



International

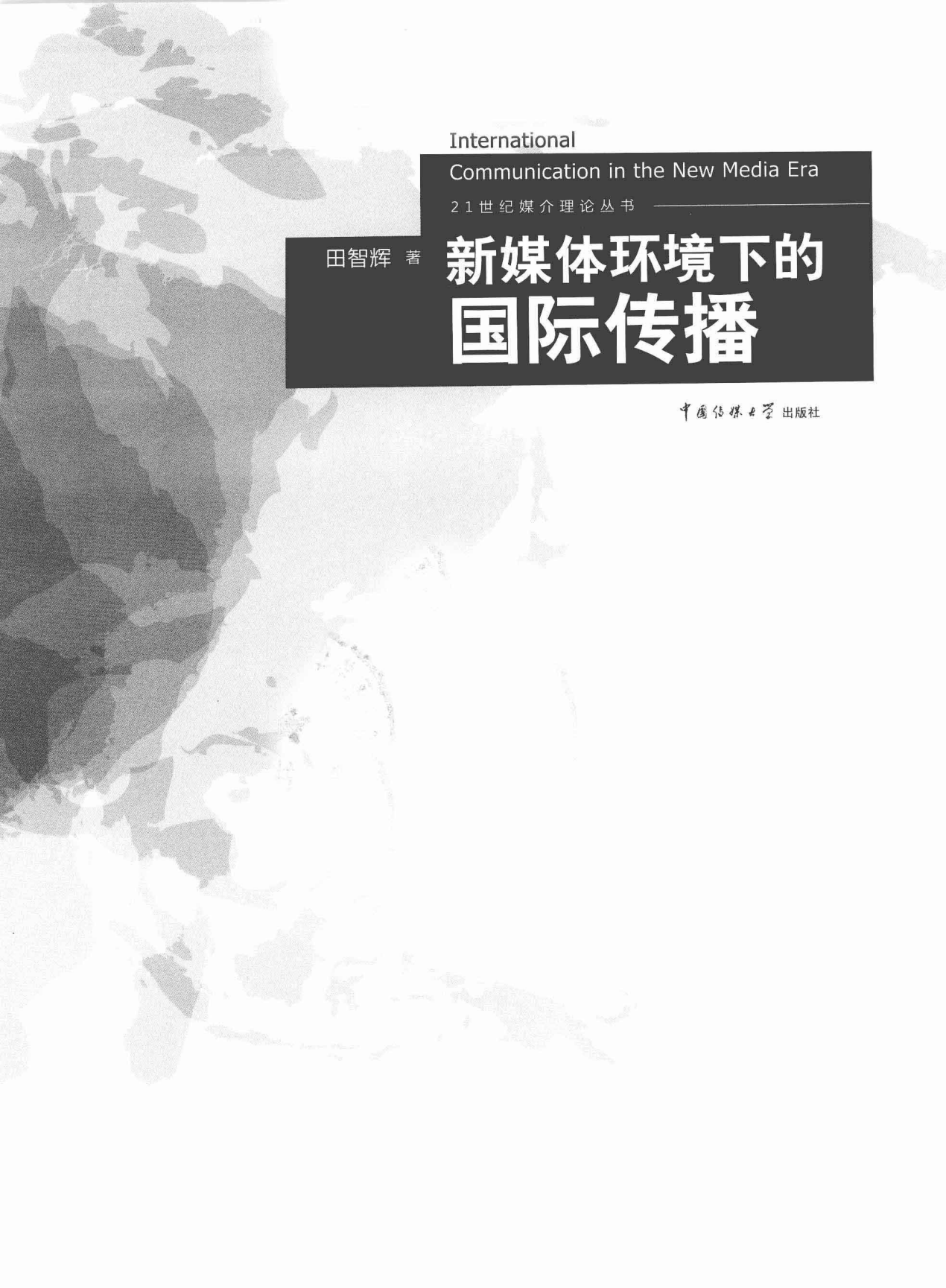
Communication in the New Media Era

21世纪媒介理论丛书

田智辉 著

新媒体环境下的 国际传播

中国传媒大学出版社

A stylized, grayscale world map serves as the background for the book cover. The map is composed of various shades of gray, with darker areas representing landmasses and lighter areas representing oceans. The map is oriented with North at the top.

International

Communication in the New Media Era

21世纪媒介理论丛书

田智辉 著

新媒体环境下的 国际传播

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体环境下的国际传播/田智辉著. —北京: 中国传媒大学出版社,

2010. 9

ISBN 978—7—5657—0049—1

I. ①新… II. ①田… III. ①传播学—研究 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 177396 号

新媒体环境下的国际传播

著 者: 田智辉

策 划: 蔡开松

责任编辑: 李唯梁

封面设计: 魏 东

责任印制: 曹 辉

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010—65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京市梦宇印务有限公司

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 17.5

版 次: 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978—7—5657—0049—1/G·0049 定价: 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

International Communication in the New Media Era



1	第一章 绪论
3	第一节 新媒体与国际传播：一种新的视角
9	第二节 国际传播与新型传播方式并行发展
14	第三节 新媒体赋予国际传播更大渗透力
18	第四节 构建我国现代国际传播体系
27	第五节 国内外研究现状
33	第二章 新媒体环境下的国际传播特点
33	第一节 新媒体——多种渠道下的国际传播
43	第二节 用户制作内容——国际传播的民间样本
58	第三节 网络电视——国际传播大平台
63	第四节 新媒体使国际传播趋向多元复杂
69	第三章 新媒体环境下的国际传播策略
70	第一节 由“泛”传播转向“窄”传播
77	第二节 由政治“硬”灌输向文化“软”实力的传播
95	第三节 主动报道重大突发事件
106	第四节 由外宣到外交，外宣外援相结合
114	第五节 建立科学有效的国际传播评估体系

121	第四章 利用新媒体进行国际传播
123	第一节 互联网
132	第二节 博客及微博
142	第三节 播客
148	第四节 网络电视
154	第五节 网络电视台
175	第六节 打造中国的CNN——中国新华新闻电视网
193	第七节 建设国际传播的一流媒体
201	第五章 新媒体语境下国际传播人才的培养
202	第一节 加强国际传播人才培养是时代的呼唤
210	第二节 复合型、专业化——国际传播人才的培养目标
220	第三节 国际传播人才培养的实践
230	第六章 从媒体报道看国际传播
230	第一节 从《北京周报》看我国的对外报道
248	第二节 《纽约时报》网站对海地地震报道
271	参考书目
275	后 记

第一章

绪论

当今世界正处于经济全球化的时代,国与国之间的交流与协作变得更加密切。以互联网为代表的信息技术正在给新闻传播业带来一场革命,媒介全球化的特征愈加凸显,世界新闻媒体出现了一些引人注目的新变化和新趋势。马克·波斯特在《第二媒介时代》一书中这样写道:“20 世纪见证了种种传播系统的引入,它们使信息能够从一个地点到另一地点广泛传输,起初,它们通过对信息的电子化模拟征服时空,继而通过数字化加以征服。”^①以卫星通信和国际信息网络为标志的信息革命,开创并加快了信息传播全球化的进程。尤其是网络技术的发展,不但使传播事业及理论面临根本性变革,也极大地改变了以大众传播媒介为支柱的国际传播,使国际传播在媒介选择、传播主体、传播模式和内容以及影响力方面都发生了重大的变化。

长期以来,我们的对外宣传的主阵地是新华社、中国国际广播电台、《中国日报》等一些传统媒体。在传统媒体的力量格局中,西方媒体占据绝对优势,已经形成了垄断。据统计,世界上 80% 以上的信息由西方一些主要媒体发布,如此巨大的差距不是短期内可以弥补的。传统媒体的传播特性决定了在突破西方媒体垄断时遇到的困境:报纸无法卖出去,广播、电视不仅落地率不高,即使落地,也无力与西方传媒巨头竞争,争夺受众。中国在世界的声音并不多,而只能听到发于西方媒体之口的中国声音。

^① [美]马克·波斯特:《第二媒介时代》,范静哗译,南京大学出版社 2005 年版,第 3 页。

国际传播(international communication)是什么?在传播学中,传播被定义为信息的交流与分享。国际传播是一种跨国界、跨民族的信息交流与分享。它包括的形式极其广泛:

- ①书籍、报刊等印刷媒体;
- ②广播、电视等电子媒体;
- ③卫星电视、网络等新媒体;
- ④电影、录像带等音像媒体;
- ⑤邮件、电话等电信媒体;
- ⑥跨国旅游、留学和移民;
- ⑦跨国宗教活动、文艺演出、展览、体育赛事;
- ⑧外交、军事活动及国际会议。

有学者将上述形式概括为国际间的大众传播(如①~④)、国际间的人际传播(如⑤~⑦)和国际间的组织传播(如⑧)三种渠道^①。过去,国际传播主要是指以民族、国家为主体而进行的跨文化信息交流与沟通。在传播主体来说,主要是指国家或国家的组织,然而随着时代的变化也包括国际组织、跨国公司和有影响力的个人。在传播内容方面,主要是指国际新闻的传播,有人提出政治、经济和文化信息的三分法,还有人则认为应该包括一切信息。因此,简而言之,我们可以这样理解国际传播,即由各种传播媒介支持、具有全球化视点,供不同国家和地区交流与共享的信息的流动。

当今互联网已经发展成为人们了解信息、交流思想、休闲娱乐和享受服务的重要渠道,成为电子政务、电子商务以及远程教育的重要平台,成为社会影响巨大、发展前景广阔的新兴媒体,为新时期国际传播提供了一条方便快捷、有效通达的途径,提高了国际传播能力。各国政府都十分重视加强网络建设,广泛利用互联网开展国际传播,使之成为对象国受众了解他国的窗口。

随着宽带、下一代互联网(NG)、3G 移动通讯等传播科技的迅猛发展,新媒体将全方位地渗入生活、学习及工作的方方面面,其影响力正在通过话语的强弱和思想的交锋最直观地表现出来,中国人既有的文化传统、文化语境、价值观以及种种思想方式在新媒体的强大冲击面前面临着新的抉择。在新的传播方

① 关世杰:《跨文化交流学》,北京大学出版社1996年版,第391页。

式、传播手段、传播媒体选择面前,应该学会充分利用新媒体赋予的种种机会,通过新媒体在展开文化互动、论战的同时增强话语的触动力和吸引力。同时,重点研究新媒体语境下国际传播具有哪些新的特征?新媒体手段可以在国际传播中发挥什么作用?在这些特征之下如何运用新媒体的手段谋划国际传播策略?国外一些主要国家在新媒体环境下有哪些国际传播的经验可以吸取?如何实施新媒体语境下的国际传播人才培养?面对数字化未来,这些问题是新时期国际传播的重要命题,值得我们努力探索和认真思考。

第一节 新媒体与国际传播:一种新的视角

新技术革命和信息全球化时代的到来,国际传播呈现出以下新特征:在国际传播体制方面,出现了全球性与国家性的并存,尽管出现了信息全球化,但国家的主体性作用并未改变。国际新闻传播体制内争夺新闻信息控制权的斗争仍非常激烈,在世界范围内对信息的控制和发布成为国际传播的一项重要内容。

一、新媒体成为国际传播的重要方式

在传播的作用力方面,传播力决定影响力。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念就能更广泛地流传,谁就能更有力地影响世界。近年来,我国媒体的国际传播能力有了一定程度的提高,为凝聚民族力量、推动社会进步、扩大我国在世界的影响,在国际上发出自己声音等方面作出了积极和重要的贡献。然而,随着我国经济社会的快速发展和国际地位的不断提高,我国的国际传播能力与经济社会发展的要求还不相适应,与人民群众不断增长的精神文化需要还不相适应,与现代科学技术和传播手段迅猛发展的形势还不相适应,与我国的国际地位和影响还不相适应。因此,“加强国内国际传播能力建设,事关我国改革开放和现代化建设大局,事关我国的国际影响和国际地位,事关我国文化软实力的提升,事关我国媒体在国际舆论格局中的地位 and 作用。”^①

^① 李长春:《努力构建现代传播体系,提高国内国际传播能力》,《光明日报》2008年12月23日。

在全球化的信息传播中,以网络为代表的新兴媒体改变了国际传播的传受关系,使国际传播形态复杂化。网络消除了信息传播的空间障碍,使得世界上任何地方的任何人之间都能进行信息交流。“网络媒体的兴起和传统媒体的网络化,推进了信息传播的全球化。”^①这种全球化的信息传播使信息封锁、信息垄断不再可能。网络媒体的交互性使国际传播的主体多样化,民众可以通过多种媒体手段,如博客、手机短信、社交网络等各种新媒体手段进行传播,它改变了国际传播的传受关系,使国际传播形态多样化和复杂化。因此,从新媒体的视域考察国际传播的特征将使我们有了新的发现。

互联网的出现,在某种程度上打破了国际新闻市场的垄断局面。在北京奥运会火炬传递期间,一些西方新闻媒体在有关中国的新闻报道中歪曲事实报道,这些报道通过互联网传入国内后,在中国青年人中间引起巨大的反响,不少中国读者利用互联网反击西方新闻媒体肆意歪曲事实真相的采访报道行为。“互联网教育了中国的读者,互联网也掀开了中外新闻交流的序幕;互联网让世界有机地联系在一起,互联网也让中国人更加清醒地意识到自己所处的国际地位;互联网改变了中国的新闻生态,互联网也改变了外国新闻机构和外国记者在中国人心目中的形象。”^②

在世界的一些重大新闻事件中,网络传播已经发挥重要作用。从最早的克林顿性丑闻、印尼骚乱到科索沃战争、中国驻南使馆被炸、中美撞机事件、美国“9·11”恐怖事件以及英国伦敦地铁爆炸案,网络传播的威力已不容忽视。作为新兴的传播形态,网络传播在国际传播中的地位明显上升。只要世界上有重大的新闻发生,网络就成为媒介进行国际传播和受众查看新闻的重要渠道。网络带给传播的革命性的深刻变化,以及它在全世界的迅猛发展势头,使之必然在国际传播中占据主导地位。

在2009年的伊朗大选和杰克逊去世的新闻中,网络再次成为主角。据美国《旧金山纪事报》报道,这两个事件表明,社交网站已经成为网民关注新闻的第一落点,而传统媒体则进一步遭到冷落。当新闻发生的时候,数以百万的读者不再依赖一张早报或是其网络版来获取新闻,许多人是通过在Twitter和

① 王凤仙:《文化全球化语境下国际传播问题的传播学解读》,《新闻界》2009年第1期。

② 乔新生:《中国涉外新闻管理制度解读》,《新闻记者》2009年第2期。

Facebook 上的朋友以及陌生人那里获得消息。消息公布之后,美国的互联网站 Google、Facebook 及 Twitter 的使用量都出现了暴涨,Google 甚至将“杰克逊”的搜索关键词识别为网络攻击。互联网同样成为伊朗大选新闻的一个主要传播渠道。不过和杰克逊去世不同的是,伊朗本地的目击者通过网络,发布了大量视频和消息,以便让外界了解新闻事件的真正进展。正如研究社交网络的专家——美国著名教授香农·瓦勒所说,“人们第一个去浏览的是社交网站,而不是传统媒体。许多人将传统媒体作为获悉消息之后获得更多详细内容的一个渠道。”

二、互联网的发展是国际传播的助推器

互联网作为一种快捷的平台,逐渐成为人们获取信息的重要渠道之一。世界各国网络的不断发展,网民数量的不断攀升,使得通过各种新媒体传播有了一定的现实基础。截止到 2009 年 9 月 30 日,全球互联网平均普及率为 25.5%,共有 17.25 亿用户。其中,北美洲普及率为 74.2%(2.53 亿用户);澳洲、大洋洲普及率为 60.4%(2097 万用户);欧洲普及率为 52%(4.18 亿用户);拉丁美洲和加勒比地区普及率为 30.5%(1.79 亿用户);中东地区普及率为 23.8%(4823 万用户);亚洲普及率为 19.4%(7.38 亿用户);非洲普及率为 6.8%(6737 万用户)。

据 eMarketer 的数据统计表明,2009 年美国互联网网民规模达到 21170 万人,网民普及率达到 68.9%。数据显示,2008 年美国互联网网民规模为 20320 万人,网民普及率为 66.8%;2009 年美国互联网网民增加 850 万,达到 21170 万,网民普及率增至 68.9%,接近 70%;预计 2010 年美国互联网网民普及率将超过 70%,2014 年将达到 77.8%。根据 Pew Internet and American Life Project 调查,在美国的宽带用户中有 43%的人通过互联网获取新闻。随着宽带的普及,大约有 34%的人称他们把绝大多数的时间花在了互联网上,而有 33%的人则表示他们在业余时间会选择看电视。在欧洲,人们从互联网获取重要新闻和信息已经超过了报纸和杂志。市场调研机构 Jupiter Research 公布最新研究报告称,尽管在许多欧洲人中电视仍然是占有统治地位的媒介,但在他们获取重要新闻和信息时,在网络上花费的时间是观看电视的三倍。

罗伯特·阿克塞罗德在解释受众信息处理方式时,提出一个称为“信息处

理的概略理论”。格博雷在解释阿氏理论时这样论述道：“在整合的过程中，信息发生足够的变化以使其成为现存知识的必要补充。”^①过去有关报道中国的信息来源比较单一，信息比较贫乏，导致国外对中国存在诸多偏见。“事件的某些方面被削弱，而另一方面则被突出。经过这一编码过程，对接收者似乎重要的那些事件元素就与不重要的细节区分开来。”^②人们倾向于将来自证据的结论而不是证据本身储存起来。此处理模式是将新进入信息与自身已有的知识做一个对比而确定自身态度，自身参与度低而对信源依赖度很高。现在由于互联网等新媒体的介入，一些西方媒体的不实报道将有可能在短时间内被揭穿。例如，某些西方主流媒体涉藏报道不实，中国网民便通过种种新媒体方式自发掀起了揭批潮。其中，对 CNN 主持人卡弗蒂的辱华言论，电子论坛、播客、MSN 的舆论声讨，从历史、偏见、意识形态领域设置议题，推动了全球华人抗议潮的形成，最终以 CNN 总裁道歉而告终。

网络传播具有高度的开放性、互动性、个性化、快捷性以及海量信息服务的特点，尽管现在西方有几家大的网络传播集团，但网络传播的特点决定了它不易形成垄断，这就为我们进行国际传播提供了机会。截至 2009 年 12 月底，我国网民总数已达 3.84 亿，居全球第一位。网络传播整合了以往所有媒体的传播方式，既可以“一对多”地传播，也可以一对一地交流，还可以多对一地信息轰炸，传播方式的灵活多变，为传播提供了很大的发挥空间，受众也易于接受。由于现代卫星、网络技术的迅速发展，经济全球化、文化多元化格局的不断形成，国与国的物理疆界正在弱化，强国的思想和文化正在冲破疆界，在世界各地长驱直入。

三、新媒体将冲破国际传播的藩篱

长期以来，在国际文化传播领域中，西方国家依靠其强势的经济和科技力量，倾力打造并推销其强势文化，使国际文化传播的局面出现了严重失衡，即“西强我弱”。国际传播的初期，相对来说各国实力相差不大，力量 and 影响比较

① [美]沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德：《传播理论：起源、方法与应用》，郭镇之译，华夏出版社 1999 年版，第 63 页。

② 同上，第 64 页。

平均,但随着利益驱动和政治宣传的不断刺激和影响,各国资本开始逐渐进入国际传播竞争之中,于是国际传播活动便开始向强弱截然分明的两极演变:一部分有较强经济实力的国家媒体开始“合纵连横”、“相互持股”、“联手开发”,逐渐成为“传媒强国”,获得“媒介霸权”;一部分发展中国家逐渐失去在国际上的独自声音,只能被动地接受“媒体富国”抛过来的信息,成为“传媒孤岛”或“弱势媒体”^①。在世界媒介业,“从80年代初期开始,随着真正的全球商业媒体市场的出现,国家媒体业发生了戏剧性的重新组合。控制全球媒体新系统的是30至40家大型跨国公司,而雄踞全球市场顶峰的是不到10家媒体公司,且其中大多数集团公司都把基地设在美国。”^②新的传播技术,例如国际卫星直播电视、网络广播,尤其是国际互联网的发展,使得信息可以不受限制地穿越国界,这样就会对一个国家的政治、经济、文化、社会秩序甚至国家安全产生影响。美国未来学研究者阿尔温·托夫勒在《第三次浪潮》一书中提出了“全球意识”的概念。他说:“正像第二次浪潮造就一部分人拥有大于地方利益的国家主义意识形态的基础一样,第三次浪潮促使那些拥有比国家利益更大的利益集团的纷纷兴起。这些集团正在形成全球主义意识形态的基础,这种意识形态,有时叫做‘全球意识’。”^③

近年来,互联网逐渐凸显出来的独特传播功能在于,它一举打破了各种传播平台之间的壁垒,形成了迄今为止人类最大的综合传播平台。在这个综合传播大平台上,人们可以根据需要进行各种类型的传播,既可以进行两人之间的“点对点”(面对面)传播,也可以进行个人对群体(小组)即“点对群”传播,还可以进行个人对大众、社会的“点对众”传播,“众对点”(大众传播)传播,“群对点”传播,“群对群”传播,“群对众”传播等。也就是说,人类传播的各种形式都可以打破彼此之间的传统壁垒,借助网络传播这个大平台无障碍地进行,甚至进行得比过去更好^④。

① 时统宇:《中国媒体需要世界性眼光》,《新闻与写作》2010年第1期。

② [美]赫尔曼、麦克切斯尼:《全球媒体:全球资本主义的新传教士》,甄春亮等译,天津人民出版社2001年版,第1页。

③ [美]阿尔温·托夫勒:《第三次浪潮》,朱志焱、潘琪、张炎译,三联书店1984版,第426页。

④ 明安香:《第四媒体正显英雄本色》,《对外大传播》2004年第8期。

以手机电视为代表的新媒体既可以承载传统媒体能承载的各种形式,如文字、图形、视频、音频等;也能够与受众较好地互动,受众在参与性、选择性等方面都有较大主动权。在网络和移动媒体已逐步采用微视频,即在时长上短则几秒,长则数分钟,内容广泛,形态多样,涵盖小电影、纪录短片、DV短片、视频剪辑、广告片段等可通过PC、手机、摄像头、DV、MP4等多种视频终端摄录或播放的视频短片。这些新媒体,或是收视终端与传统电视不同,或是传输载体与传统电视不同,或是收看形式与传统的居家收视不同。它们的出现使得传播渠道日渐增多,电视机不再是接收电视节目的唯一载体,观众将更加分散。

新技术与全球化带来的最大变化莫过于打破了固有的“一对多”的传播模式。频道资源稀缺的时代已经走向终结,这意味着媒介和电视观众开始“碎片化”,广播也逐渐进入窄众传播的时代。互联网的出现使报纸、广播、电视等传统媒体面临巨大的挑战。网络使人们能够更容易地接触到世界各地的新闻。“信息传播从‘独白’走向‘对话’,传播信息的权力从少数传播机构让渡给广大民众。网络是‘对话型’媒体,它创造了一种包含互动对话的新媒体模式,这种模式既不同于广播、电视,也不同于报纸,对传统媒体而言无疑是一个巨大的挑战。”^①

互联网已成为传播我国先进文化的新途径、公共文化服务的新平台、人们文化生活的空间、国际传播的新渠道。科学技术的发展,是推动媒体传播形态变化的重要力量。我们必须跟上新闻传播技术发生革命性变化之后产生的媒介融合性趋势,如果跟不上这个趋势,就不能适应当前媒体的发展变化。对于国际传播而言,尤其应该重视基于互联网等传播技术的普遍使用所带来的传播方式的变化,如博客、微博、播客等等,因为网络传播在突破地域限制,时效性、互动性等方面都具有超出传统媒体的优势。中国网来自海外的点击率,平时占总量的20%多,遇到中国有大事的时候,比如开党代会,则会上升到50%到60%,其中一个重要原因就是网络阅读的方便、快捷^②。发挥网络媒体作用,广泛开展国际传播,着力打造国际一流媒体、构建国际传播网络、加快国际传播

① 吕莎:《中英两国媒介研究的差异——访英国著名媒体研究专家科林·斯巴克》,《中国社会科学报》2010年1月7日。

② 梁益畅:《国际传播的三个维度》,《中国记者》2010年第2期。

产品和服务走出去。我国的一些重要对外传播媒体正努力实施“走出去”的策略。中国国际广播电台对外传播的语种达 59 种,境外整频率电台达 34 个。中央电视台围绕打造国际一流媒体,全面启动亚太、中东等中心记者站及 11 个区域站点建设,以阿拉伯语、西班牙语、俄语国际频道为主的 6 个国际频道在 140 个国家和地区落地入户,整频道落地用户超过 1.3 亿。中央人民广播电台围绕全球华语广播网建设,重点强化对港澳台地区和周边国家广播。

新媒体的时空特性淡化了各种文化时空观的差异。不同的时间观和空间观一直是造成跨文化交流冲突的一大因素。新媒体的应用打破空间的制约,将使用者统一到同一个时间框架,亦即同一个虚拟空间里面。美国学者曼纽尔·卡斯特在其著作《认同的力量》一书指出,网络通过改变生活、改变空间和时间等物质基础,构建一个流动的空间和无限的时间。这种新的社会组织形式,正渗透全球,遍及世界^①。正是由于网络的跨越时空,使世界的传播格局逐步改变。“流动空间的出现,实际上标志着原来以区域为基础的社会与文化的不明晰,社会并不屈从于那些原有社会组织控制”^②。新媒体的快速、迅捷,重视效率与共享,拥有跨越地域的融合优势,这些特性在一定程度上淡化了它的使用者的时空观,国际传播中的一些藩篱将被逐渐打破。以 Web2.0 为代表的新媒体平台因其具有的受传一体化、去中心化、多节点情感互动等众多特点,使得它成为现阶段公共外交的一个全新平台,用好新媒体这一平台,有利于中国建构与输出自己的价值观念与政治主张,有助于增进我方与对象国之间的相互理解,从而为中国赢得更多的国际支持,并获得更高的国际声誉与国际地位^③。

第二节 国际传播与新型传播方式并行发展

纵观传播技术与国际传播的发展轨迹,“国际传播的客观需要不断催促着

① 参见曼纽尔·卡斯特:《认同的力量》,夏铸九等译,社会科学文献出版社 2003 年版。

② 崔保国:《信息时代传播学研究的创造性转变》,载尹鸿、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 179 页。

③ 栾轶玫:《新媒体与中国软实力的建构与传播》,《网络传播》2010 年第 3 期。

传播技术的突破与发展,而传播技术的进步又不断增添或更新着国际传播的样式。”^①从印刷术、电信技术、广播技术、电视技术、卫星通信技术、网络技术,一直到网络国际传播的主流形态也相应地由报刊、新闻通讯社、国际广播、国际卫星电视,一直发展到互联网技术。

一、国际传播以传播技术为依托

在利用大众传播的手段方面,国际传播一直是以高新技术为基础的最新型媒介,国际传播的手段是与传播技术的进步相辅相成的。作为一种极具广泛性和开放性的传播体系,国际信息网络满足了国际传播在跨越时空和国界的强烈要求。国际卫星电视的卫星信号虽可覆盖全球,但因接收天线和机顶盒在有些国家受到严格的控制,理论上虽可到达可覆盖国家,但信息的传播在全球并未真正落地。而网上发布信息既不受频道资源和时空的限制,也较少受到政府的行政干预和控制。与国际卫星电视初步实现的理论上的跨国传播相比,国际信息网络则在实际上大大加快了信息传播的全球化进程。同时,国际信息网络还适应了社会发展对国际传播的时代要求。由于国与国之间的交往越来越频繁、越来越紧密,客观上要求国际传播的传播时效要更加迅捷、传播内容要更加丰富、传播方式要更为多样。“国际信息网络不仅在真正意义上突破了时空的界限,随着将来宽带网的建设与完善,还能使各种信息以文字、图片、音像、动画等多种样式,全天候迅捷流畅地在世界各地传播。正是这种在虚拟空间瞬时、无限、多样的跨国、跨文化、跨语言的传播能力,使网络传播备受瞩目。”^②

历史上,新媒体的诞生与影响是一定区域内的,但是数字信息技术在全球的推广只用了十几年的时间。新媒体的快速、交互、整合等特性给人类生活、思想观念、社会结构、学习工作等都带来极大的冲击。这种冲击不限于几个国家、地区,而是在全球普遍发生,并且几乎同时。2001年,罗伯特·W. 迈克切斯尼便已指出,“可能全球传媒系统正处在与电信和计算机行业融合的过程中,以组

① 张允若:《国际新闻传播:跨世纪的飞跃与挑战》,《国际新闻界》1998年第2期。

② 吴玉玲:《新技术条件下国际传播的发展变化》,《新闻与传播研究》2001年第4期。

合成一个综合性的全球传播系统”^①。如今,这种可能已经成为现实。“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

随着网络信息技术的飞速发展,国际卫星电视在国际传播中的主导地位受到了新型网络传播方式的挑战。“任何媒介形态的变化都取决于技术创新,从根本上说,没有技术发明就不会有媒介的任何变化。科学技术给媒介输入一种新的传播手段和理念,改变了媒介的传播效率和组织形式,……新技术被媒介所采纳,是同社会需求相适应的。”^③网络诞生之前,国际传播往往指的是各国政府通过大众传媒向外传播信息。各国政府还承担着国际传播控制者与管理者的职责,即大众传播中所谓“把关人”的职责。信息传播的互动机制比较弱,传播者可以通过媒体将信息传给众多的接收者,但接收者却不能以同样的途径将信息反馈。即使通过书信等形式反馈,其时效、速度等方面都大打折扣。互联网的出现,使国际传播中的传受关系发生了根本性的改变,它将世界的每一个角落连接起来,只要具备上网条件,任何人都可以进入这个开放的、无疆界的信息空间,都可以成为传播者。

新闻媒体是实现国际话语权的主要工具,围绕国际话语权的争夺,世界各国新旧媒体正在展开全方位博弈。争夺国际话语权是一项艰巨而复杂的长期任务,也是一项系统工程,需要新闻、外交、文化、教育等多个部门协同作战,共同努力。争夺国际话语权,尤其要注重适应信息技术革命的新潮流,加大对新媒体的建设,发挥其独特而重要的作用。数字技术、网络技术、信息技术以及智能化技术等高新技术的快速发展,给全球的政治、经济、文化和社会生活领域带来了广泛而深远的影响。美国、英国、德国、日本等发达国家纷纷投入大量的人力、物力、财力,进行广播电视、新媒体等高科技的研究,加强信息传播手段的更新和改造,迅速采用先进的传播技术,积极掌握和运用现代传播手段,以保持和

① 罗伯特·W. 迈克切斯尼:《全球传媒、新自由主义和帝国主义》,载尹鸿、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43页。

② [英]达雅·K. 萨苏:《全球化时代的国际传播》,黄瑞译,载尹鸿、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。

③ 刘建明:《新闻学前沿》,清华大学出版社2005年版,第314页。