新型国际一流媒体研究

主 编 王庚年

副主编 李忠尚

撰稿人 臧具林 罗林平 卜伟才

郑利锋 江 峰 王 霞

邱天姝 刘焕兴

中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

建设现代综合新型国际一流媒体研究 / 王庚年主编;
李忠尚副主编. —北京: 中国国际广播出版社, 2011.7
ISBN 978-7-5078-3364-5

I. ①建… II. ①王… III. ①媒体—研究—中国
IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第091340号

建设现代综合新型国际一流媒体研究

主 编	王庚年
副 主 编	李忠尚
责任编辑	赵 芳
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行	中国国际广播出版社 (83139469 83139489[传真])
社 址	北京复兴门外大街2号 (国家广电总局内)
	邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	环球印刷 (北京) 有限公司
开 本	710×1000 1/16
字 数	300 千字
印 张	15.75
版 次	2011 年 7 月 北京第一版
印 次	2011 年 7 月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-3364-5 / G · 1362
定 价	38.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

绪 论

党的十一届三中全会以来，在党中央、国务院的正确领导下，我国重点媒体国际传播能力建设取得重大进展，国际传播体系初步形成，传播基础实力显著提升，驻外站点布局日渐完善，信号覆盖范围逐步扩大，专业传播队伍不断壮大，影响国际舆论的能力明显增强，有效扩大了中国声音，提升了我国的良好国家形象，为全面建设小康社会营造了良好的国际舆论氛围。同时，必须清醒地认识到，我国重点媒体国际传播能力总体不足，尚未形成具有国际竞争力的跨国传媒集团，尚不具备全天候即时采编播发国际新闻的能力，新闻信息产品海外有效覆盖和落地入户水平不高，争夺国际舆论话语权能力不强。这与我国经济社会发展的要求不相适应，与现代科学技术和传播手段迅猛发展的形势不相适应，与我国的国际地位和影响不相适应，与日趋激烈的国际媒体竞争形势不相适应，与境外受众日益增长的了解中国的需求不相适应。加强我国重点媒体的国际传播能力建设，已经成为当前一项重要而紧迫的战略任务。

近年来，以胡锦涛为总书记的党中央，高度重视重点媒体国际传播能力建设，明确提出构建现代传播体系、提升国际传播能力等重大战略任务，要求我国媒体加快推进国际一流媒体建设步伐，尽快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。

2008年10月，在党的十七届三中全会上，胡锦涛总书记明确提出：“要抓紧研究制定提高我国国际传播能力的总体战略和实施方案，加大投入和支持力度，着力建设语种多、受众广、信息量大、影响力强、覆盖全球的国际一流媒体，使我们的图像、声音、文字、信息更广泛地传播到世界各地，进入千家万户。”

2009年，党中央制定下发《2009—2020年国际传播能力建设总体规划》，明确要求，要推动我国重点媒体提高整体实力，实现我国重点媒体国际传播能力的跨越式发展，不断增强影响国际舆论的能力和实效，为实现全面建设小康社会奋斗目标

提供更加有力的舆论支持。

中共中央宣传部下发的《关于〈2009—2020 年我国重点媒体国际传播能力建设总体规划〉实施方案》提出，要争取在报刊、通讯社、广播电视和互联网等领域建成若干具有国际影响力的传媒集团，使新闻报道的原创率、首发率、落地率显著提高，在涉华事务等国际重要舆论竞争中逐步掌握话语权，构建覆盖广泛、信息丰富、技术先进的现代国际传播体系，形成与我国经济社会发展水平和国际地位相称的媒体国际传播能力。

实现中央提出的增强国际传播能力、打造国际一流媒体的战略目标，需要中央的支持，更需要媒体自身的努力。当前，中央正在加大对主流媒体的投入和支持力度，加快媒体的资源整合和结构调整，力求尽快推动我国主流媒体特别是中央重点媒体提高整体实力，媒体理应而且必须在增强国际广播能力建设的工程中发挥优势，有所作为。目前，根据中央的部署，包括人民日报、新华社、中央电视台、中国国际广播电台、中国日报、中国新闻社在内的我国主流国际传播媒体，都已经制定了增强国际传播能力建设的总体规划和实施方案，朝着构建现代综合新型国际一流媒体的目标奋斗。

本课题以中央关于“增强国际传播能力、打造国际一流媒体”发展战略的提出为切入点，结合我国主流国际传播媒体近年的理论思索和实践总结，对建设现代综合新型国际一流媒体进行研究，以期为加快打造现代综合新型国际一流媒体提供初步的理性思考和实践体会。课题共分为六章：第一章，梳理建设现代综合新型国际一流媒体提出的背景；第二章，反思现代综合新型国际一流媒体的理论背景；第三章，分析现代综合新型国际一流媒体的形成原因；第四章，阐释现代综合新型国际一流媒体的基本特征和内涵；第五章，缕析我国主流国际传播媒体总体实力，对比其与现代综合新型国际一流的差距；第六章，提出建设现代综合新型国际一流媒体的战略措施。

目 录

第一章 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的背景	1
第一节 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的技术背景	1
一、信息技术革命的新潮流	1
二、现代科学技术和传播手段的发展趋势	2
第二节 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的理论背景	7
一、新媒体业务发展迅猛	7
二、媒介融合趋势愈演愈烈	8
三、传统媒体发展面临空前挑战和难得机遇	10
四、发展中国家在新兴媒体领域具有后发优势	12
第三节 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的实践背景	13
一、国外受众了解中国的愿望与日俱增	14
二、西方国家负面议题设置于我国形象不利	15
三、我国媒体国际公信力不强	16
四、国外受众信息需求和接受渠道差异化明显	18
第四节 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的政治背景	20
一、我国国际舆论形势不容乐观	20
二、中国文化软实力相对较弱	21
三、我国媒体在国际舆论中缺乏话语主导权	24
四、国际话语权与国际地位不相适应	25
第二章 建设现代综合新型国际一流媒体的理论思考	28
第一节 坚持马克思主义新闻观	28
一、党性原则是新闻事业的根本原则	28
二、新闻传播媒介是党的喉舌	30

三、新闻自由是有限度的自由	32
四、坚持正确的舆论导向	34
五、坚持新闻传播和宣传的统一	36
第二节 深化文化体制改革	37
一、文化体制改革的内容	37
二、国际传播与文化产业	40
三、文化产品和国家文化安全	43
四、传媒业在文化体制改革中的定位	46
第三节 现代综合新型的哲学思考	50
一、现代的时空属性	50
二、综合是创新的途径	53
三、国际视野和传播理念	57
第三章 现代综合新型国际一流媒体的形成原因	59
第一节 国家力量是重要基础	59
一、媒介法	60
二、行政手段	62
三、人才战略	66
第二节 全球产业体系是保障	67
一、全球化背景下的媒体产业	68
二、全球化的媒体产业体系与国际一流媒体的运营	70
第三节 新技术运用是助推器	76
一、现代新传播技术的发展概况	77
二、新传播技术全面推动媒体建设	80
第四节 重大新闻事件是契机	84
一、重大新闻事件的界定与分类	84
二、重大新闻事件报道彰显媒体的实力与魅力	87
第五节 媒体自身定位是关键	92
一、国际视野和准确定位	92
二、卓越的媒体领袖	94
三、独特的媒体文化	96
四、适合自身的经营之道	98

第四章 现代综合新型国际一流媒体的特征和内涵	100
第一节 现代综合新型国际一流媒体的基本特征	100
一、语种丰富	100
二、受众广泛	105
三、信息量大	108
四、影响力强	111
五、覆盖面广	114
第二节 现代综合新型国际一流媒体的基本内涵	116
一、现代综合新型国际一流媒体的现代化	117
二、现代综合新型国际一流媒体的综合化	120
三、现代综合新型国际一流媒体的全球化	123
四、现代综合新型国际一流媒体的新型化	127
第五章 我国主流国际传播媒体总体实力及其与国际一流媒体的差距	132
第一节 我国主流国际传播媒体总体实力分析	132
一、《人民日报》	132
二、新华社	134
三、中央电视台	136
四、中国国际广播电台	137
五、中国新闻社	139
六、《中国日报》	140
第二节 我国主流国际传播媒体与国际一流媒体的差距	141
一、基础规模对比	142
二、传播能力对比	145
三、经营能力对比	148
四、制播能力对比	155
五、新媒体发展能力对比	159
第六章 我国主流国际传媒建设现代综合新型国际一流媒体的战略措施	177
第一节 我国主流国际传媒建设现代综合新型国际一流媒体的总体规划	177
第二节 我国主流国际传媒建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	182
一、《人民日报》建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	182
二、新华社建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	185

三、中央电视台建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	190
四、中国国际广播电台建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	192
五、《中国日报》建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	198
六、中国新闻社建设现代综合新型国际一流媒体的初步实践	200
第三节 建设现代综合新型国际一流媒体的重点措施	202
一、加强媒体内容建设	202
二、创新传播方式方法	210
三、加快体制机制创新	214
四、构筑人才建设高地	217
五、加快新兴媒体运用	224
六、加快技术体系建设	228
七、增强媒体运营能力	232
结 语	236
主要参考书目	237
后 记	240

第一章

建设现代综合新型国际一流媒体 战略提出的背景

第一节 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的技术背景

建设现代综合新型国际一流媒体战略的提出，适应了信息技术革命的新潮流，适应了现代科学技术和传播手段迅猛发展的形势。

一、信息技术革命的新潮流

信息技术革命是人类社会信息存在形式、信息传递方式以及人类处理和利用信息的形式产生的革命性变化。信息技术的变革是媒体发展的重要推动力。媒体的发展，天然与新技术的诞生相关联。20 世纪中期以来，电子计算机、互联网和现代通信等高新技术的开发与应用，对媒体发展产生了重要影响，使新的传播形式不断涌现，大大提升了媒体的传播力。同时，以新技术开发与应用为主要内容的硬件系统的更新换代，也带动了软件系统即服务方式、节目内容和资源系统即人力、资金等的升级，为媒体提供了更广阔的进步空间。

在当前全球化时代，数字技术、网络技术和通信技术的迅猛发展，导致国家与国家之间联系日益紧密，高质量的国际传播，比以往任何一个时期，对国家利益和安全都显得更加举足轻重，国际传播已不仅仅作为国家政治工具存在，甚至演化成国际政治斗争的一部分，科技水平的高低，则决定了传播意愿和实际内容能否有效传播出去。联合国对全球发展所做的评估指出，当前，世界各国之间的贫富差距正在拉大，全球化发展带来的利益，大部分流入工业化程度较高的国家。雄厚的经济

后盾,使发达国家比发展中国家更有实力开发和运用新的技术和设备,拥有更多的高科技人才,更多地经济全球化中实现国家利益的增长。以美国为首的西方国家,凭借着传统媒体的领先地位和新兴媒体的技术优势,获得了国际社会较大的话语权,在引导国际舆论方面发挥了很大的作用。而对于发展中国家来说,传播技术的相对不发达,是造成其国际舆论中处于弱势地位的重要原因之一。不可否认,就目前来看,信息技术的发展,仍然没有改变国际舆论“西强我弱”的基本格局。但就信息技术本身而言,这是一个具有里程碑意义的革命,它带动了媒体形态和媒体服务功能的进步,实现了传播业的又一次大跨越,促进了人类文明的向前发展。尤其是当前的数字化作为信息时代科技发展的大趋势,正以锐不可当之势,给媒体带来巨大深刻的变革。数字技术的应用,拓展了媒体信息服务功能,为媒体宣传提供了新手段和阵地,极大地推动了媒体生产力的解放和发展。事实上,传播技术是没有倾向性的,对它的运用方式及背景条件,决定了它将产生何种效果,在高新技术日新月异的情况下,谁掌握了最新的传媒手段,谁的信息就传播得最快最广,谁的影响力、控制力就最强。因此,不管是发达国家,还是发展中国家,运用媒体信息传播的先进手段与最新技术,已成为媒体发展的当务之急。媒体只有顺应当前传播技术、传播方式、传播手段不断更新换代的潮流,主动运用数字化、网络化等技术,加强对新技术、新手段的跟踪、研究、开发和利用,才能实现自身的产业升级和发展壮大,在激烈的国际舆论斗争中赢得一席之地。中央提出建设国际一流媒体的战略,特别强调加快构建覆盖广泛、信息丰富、技术先进的现代国际传播体系,正是适应了当前信息技术革命的新潮流。

二、现代科学技术和传播手段的发展趋势

国际传播媒体在每一个发展阶段,都伴随着新传播技术的发明和应用。现代传播技术的产生和发展,不仅带来了物质条件的进步与改善,更带来了传播理念的更新和变革。因此,新信息传播技术既是国际媒体发展的技术动力,又促进了国际媒体向更深层次延伸。^①目前,国际一流媒体在新媒体技术方面的投入都是不遗余力,技术领先也成为媒体发展的关键。^②熟悉媒体发展史的人都知道路透社对新传播技术的狂热,它不仅是采用电报技术的媒体,也是最早采用计算机技术的媒体。美国 CNN 对于卫星电视技术的运用使之成了第一个所谓的“全球媒体”。

① 郭可:《国际传播学导论》,复旦大学出版社,2005年版,第93页。

② http://news.xinhuanet.com/newmedia/2009-04/01/content_11112946_1.htm

纵观科技发展的历史,虽然科技的每次进步都只是人类发展长河中的短暂瞬间,但它对人类文明、社会生活、生产方式、消费方式以及人们的世界观和价值体系产生的影响却极其深远,对媒体形态的催生更是人类起初无法想象的。作为当代三大前沿科技之一的信息技术的发展尤为如此。从PC机的产生到E-mail问世,从微软Window操作系统到宽带技术,从搜索引擎到网上购物、博客、播客等的出现,技术发展的脚步从未停止,科技对人类生活的影响如影随形,对媒体的推动也从未停歇。媒体的发展又总是紧紧跟随科技发展的脚步急速前行。特别是数字技术和通信技术的发展,使媒体介质不断变化,媒体形态推陈出新,从传统的广播电视报纸到基于互联网和无线通信技术的新媒体,从固定接收到移动接收,从千人一面的大众传播到个性化、多样化的分众传播,这些革命性的变化,给人类生活和价值体系、消费观念带来了颠覆性影响。王太华同志视察央视网时指出,“新技术特别是以网络技术为代表的信息技术的广泛应用,使宣传思想、精神文明工作和文化建设的领域大大延伸;为广播电视发展带来新的机遇,同时也给传统媒体带来了前所未有的挑战。要充分利用新技术改造提升传统媒体、发展新媒体、提高安全保障水平、提高管理水平。传统媒体也要抓住新技术快速发展的有利时机,积极主动地发展新媒体、抢占新媒体,使其为己所用、不断延伸拓展自身发展空间,抢占信息传播制高点。”

1959年,爱德华·霍尔在《无声的语言》一书中指出:“文化即交流”。这一定义体现了文化与传播的互动实质。文化的传播功能是首要的和基本的功能,一个时代文化传播的性质和水平,不在于要传播什么,而在于用什么媒介手段进行传播。从原始社会开始,文化的传播陆续经历了非语言传播、语言传播、文字传播阶段,直到印刷术的发明,才使人类文化传播真正步入了一个崭新的大众传播时代。今天,大众媒介已基本实现了“从铅与火到光与电”的历史性跨越,印刷媒介已成为人们每天获得信息、娱乐、知识的基本渠道之一,电子媒介则更上一层楼,实现了信息的远距离快速传输,卫星通讯技术以及卫星广播、卫星电视的发展和普及,使大面积的跨国传播和全球传播成为可能;电脑的发明和电子技术的发展,使人类的文化传播进入了一个全新的、前所未有的网络信息化时代。^①

在世界范围内,在20世纪二三十年代,由于无线电技术的成熟,国际广播开始登上历史舞台,并随着国际政治斗争的加剧和深化发展壮大。20世纪70年代以后,随着数字化技术的应用、通讯卫星的出现以及网络媒体的诞生,国际传播进入一个

^① 车英、欧阳云玲:《冲突与融合:全球化语境下跨文化传播的主旋律》,《武汉大学学报》,2004.07。

多元化发展时期。全球化和信息化的发展趋势使得国际传播的重要性进一步得到体现。^① 80 年代以来,卫星传输技术和数字压缩技术的发展,使以 CNN 为代表的国际电视得以崛起,世界范围内出现了一股开办国际电视的热潮,传播的触角进一步向全球延伸。20 世纪 90 年代,第四媒体——网络媒体的出现,在传播史上产生了划时代的意义。网络媒体凭借其虚拟性和互动性等特点,使其能很容易跨越国界进行国际传播,极大地改变了国际传播的传统模式,使国际传播的各方面日趋多元化。^② 网络媒体正逐步取代电视成为主要的传播工具。网络媒体无国界、超链接、开放性、快捷性等特点,使传播的全球化倾向愈加明显,“地球村”的梦想正逐步变成现实。

从近代国际传播发展历程来看,西方国家在国际传播中的主导地位是一种必然结果。这是近代西方国家在科学技术领域和综合国际方面的绝对优势地位在国际传播领域的自然延伸。^③ 在国际传播领域,由于经济和技术力量的不平衡而导致西方传媒控制着一个国家品牌和形象的营造权。例如,现在互联网上占主导地位的语种是英语,占 70% 以上,中文只占 8% 左右(前几年只有 4%)。资料表明,世界上有三分之二的消息来源于只占世界人口七分之一的西方发达国家。

纵观世界媒体发展历程,大体经过了由报纸“一枝独秀”,到广播与报纸“并驾齐驱”,再到报纸、广播、电视“三足鼎立”,然后是报纸、广播、电视、互联网、手机等多种媒体形态相融共生的“多媒体融合并存”发展阶段。建国 60 年来,我国传媒业生态环境也发生了重大变化。我国媒体的发展大体经历了三个历史时期:20 世纪 50 年代,是报纸一统天下的媒体时代;其后,随着收音机、电视机的先后普及,20 世纪 60 年代至 90 年代初期,是报纸、广播、电视三家传统媒体“三分天下”;当前,随着数字化时代的到来,新兴媒体不断涌现,新兴媒体正向传统媒体发起挑战,并逐渐吞食着传统媒体的受众和广告份额,这些新媒体主要包括互联网、IPTV、3G、手机电视、数字电视、移动电视等。

(一) 互联网

互联网是以数字技术为基础,以网络传播为手段,以计算机为终端的新媒体。互联网无国界,信息进入网络就可以全球共享。互联网是能互相交流、相互参与的互动平台,我国互联网近几年得到了迅速发展。据有关方面统计,我国 2005 年互联

① 郭可:《国际传播学导论》,复旦大学出版社,2005 年版,第 11 页。

② 刘继南等主编:《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》,北京广播学院出版社,2002 年版,第 13—14 页。

③ 郭可:《国际传播学导论》,复旦大学出版社,2005 年版,第 23 页。

网用户为1.1亿,2006年为1.32亿,2007年为1.82亿,2008年为2.98亿。2009年6月30日,我国网民已达到3.38亿,半年增加了4000万,现在仍保持着快速增长的势头。2008年北京奥运会期间,新媒体首次作为奥运会的独立传播机构,与传统媒体一起被列入奥运会的传播体系,可见其社会价值和商业价值。据2009年9月21日至9月27日的统计,我国互联网平均日点击量为:百度3.74亿,腾讯1.64亿,网易6000万,搜狐4200万,人民网1500万,央视网422万,新浪网192万。《人民日报》发行200万份左右,假设每份报纸有5位读者,且估算为1000万人,而通过网络的点击数要比报纸读者多50%。百度、腾讯的点击数以亿计量,可见其影响之大。据国外媒体报道,截至2008年12月,全球上网人数已突破10亿,其中43%来自亚太。此外,欧洲网民数量占28%,北美占18.4%,拉美虽然仅占7.4%,但发展潜力巨大。中国网民数量最多,所占比例为17.8%。美国排名第二,所占比例为16.2%。2009年7月22日国外媒体的有关消息显示,2013年全球网民数量将达到22亿,其中17%来自中国。

(二) 网络电视(IPTV)

IPTV是利用计算机或机顶盒加电视机完成接收电视频道节目和信息等功能的新媒体。2006年,发达国家网络运营商大力推进IPTV的发展,推出三包服务,即网络接入、IP电话和IPTV。虽然受到全球金融危机影响,但2008年全球IPTV用户仍呈大幅增长态势。据宽带论坛(Broadband Forum)有关报告显示,经济寒流重灾区——北美地区2008年的IPTV市场规模翻番,年增长率达到113%,第四季度的IPTV业务也增长了19%;西欧、非洲和中东地区的IPTV业务同时显示出强劲的增长趋势,其增长率超过45%。其中,法国是西欧地区最大的IPTV市场,拥有超过该地区一半的用户数。截至2008年底,全球IPTV用户总数达2170万,比2007年底增长63%。2008年IPTV的发展情况显示了大规模运营IPTV业务成为可能。宽带论坛(Broadband Forum)最新研究数据统计,截止2010年第一季度,全球IPTV用户总数已达3630万。IPTV的升温,使三线入户(有线电视、电话、网络)更加方便,同时可以间接提高节目质量。我国的IPTV起步比较晚,但发展速度较快。2007年第一季度,我国IPTV用户仅有61.2万。截止2010年第一季度,IPTV用户已超过500万。北京奥运会为IPTV深入用户开展体验式营销提供发展机遇,2008年第二季度,中国IPTV累计用户数达到170.8万户,同比增长30.2%。2009年4月,在国务院公布的《电子信息产业调整和振兴规划》中,明确支持IPTV(网络电视)、手机电视等新兴服务业发展,建立内容、终端、传输、运营企业相互促进、共赢发展的新体系。

2009年5月19日,国务院首次对广电和电信的双向进入问题作出明确指示,要求“落实国家相关规定,实现广电和电信企业的双向进入,推动‘三网融合’取得实质性进展。”IPTV在全球金融危机的大背景下为市场注入了一股强劲的核心驱动力,有效提升了宽带价值,更占领了互联网市场的制高点。

(三) 3G手机

3G是无线通讯与国际互联网等多媒体通讯相结合的新一代移动通讯系统。3G即3rd Generation的缩写,意为第三代移动通信技术。3G手机经历了三个发展阶段,即:第一代模拟制式手机(1G),只能进行语音通话;第二代数字手机(2G),增加了接受数据的功能,比如接收短信、电子邮件、网页等;第三代数字手机(3G),除传输声音和数据外,还能处理图像、语音、视频等多种媒体形式,提供网页浏览、电话会议、电子商务等多种信息服务,为手机融入多媒体元素提供强大的支持。第三代通讯网络的主要目标定位于实时视频、高速多媒体和移动Internet访问业务。纵观多项新技术,预示着3G时代就要到来,层出不穷的新技术不断被应用,新媒体的发展是不可阻挡的。

近年来,西方主要国家的国际广播媒体,都在进行以新媒体化为目标的战略调整,并综合运用多种传播手段,提升和展示媒体竞争力与影响力。英国广播公司(BBC)正在进行对外广播诞生70年来最重大的改革。2008年,BBC推出阿拉伯语电视频道,在中东地区与阿拉伯半岛电视台等媒体展开新闻大战。BBC还在大力发展新媒体,致力于发展成集电视业务、在线业务和新媒体业务于一体的,国际广播领域知名度最高、最富有创造性的优势传媒集团。此外,美联社、路透社、美国之音(VOA)等也在大力发展电视新闻业务;CNN正在拓展网络,实行电视和网络联动报道;《纽约时报》、《泰晤士报》等通过网站的快讯、滚动播报方式,抢发重大突发事件,争夺国际话语权。

加快新兴媒体建设步伐,在构建舆论传播新格局中发挥着重要引领作用,对于增强我国国际传播能力,缩短我国媒体同西方发达国家主流媒体的实力差距,也具有十分重要的意义。众所周知,在传统媒体领域,我国同西方发达国家有着巨大的实力差距,而且在短期内还难改变。但是,在新媒体领域,如果我们能采取切实措施,迎头赶上,不仅可以缩短、而且还可能赶超发达国家的新媒体传播能力。在2009年的一系列新闻事件中,大量网民通过互联网查询相关信息,网络媒体的独特优势体现得淋漓尽致,中国互联网已经成为新闻传播领域中影响巨大的、最具发展潜力的主流媒体,未来在国际网络社会中的影响力也将更强。因此,充分发挥互联

网新兴媒体的积极作用,紧紧抓住信息化的历史机遇,优化资源配置,完善政策保障,把中央重点新闻网站建设成综合实力强、在国内外有广泛影响的网络媒体,就成为适应现代科学技术和新传播技术发展趋势的必然选择。

第二节 建设现代综合新型国际一流媒体战略提出的理论背景

建设现代综合新型国际一流媒体战略的提出,适应了全球传媒业变革发展的新趋势。

进入新世纪新时代,全球传媒业变革发展呈现出许多新特点、新趋势,具体表现在以下几个方面。

一、新媒体业务发展迅猛

新媒体是基于数字化技术、网络化技术、移动通信技术等,通过互联网、无线通信网、数字广播电视网和卫星等渠道,以电脑、电视、手机、PDA、MP4 等设备为终端的媒体。^① 新媒体是所有人对所有人的传播,与传统媒体最大的差别在于“互动性”。传统媒体是单向传播,不能互动;新媒体则从根本上改变了信息传播的模式,改变了传播者与接收者之间的相互关系。

近年来,现代信息技术日新月异,数字化、网络化传播方兴未艾,以互联网和手机为代表的新媒体发展迅猛,使传播主体更加多元,传播渠道更加多样,传播速度更加迅速,传播范围更加广泛,传播内容更加丰富。世界进入信息化时代,大众传媒呈现出全球化发展趋势,新媒体的应用刺激和推动了跨文化交流的大规模发展。“电信、计算机和媒体产业的合三为一,保证了更多的信息在数字化连接的全球范围内行走自如,超过了人类历史上的任何一个时期。”^② 印度的 Zee 电视台、香港的凤凰中文台以及有阿拉伯世界“小 CNN”之称的卡塔尔半岛电视台,都是借助卫星电视、数字远程传输等手段,制作出既有本地特色又满足跨文化交流需要的节目,赢得国际声誉。

① 参照中国新媒体发展研究报告(2006—2007), www.chinalabs.com。

② [英]达雅·K. 萨苏:《全球化时代的国际传播》,黄瑞译,载于尹鸿、李彬主编:《全球化与大众传媒:冲突·融合·互动》,清华大学出版社,2002年版,第75页。

在新媒体产业链中，渠道和终端的战略价值不容低估。新媒体本身建立在数字化技术、网络化和无线通信技术基础之上，运营商和硬件制造商举足轻重。“内容为王”还是“渠道为王”需要重新定义和考量。在某种程度上，渠道具有稀缺性和不可替代性，而内容则具有选择性和可替代性。作为内容供应商，传统媒体的优势受到限制或削弱，必须突破“内容为王”理念的“路径依赖”，避免沦为纯粹内容供应商的风险。

在全球范围内，新媒体目前正处于蓬勃发展时期。2010年7月7日，中国社会科学院新闻与传播研究所、中国社会科学院社会科学文献出版社在北京联合发布了国内第一本新媒体蓝皮书《中国新媒体发展报告（2010）》。该书指出，中国现有互联网网民总数3.84亿人，继续稳居全球首位，中国社会的网络化程度迅速提高。中国网络媒体在对一系列重大事件的新闻报道中完成了传媒角色的转型，从“草根”走向“主流”的网络媒体角色嬗变，标志着网络媒体的日臻成熟。预计到2011年，中国互联网市场规模将达到1375.04亿，互联网总用户数将达到6亿；手机业行业组织3G Americas称，截至2008年底，全球手机拥有量达到了40亿部，60%的人口都用上了手机。

二、媒介融合趋势愈演愈烈

“媒介融合”（Media Convergence）这一概念最早由美国马萨诸塞州理工大学的浦尔教授提出，其本意是指各种媒介呈现出多功能一体化的趋势。美国密苏里新闻学院副院长莱恩·布鲁克斯教授曾指出，“媒介融合”是不可逆转的潮流。事实上，随着信息技术的发展，特别是web2.0技术的不断成熟，以“博客”为代表的新媒介形态的出现，使当下的媒介融合日益超出人们的想象，逐渐成为推动媒介化社会形成的核心动力。

“媒介融合”就其表现形式而言，主要有两种，其一是在传媒业界跨领域的整合与并购，并借此组建大型的跨媒介传媒集团，打造核心竞争力，应对激烈的市场竞争；其二则是媒介技术的融合，将新的媒介技术与旧的媒介技术联合起来形成新的传播手段，甚至是全新的媒介形态。不论媒介融合以哪种形式呈现，其核心思想则是，随着媒体技术的发展和一些藩篱的打破，电视、网络、移动技术的不断进步，各类新闻媒体将融合在一起。^① 媒介融合具有很大的优越性，首先，可以最大限度地

^① 高钢、陈绚：《关于媒体融合的几点思索》[J]．《国际新闻界》，2006.09。