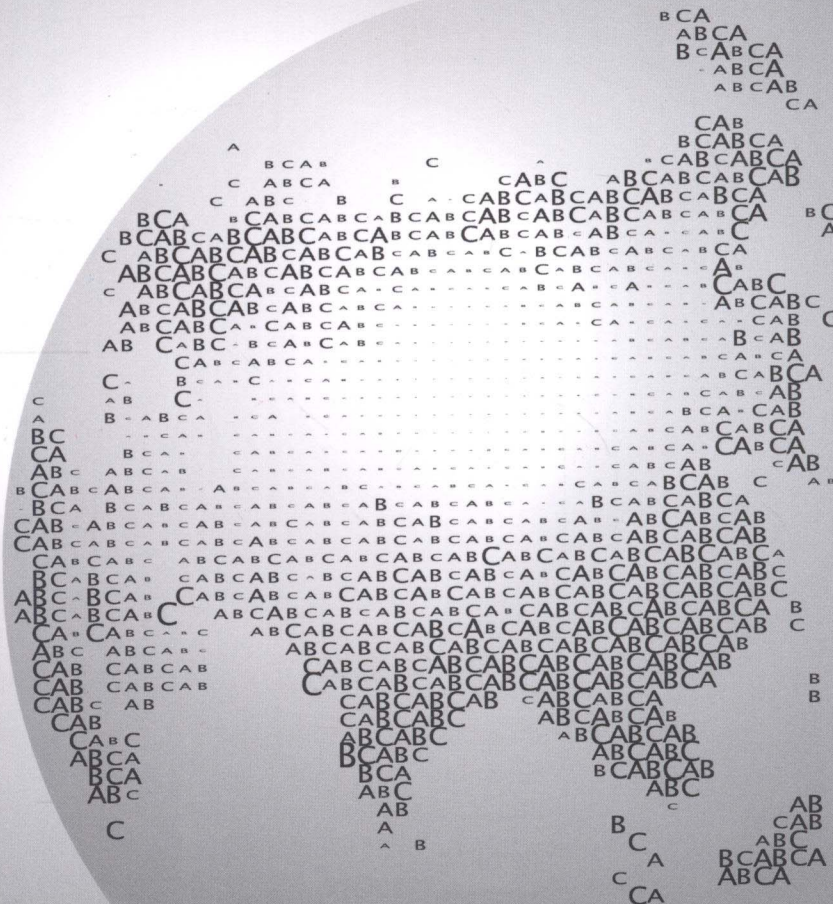


新世纪亚非国家 新闻传播与文化交流

[主编] 洪 丽



中国传媒大学出版社

[主编] 洪 丽

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新世纪亚非国家新闻传播与文化交流/洪丽主编. —北京:中国传媒大学出版社,2011.12

ISBN 978-7-5657-0315-7

I. ①新… II. ①洪… III. ①新闻—传播媒介—对比研究—亚非拉国家
②文化交流—对比研究—亚非拉国家
IV. ①G219.1 ②G115

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 160822 号

新世纪亚非国家新闻传播与文化交流

主 编 洪 丽

责任编辑 欧丽娜

责任印制 曹 辉

封面设计 风得信设计·阿东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市梦宇印务有限公司

开 本 730×988mm 1/16

印 张 18.75

版 次 2012年1月第1版 2012年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-0315-7/G·0315 定价:58.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

丛书总主编 胡正荣 李佐文

编委会成员（按拼音排序）

陈明珠 洪 丽 胡正荣 黄美华 李 众
李佐文 梁 岩 阮宇冰 舒笑梅 吴敏苏

总 序

中国传媒大学非通用语专业建设可追溯到 20 世纪 50 年代,当时的北京广播学院(中国传媒大学前身)在全国率先开办了波斯语、斯瓦希里语、土耳其语、葡萄牙语等非通用语专业,为我国对外宣传事业培养了大批的栋梁之才。之后受“文革”大环境的影响,学校逐渐减少并停办了非通用语专业。2000 年,为满足社会经济发展的需求,我校恢复大规模非通用语专业招生。十多年来,共新办或复办了 20 多个语种,其中亚非语群的泰米尔语、孟加拉语、尼泊尔语和斯瓦希里语四个基地语种是非通用语专业建设的重要成果。

2004 年,经教育部审核批准,中国传媒大学正式成为继北京大学、北京外国语大学、上海外国语大学、广西民族大学之后等 9 个“国家外语非通用语种本科人才培养基地”之一。这标志着中国传媒大学在非通用语人才培养上取得了跨越式的阶段性成就,学校及学院更以崭新的面貌和积极的行动投入到非通用语基地的建设工作中。在多年的教育教学实践中,学校、学院及基地逐渐形成了一条具有自身特色的非通用语人才培养道路——复语型、复合型人才培养模式。这一模式,以双语教学为基础,以“三位一体”师资配备为依托,同时借助中国传媒大学强大的新闻传播教育平台,通过“3+1”外延型办学,力求将非通用语专业的学生培养成为专业基础扎实、学术水平精深、具有较强的实践应用能力的综合型人才。

2007 年 12 月,中国传媒大学教育部高等学校外语非通用语种

本科人才培养基地顺利通过教育部的验收。同年,教育部和财政部联合启动第二类特色专业质量工程项目,我校非通用语亚非语群种成功申办并正式纳入中国传媒大学的特色专业。正如教育部高校外语教学指导委员会副主任委员兼非通用语教学分委员会主任委员刘曙雄教授所言,“教育部把非通用语列为第二类国家紧缺和急需的专业来建设,这一举措也是非通用语人才培养基地建设的延续”。

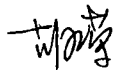
为了更好地加强对非通用语特色专业的建设,深入探索人才培养的有效模式,总结以往的成就和经验教训为专业的未来发展提供借鉴意义,就显得尤为重要,《非通用语特色专业教学与研究》一书正由此诞生。它十分清晰地梳理了中国传媒大学非通用语亚非语群专业发展的历史命脉,并在学科定位、办学特色、专业未来发展目标等方面作了详尽的阐述。其中,“双语培养”、“‘三位一体’师资配备”、“‘3+1’外延型办学”、“传媒复合型人才培养”等办学特色是我校非通用语教学所取得的重大成果,获得了同行专家及同类院校专业的一致认可,在探索我国非通用语本科人才培养模式中起到了一定的示范作用。

如今,在全国高等教育改革不断探索的背景下,围绕教育部高教改革“提高质量、优化结构和适应社会”的核心思路,中国传媒大学非通用语建设正在通过“控制规模、强化质量”等一系列措施稳固所取得的教学改革成果。如果说在“复合复语模式”上我校非通用语特色专业走出了一条符合中国传媒大学创新性的人才培养之道,那么在“十二五”规划的起始我们又要迎接怎样的挑战呢?

当今国际传播格局不断变化,如何把握其特点及发展规律将成为我们培养“了解国际传播语境,争取话语权利”后备人才的关键所在。2008年底,中共中央总书记胡锦涛在给中央电视台建台50周年纪念会的贺信中提出“积极构建现代传播体系,进一步提高国内国际传播能力”。2009年1月7日的全国外宣工作会议强调要认真贯彻落实国务院第537号令关于“做好境外媒体采访管理服务。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,建构覆盖广泛、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。”作为中国传媒大学的教育者,我们深思的问题就是如何培养国家迫切需要的国际型传播人才,如何将“立广漠之野,察宇际之变,启鲲鹏之志,怀悲悯之情,做有为而有所不为之事”的大境界、大德和传

授给年轻人。

长期以来我校承担着为我国培养对外宣传人才,向世界传播中华文明,让世界认识中国、了解中国的重要使命。因此,培养能够熟练掌握和应用非通用语的高级人才,使其具备高超的外语水平,具有综合的知识结构和广阔的国际视野,能够参与全球性的竞争与合作,是中国传媒大学未来非通用语人才培养的目标。为此,我们将不断改革教学模式,改进教学内容,逐渐完善复语型、复合型国际传播人才培养的方案,全面推行制度化管理,建立、健全教学质量监控与保障体系,不断加强教风和学风建设,强化教学考核,努力将非通用语本科教学质量提高到新的水平。



2011年8月28日

目录

C O N T E N T S

总 序

胡正荣 / 1

新闻传播篇

关于构建泰米尔语对外传播多媒体机制的探讨 蔡 峻 / 3

BBC 和 CRI 孟加拉语传播比较研究 于广悦 / 10

当前主要国际广播电台斯瓦希里语网站特点分析 韩 梅 / 20

如何打造对外广播节目精品

——以中国国际广播电台斯瓦希里语部广播为例

谢 意 李坤若楠 / 29

非洲传媒的发展特点与前景 周 慎 杨 勉 / 37

斯瓦希里语经济新闻用语对比分析

——以中国国际广播电台经济频道与坦桑尼亚经济频道 IPP media 为例

芮菊芬 / 48

传媒领域里不可忽视的南亚朋友——尼泊尔 邢 云 / 57

浅论斯里兰卡报业发展史	张 哲 / 63
浅析马来西亚传统媒体与网络新媒体之发展现状	张静灵 / 72
土耳其纸质媒体概况	龚颖元 / 87
土耳其共和国新闻管理机关简况概述	徐 滋 / 98
着眼整个世界,发出自己声音	
——浅析半岛电视台成长之路	李 媛 / 103
20 世纪 90 年代以来中印电视业发展比较研究	车子龙 / 113
《印度时报》(新德里版)及其国际新闻报道策略	邓 烨 洪 丽 / 120
日本的电视新闻报道及其影响	
——从日本国民对中国印象的变化说开去	李立军 / 128
日本社区广播的发展及现状	李立军 / 139
日本公共广播制度变迁及执照费收入的困境	洪 丽 / 149
浅析 NHK 的公共性	
——以日本“3·11”地震报道为例	刘 媛 洪 丽 / 158
韩国的国家形象与新媒体传播	郑 梅 / 168
聚焦在非洲,坦桑过大年	
——新时期我国对非形象塑造成功案例浅析	教绶云 / 174

跨文化交流篇

巴基斯坦妇女和女权运动	赵 俏 / 187
从文化差异的角度看中国影视作品在东南亚的传播	吴杰伟 / 197
跨文化交流与中国“韩流”现状	
——以网络上的“韩流”现象为主	金京善 / 206

文化的心灵书写

——谈跨文化传播中的翻译与创作

白 淳 / 217

目的语文化意识的培养与跨文化交际能力的提升

——以大学马来语教学为例

苏莹莹 / 227

探析印度广告中的民族文化内涵

于秋阳 / 236

印度妇女地位研究初探

张潇予 / 247

语言·人·制度

——柬埔寨形象在中国古代文献中的传播

梁 鹏 / 254

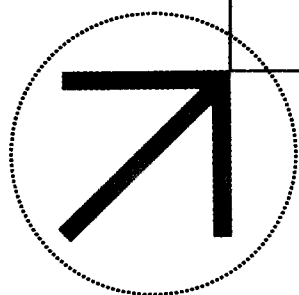
三十功名尘与土 八千里路云和月

——中斯两国古代友好交往中的文化传播研究

马仲武 / 272

从文化交流的角度看韩国新闻中的汉语借词

金恩净 / 281



新闻传播篇

XINWENCHUANBOPIAN

关于构建泰米尔语对外传播多媒体机制的探讨

蔡峻

摘 要:崛起的中国要实现全面的、可持续的发展,需要一个和平稳定的外部环境。面对复杂多变的国际形势,中国国际广播电台作为国家的外宣主力,具有不可替代的重要作用。泰米尔语传播主要针对印度、斯里兰卡、新加坡等东南亚国家,随着新媒体技术的发展,泰米尔语传播已经从单一的短波节目,逐步发展成为集短波、调频、报刊、网络、手机等多种传媒手段于一体的多媒体传播体系,受众群不断壮大。

关键词:软实力 国际舆论环境 新媒体 现代化国际传播体系

一、引言

1941年12月3日,延安新华广播电台的日语节目正式播出,这标志着中国人民对外广播事业的开始。1963年8月1日,中国国际广播电台泰米尔语广播正式开播,成为向印度、斯里兰卡、马来西亚、新加坡以及旅居其他一些国家的泰米尔人介绍中国的重要窗口。

在过去的将近七十年里,国际台遵循着“向世界介绍中国,向中国介绍世界”和“增进中国人民与世界人民之间的了解和友谊”的宗旨,为我们党和国家的中心工作营造了良好的国际舆论环境,得到了党和政府的认可和海内外受众的积极评价。泰米尔语广播事业也随之不断壮大,成为国际台数一数二的受众反馈来信大户。

在当今国际社会纷繁多变的形势下,随着技术的革新、传播方式的转变,中国的外宣事业在面临难得发展机遇的同时也要应对全新的挑战,肩负着更为重要的职责和使命。如何更快更好地建设现代国际传播体系,成为每一个国际台人都在思考的问题。

二、构建现代化国际传播体系的重要性

经过改革开放的三十多年,中国的经济快速发展,国家实力显著提升。与此同时,在国际舞台上,中国也积极参与国际新秩序的建设,在国际事务中发挥着越来越重要的作用。这使得世界各国了解我国的愿望更加强烈,国际舆论对中国更加关注。国力的提升也对我国媒体的实力提出了更高的要求。

媒体力量的强弱,一直是衡量国家软实力的一个重要指标。但是,我国目前的外宣能力尚未能与国家经济、社会的快速发展相匹配。一般来说,综合实力强的国家往往掌握着更多的话语权。在当前全球范围内的信息传播中,尚存在着不平等的局面。资本主义发达国家(如英国、美国等)的传播触角已经伸向了世界的各个角落,在许多方面占据着“话语霸权”的地位。这种话语权分布不平等的局面亟待打破。

崛起的中国要实现全面的、可持续的发展,需要一个和平稳定的外部环境。面对复杂多变的国际形势,中国国际广播电台作为国家的外宣主力,具有不可替代的重要作用。要把中国的声音传向世界的各个角落,为中国的发展营造有利的国际舆论环境,我们迫切需要建立与中国的国际地位相适应的现代化国际传播体系。

三、研究国际同行的动向,完善自身发展

“知己知彼,百战不殆。”深入研究国际传播领域同行发展的动向和发展,对于我国传播事业的发展具有重要意义。

信息化时代的到来,为新媒体提供了更为广泛的发展空间。作为一种重要的信息传播手段,广播发展至今已有约百年的历史了。由于以互联网为代表的新媒体技术的发展和经济全球化的不断加速,和其他传统媒体一样,广播事业在发展上

出现了疲态。相比广播只能听到声音,互联网则能在包含以上所有媒体的内容上,做到海量存储、定向点播,信息更新迅速,而且能够实现移动接收。现在,全球各个传统媒体已经把目光转向新媒体业务。

20世纪90年代初,英国、美国、德国、法国等国际广播大国在完善和调整各自全球短波广播覆盖网的同时,着手大力推进节目境外落地工作。目前,它们已构建成为以大多数发展中国家为重点目标的中波及调频广播点状覆盖网络,以及遍及全球的互联网传播,并在阶段性发展战略规划中,将节目境外落地作为重点任务之一。

“美国之音”目前拥有53个语种的广播节目,并在2005~2007年间新建设了27个语种的电视频道。英国广播公司(以下简称BBC)拥有43个语种的广播节目,是集广播、电视、报纸、网络于一体的媒体集团。BBC在全世界多个国家的首都已经拥有2224个整频率的播出。根据2010年2月的一次统计,BBC的网民已经覆盖了170多个国家和地区。^① BBC国际频道(BBC Global News,成立于2002年12月1日)的广播、电视和网络受众达到2亿4100万。另外,2009~2010年度,BBC加强了世界范围内手机网络的建设,平均每周手机上网的点击率达到400万。更值得一提的是,2009年,BBC网民的数量较之前一年增长了39%,其中,通过手机访问BBC网站的受众比上一年度增加了70%。可见,手机上网已经成为互联网用户新的增长点。^②

从BBC国际频道总裁彼得·霍洛克斯(Peter Horrocks)的2009~2010年度报告中我们还可以看出:在扩大全球受众范围的努力中,BBC把重点放在了亚洲、非洲以及中东地区。而印度和斯里兰卡是泰米尔语传播的主要对象地区,在这里,中国国际广播电台的主要竞争对手就是BBC。

四、积极发展新媒体业务,构建对外传播多媒体机制

1. 积极应对新媒体挑战,制定新的发展战略

面对新媒体的迅猛发展,中国国际广播电台敏锐地抓住了发展的机遇。1998

^① BBC's *International Role: Charter Review*, <http://www.bbc.co.uk>.

^② Peter Horrocks(director,BBC Global News),*Rising to the Global Challenge*, Annual Review 2009/10, <http://www.bbc.co.uk>.

年,“国际在线”的雏形显现,短短几年间,它已迅速发展成为包括网络电台和博客、播客等各种新媒体形式的多语种、多媒体网站,访问者遍布全球。截至2011年元月,“国际在线”使用语种的数量已经达到61种。

与此同时,为了实现全球范围内的有效传播和覆盖,中国国际广播电台加大了节目的海外落地工作,初步形成了海外落地节目“本土化”的新模式。2010年11月1日,中国国际广播电台墨西哥蒂华纳AM1470中波台开播。至此,国际台在境外开办的整频率电台达到了50家。目前,国际台海外整频率电台的数量仅次于BBC,位居全球第二。

国际台近期的战略任务是:全面提升国际传播能力,努力打造现代综合新型国际传媒,提高整体传播力和舆论影响力,争取在全球国际同类媒体机构中处于前列。^①

2. 泰米尔语对外传播多媒体机制的初步形成

泰米尔语是中国国际广播电台诸多对外传播语言中的一种。开办初期,传播手段只有短波一种,播出时间短,内容单一,听众来信也很少。进入21世纪,泰米尔语传播事业开始飞速发展。泰米尔语季刊《泰米尔之声》正式出版,版面内容逐渐丰富,每期从最初的四版扩充至如今的二十四版。从2004年7月15日开始,泰米尔语广播每日节目制作由半小时改为一小时,每日滚动播出时间达到四个小时。

为了适应新媒体的发展,中国国际广播电台泰米尔语网站于2003年12月28日正式建立,泰米尔语部从此告别了短波单一的传播手段,在对象地区拥有了更广泛的受众群体。之后,网站建设不断完善。2009年,泰米尔语网站正式以网络电台的形式全新亮相。大量的音频节目和实时更新的时政要闻成了网站的两大特色。主持人的博客也相继开通,拥有大量粉丝。2010年世博会期间,泰米尔语网站的第一档视频节目——“印度馆的开馆仪式”在网上播出。之后,网站尝试了更多类型的视频节目,如针对中印友好推出的“中国人跳印度舞大赛”。比赛联合了国际台对印度传播的几个兄弟语言部门,与国内知名门户网站合作举办。对印度舞蹈感兴趣的中国网民通过这些门户网站,上传了自己表演印度舞蹈的视频。这些视频资料经过初选,由国际台的相关外语网站推出。国外朋友以网上投票的方

① 王庚年:《建设现代综合新型的国际传媒 全面提升国际传播能力——中国国际广播电台2010年工作报告》,2010年1月,第55页。

式,参与到比赛中。类似的节目增进了中国和印度网民之间的互动和友谊,收到了很好的效果。

技术革新的潮流推动着新兴媒体的迅猛发展,手机也从个体之间的传播工具向大众媒体转型。手机媒体与传统媒体之间的相互融合呈现出加速发展的趋势。2003年,全印中国国际广播电台泰米尔语听众协会的几名骨干听众建立了国际台手机短信网络,每天从国际台的泰米尔语广播节目中和网站上提取内容,通过短信的方式群发给入网的听众。2010年4月,泰米尔语部开通手机平台,受理海外听众用手机发来的意见和建议。同年4月23日,国际台的泰米尔语节目在斯里兰卡首都科伦坡实现落地,使用FM 102频率,每日播出时间达到四个小时。

至此,国际台泰米尔语传播已初步搭建起包含短波、调频、报刊、网络、手机等多种传媒手段的多媒体传播体系。

五、加强受众研究,进一步完善泰米尔语对外传播多媒体机制

众所周知,尽管软件业十分发达,但是印度仍属于发展中国家。印度大部分地区由于基础设施落后,普通家庭中电脑的普及率并不高。国际台泰米尔语广播的受众中还有相当一部分是生活在斯里兰卡的泰米尔人。相比印度,由于斯里兰卡北部地区多年战乱,其社会经济发展更为落后。因此,根据实际情况分析,在最近的几年时间里,通过短波无线广播收听泰米尔语广播节目的人群虽然会有所减少,但未来受众规模仍将是庞大的。

总的来说,泰米尔语受众的年龄结构正在发生变化,这种变化将对泰米尔语传播事业今后的发展产生影响。近两三年,通过写信或发送电子邮件要求成为国际台登记在册的正式泰米尔语听众的人群中,大部分来自斯里兰卡,以十几岁的青少年居多。印度也有越来越多的对中国感兴趣的大学生,希望通过国际台泰米尔语广播或者网站更多地了解中国。

对于这部分年轻的受众群体来说,完善的在线广播更为实用。因为在浏览图文的同时,他们可以有选择地收听或下载保存自己感兴趣的音频内容或特定主持人的名牌节目。例如,科伦坡调频FM102是国际台泰米尔语广播在斯里兰卡落地的第一个节目。在报道的节目选题、角度和内容的选用上,调频节目的制作比短波节目要更具有贴近性。在每日的新闻板块里,有海外报道员从南亚为我们发回的