

今天，全球化的传播生产规模很大，传播新技术在这场革新中首当其冲。它们极大地促进了信息流动的质量和数量，对国家基础结构的每一个部分的影响都是深远和巨量的。它的功用可以被看作是一种经济、政治、文化和社会的直接手段。显而易见，在市场上受众量巨大的传播媒体本身就是重要的政治力量。马尔根（Mulgan）曾“支持运用新技术来瓦解权威，并在国家机器之外建立公共的非主流制度” [3]的观念事实上有着深厚的传播新技术实践基础。在传统传播技术时代，报纸、广播和杂志，政府可以通过控制（如检查制度）的办法控制影响，但是传播新技术这样操作起来却不容易。对互联网的难于控制就是一例。在一国之内，因特网技术得到发展和普及之后，网络新闻业理所当然地成为沟通政治信息的新渠道。它促进了国家的进一步发展，创造了新型的政治关系，比如网上投票。事实上，传播新技术正在成为国家体系的一个部分。网络正在建构新型的国家、新型的政治和新型的社会。传播新技术日渐与公共政策的制定，执行，舆论的形成，政治文明，民主，舆论监督，依法治国，文化，教育，人的社会化和经济活动模式等建立了密切的联系，它在这场政治变革中担任的角色不但是效率的推动力，而且是一种革命性的动因。以中国为例，从20世纪末开始的互联网计划促进了政治、经济、文化和社会的整体发展，这种促进作用表现在微宏观的层面。如网文《深圳，你被谁抛弃？》的遭遇[4]。全球范围内，有代表性的国家政府都给与了传播新技术足够的重视，并且应用和接受范围极广，如各国的信息高速公路计划。路易斯·布兰代斯（Louis D. Brandeis, 1916-1939 任联邦最高法院大法官）在那本著名的作品《别人的钱》（other's money）中说“阳光室最好的防腐剂，灯光是最好的警察” [5]，在现代社会，媒介就扮演着灯光的角色，而新媒介显然更出色。比如网络就迟滞了电视等大众媒介对“公共领域”的窒息趋势，是对传统大众传媒（报纸、电视和广播）缺点（易于受控制）的一种修正，这很大程度上都归因于技术因素上的难于控制，从而呈现出近似的“思想的自由市场”功能。今天，传播新技术可以促进政治文明在知识界已经被公认，它从技术和价值两方面都将促进一个国家政治文明的进步。

从1946年开始，国际传播的一个主要用途就是公共外交。“从某种意义上来说，所有的国际传播都带有政治色彩。传播可以公开带有政治性质，也可以隐含有政治色彩，或者只是受到国家政治经济政策的影响。” [6]作为一种政治的工具，人们担心传播新技术会被用来为赤裸裸的政治目的服务。对ICANN所掌管的10台全球根服务器的担忧就是一种缩影，当国家利益出现严重对抗时，控制技术的国家可以攻击另一个国家的传播力，从而使一个国家最先进的软实力（soft power）陷于瘫痪[7]。还有一个问题表现在传播新技术的应用上，拥有传播新技术的西方国家在国际数据交流方面有架空仍然在使用传统传播技术（如电报，电话和广播）的发展中国家的传播权利与传播参与的危险。这些传统媒体曾经的世界范围内的受众在今天早已经分流。与传统媒介相比，人们更愿意使用互联网和卫星电视来收集信息和享受娱乐。没有传播新技术，一个国家就意味着在国际传播领域的出局。

冲突往往是由于不了解造成的。对传播新技术负面影响的全面控制目前没有灵丹妙药。目前发展中国家的威胁是，传播新技术的南北问题更趋严峻，西方国家的民众不了解贫穷国家的努力和现状，而只能听信媒介，而媒介却是掌握在西方国家和媒介公司手中。也许我们不能把这种现象看作是纯粹政治的延伸。美国在线时代华纳的CEO加里·列文就曾宣称媒介将成为21世纪的统治性行业，全球媒体变得比政府还要强大。这是现实的商业逻辑和意识形态共同作用的结果，它所裹挟的意识形态控制力是跨国媒介公司经济扩张和消费文化盛行的结果而并非仅仅由国家主导，但是，问题在于它会执行政治的目的。传播新技术还与当时的具体社会情境，国家主导下的政治、经济、社会、科技以及宗教都有着密不可分的关联和影响。

从经济的维度讲，今天的世界经济实践证明传播新技术不仅是传统经济学理论中所谓的对交易的一种支持，而且是市场经济中交易的“内容”本身。传播对国家经济发展而言，第一个最直观的贡献是创造财富，而且价值不菲。“没有任何一个明智的国家，应该被这样一个回报丰厚并且快速增长的财富源泉排除在外。” [8]它带动相关行业并催生新的支柱产业甚至一个庞大的未来支柱经济板块，创造着巨大的经济效益。随着全球经济实践逐渐向无重量经济（weightless economy）发展，它的产品就是基于信息的，这就造就了一个国家强大的传播新技术产业的可能和必然。同时，这个行业同样关系到国家公民的福祉，可以解决就业问题。传

播新技术的经济潜能逐渐显露，一个趋势是：在一国之内，一些支柱或新兴产业领域的广告开始大规模地流向依靠传播新技术支持的新媒体[9]。

传播新技术其次是在工具意义上影响着国家发展，因为它提供了商业活动的基本手段。在知识经济时代，不但需要强大的知识生产和再生产能力，更需要强大和人性化的信息运输的工具——传播新技术的支持。毕竟知识和信息的分配和使用必须依赖于传播手段。20世纪80年代以后，以美国为代表的电子传媒广告宣传开始向全球蔓延，促进了美国消费文化的广泛传播，为西方跨国公司开拓海外市场在意识形态和文化方面鸣锣开道[9]，最终是为实现经济目的扫除障碍。现在，更新的传播技术的应用对世界各国经济发展发挥的作用已经凸现，西方国家最早尝到甜头。互联网已成为推动经济发展的重要因素，德国的应用就是一个证明[10]。“哈梅林克（Hamelink, 1983）较早地进行过基础研究，指出金融，银行和信息新产业之间的关系”[11]“一些信贷机构认为，国家的电信基础设施建设对经济的增长有极其重要的影响。”[12]在这种条件下，是否拥有传播新技术的开发应用能力成为国家维护经济权利的一个前提。譬如，没有国际数据交流能力的国家将无法支撑国际性的商业和经济实践，如国际贸易。对于倚重传播新技术的国际工商业来说，一些非洲和广大的第三世界国家就等于被边缘化了。没有传播新技术，这些国家无以凭借进行电子商务，金融和银行服务[13]，其后果是享受不到全球化经济带来的好处并面临逐渐“去全球化”的危险。问题还在于，传播新技术还可以降低信息成本，普及成本较低，提高经济活动的效能，使得一系列市场交易变得更有利可图。各国都看到这一点，先后提出了自己的信息计划，并作为优先战略。1990年代肇始的美国“信息高速公路”表明美国政府对此充满了积极的期望[14]。这样，它就在价值和使用价值两方面都表现出利好的一面。

目前对国际传播在文化层面的最主流的控诉是文化霸权与信息殖民。与政治经济手段相比，传播新技术成就的国际传播作为全球资本主义背景下的一种物质形态和制度形态并属的存在，在繁育源于西方的社会化制度，繁育“我们对生产关系的顺从——把我们规训（discipline）成那种有助于延续现存生产关系的主体性”方面的作用更紧要[15]。我们看到，传统民族国家的历史疆域开始被传播新技术切割成另外一幅图景。事实上，无论是文化霸权还是大众文化，在传播新技术出现以后都得到了加固。与其它的殖民手段相比，“意识形态是个人与其环境达成协议的一种节约费用的工具，它以“世界观”的形式出现从而使决策过程简化。”[16]在这方面，它超越文化毫不隐瞒政治和经济的野心，推进着一种“新殖民主义”。对消费主义的鼓吹就是表现。要推动全球资本主义的发展，必须有消费文化作为前提，而消费文化的形成、拓展和巩固，基本上都是传播新技术出现以后的事情。“如今地域性的日常文化已无所不在地浸润着全球化的意味。这一进程的核心在于传播技术和媒介网络的出现，它们使世界范围内的交易、旅游与互动变得更快、更密集、更相互依赖。”[17]传播新技术成就了文化工业对文化霸权的梦想，进而进一步偏转和影响一些国家的发展轨道。结果是传播新技术不但会使跨国媒介公司在全球传播贸易中攫取巨额利润，威胁文化的多样性，而且大大降低了全球资本主义扩张的成本，而悖论就在于西方国家才是资本主义扩张的最大受益者。与传统媒介相比，传播新技术更易于培养大众文化，形成对社会的控制。文化的多样性是全球发展的必要，新媒介新技术对全球民族国家的文化多样性构成了现实的威胁是一个不争的事实，联合国对民族国家提出了一些发展目标就是一种反映。但是，为什么会存在文化的威胁？随着互联网、卫星、光纤、综合业务数字网等传播新的技术手段的发展，一个现实的原因是这些技术的专利和使用越来越多地掌握在部分传播技术基础比较发达的西方国家手中，这增加了一些发展中国家进入传播新技术领域的门槛，事实上也被剥夺了信息传播权，违背了传播多元化的原则。从文化的维度来考察传播技术，麦克高希（William McGauhey）创造性地提出了“文化技术”的概念，虽然没有进一步解释，但显然他的所指就是传播技术。在麦克高希的框架里，传播是一种“文化技术”[18]，“文化技术”支持并延续着有史以来民族国家的文明传承和生存，不能掌握“文化技术”意味着什么？此外，发展中国家稚弱的传播新技术产业还遭遇到全球化背景下被全球资本主义扩张吞并的危险。1998年西方发达国家瓜分巴西电信产业，萨尔瓦多全国电信局，危地马拉和厄瓜多尔的电信公司的行为，是一个危险和匪夷所思的信号[19]。这样，发展中国家在失去经济主权的同时，也遭遇失去传播权和国家安全的现实威胁。

在促进社会变革方面，传播新技术也发挥着重要作用。安东尼·吉登斯认为，影响社会变革特征和速度的一个特别重要的文化因素就是通信系统[20]。这样，新传播技术的意义还表现在管理和组织上，如电子政务对行政效率的促进，网络对民主化进程的促进，社区信息化，电子商务对全球商业的促进，信息化对国家管理效率的提升。在这里，传播新技术发挥着组织管理的结构性作用，它处在现代社会各种纵横关系的交叉点上，渗透到国家生活的各个领域，对驱动人类所有领域的劳动和实践都起着传导器的作用。它促进自由企业最大程度，最低成本的搜集信息并完成决策过程，与传统媒体相比较，其成本大大降低但质量却大大提高。在福特制和泰勒制后，高信任制度（high-trust systems）的组织管理需要更有效率的传播新技术。在马克思看来，人是生产力中最活跃的因素。“媒体最重要的价值在于，它能够提高一个国家和民族的人力资本，能够从根本上持久地加强公民和社会的实力。媒体对国家和企业的作用绝不仅仅是赚钱：它们能够对其所属的社会起到持续推动的作用。”[21]默多克进而把这个作用归纳为三点：（1）推进公众教育。（2）增强民族团结。（3）提升国家和民族在世界舞台上的地位[22]。同时，传播新技术在人的次级社会化（secondary socialization）上担任重要角色是一个被人们普遍接受的事实[23]新传播技术在这个作用上因富有亲和力而日渐发挥着更大的作用。最后一点是，基于现代传播新技术之上的决策会增强国家的创新能力，给与民族国家领先于对手的竞争力。

三、问题的两个层面

一个层面集中在国别意义上，一个层面在国内，但是其框架都集中在“公平”上。国别意义上的争论在于稀缺性资源传播技术和非稀缺性资源传播技术的占用上。对卫星而言存在停星场和信息主权的利益博弈，对电波和外层空间的使用权问题。由于卫星的溢波现象，会对其他国家造成文化和政治层面的冲击。20世纪后期的信息技术革命，使发达国家扩大了新闻传播优势，而经济和技术力量薄弱的发展中国家很难听到自己的声音。发达国家和发展中国家的信息流通的比例是1：100。“不公平”问题并非仅仅来自于西方国家的政府，更多地来自于强势的跨国媒介公司，如维亚康母，时代华纳和新闻集团，最先进的传播新技术和权力掌握在这些公司组织的手中。仅2004年，西门子公司在通信领域获得2013项专利。“由于主要的工业国家基本上控制了技术标准和决策权，同时这些国家也是系统技术的拥有国和制造母国，许多国家，特别是贫穷国家，只能在不利的条件下加入国际系统。”[24]作为一种象征的对抗，2005年，《吉隆坡不结盟运动新闻与传播合作宣言》发表[25]。但是，发展中国家面临着实际情况是：国际新闻流通资金匮乏，科学技术落后，稀缺性传播技术资源被占用，人才外流等严重问题。对于发展中国家来说，要弥合目前的这种传播差距，注意力似乎应该放在传播技术的应用和发展经济上。毕竟，传播新技术的变迁要靠经济动量推动。

另一个层面表现在国家内部，也是东西方社会和南北国家共同面临的问题。目前尚无法预测传播新技术会不会作为一种“异己”的力量而存在，但是“工具理性”似乎很难避免。数字化的特征可以将观照到的客观世界复原成以假乱真的“真实”模拟图景，这种图景有一部分是虚假的“实在”，另一部份当然是接近“实在”。由于传播新技术的科技属性造成自身的弱点容易受到攻击，对有效传播造成威胁，进而影响国家社会的其它链条。这种影响包括伦理、经济和社会等多个层面。如产生经济损失，谣言，虚假信息造成社会动荡，色情内容，对民主的威胁，对商业权利（如版权）的侵蚀，青少年游戏上瘾，新媒体诱发的大量亚健康心理意识。垃圾邮件在2005年前后给美国经济造成大约500亿美元的损失[26]。这种现象在经济尚落后的发展中国家还不明显和清晰，但仍可以预见不可避免的结果。作为回应的一种，一些西方国家开发应用了“安全网络R-3号”计划和“V芯片”技术。对于信息鸿沟的问题，并不仅仅是国别层面的问题，即便是在美国这样传播技术发达的国家内部，也存在被传播新技术“排斥在外的人群”[27]。由于传播新技术受到一种普遍的指责是“缺乏责任意识”，所以它还需要规范和更加有效的管理。但是，与传统媒体不同的是，这一次，要靠技术的管理来充当管理的技术。

四、安全：传播与国家的敏感交叉带

随着传播新技术运用的深入和扩展，传播安全同物理空间的安全一样变得同等重要。越来越多的国家融入到传播新技术网络当中，隐私权和保密问题也提上了议事日程。对传播新技术最大的担心显然来自于政治层面。普京上台伊始，就发表了《俄罗斯联邦信息安全学说》；中欧合作开发“伽利略”全球卫星定位系统；对互联网安全，印度则希望成立一个类似于国家电信联盟的组织来管理互联网的核心部件；中印巴等一些国家对信息安全高度担忧，要求联合国成立机构监管ICANN公司的业务[27]。2006年3月1日，中国信息产业部通过域名解析技术的研发与调整在实践意义上对传播安全问题做出技术的回应。对安全的威胁除了来自国家政府，还有非政府组织和个人。2005年中国查获了一个控制国内157142台电脑的“僵尸网络”，此外，“法轮功”组织也曾多次攻击中国的“鑫诺”卫星[28]。由于传播新技术的出现改变了国家环境，对政府的执政能力提出现实的考验。手机会传播被禁的消息，网络会造成泄密，卫星电视的出现也提出了控制的难题[29]。印度总统阿卜杜尔·卡拉姆对Google公司提供的免费地图和卫星照片服务提出过担忧[30]。日本媒体更爆出日本自卫队特大泄密案件[31]。新传播技术对国家社会的不良影响目前还处在研究中。

传播新技术是全球化背景下现实的网状关系的工具和镜像，反映了现实的国际关系和国家主导下的政治、经济、文化和社会关系。如果失去这种工具，意味着一个主权国家阻断了与全球化的关联及对内部组织系统的管理。传播新技术的最终目标是提供一种为国家 and 全球发展提供服务的制度安排，这些制度服务于国家职能和普遍利益。随着传播新技术的整合与“走向幕后。”[32]可以预见，其最终将成为全球交往与国家组织的血管和神经系统，并已成为国家综合国力的考察指标之一。对于在传播新技术赛跑中落后的国家来说，将面临严峻的国际和国内传播环境，因为媒介社会已经成为人类社会发展的一个不可更改的路径。

参考书目与注释：

[1]新技术是媒体和技术的结合。现代社会，媒体更依赖于技术，我们很难将媒介和技术作剥离性的区分。传播新技术的特点双向性，数字化，跨国性。据不完全统计，目前受新技术支持的新技术媒体不下30种，如：数字电视、直播卫星电视、移动电视、IPTV、网络电视(Web TV)、电线上网、温暖触媒列车电视、楼宇视屏(各种大屏幕)、移动多媒体(手机短信、手机彩信、手机游戏、手机电视、手机电台、手机报纸等)、网上即时通讯群组、对话链(Chatwords)、虚拟社区、博客(blog)、播客、搜索引擎、简易聚合(RSS)、电子邮箱、门户网站等等。其中既有新媒体形式，也有不少属于新媒介硬件、新媒介软件，或者新的媒体经营模式。

[2]中国传媒迅速崛起的实证分析，胡鞍钢，《战略与管理》2004年第3期

[3]《传播：在政治和经济的张力下》，文森特·莫斯科，华夏出版社，2000年，第110页

[4]人民网，<http://www.people.com.cn/GB/14677/21963/22062/2252447.html>

[5]《南方周末》，阳光是最好的防腐剂——美国证券史上的维权律师，罗培新，2006年3月2日

[6]《国际传播：全球都市的历史，冲突及控制》美罗伯特·福特纳，华夏出版社，2000年第8页

[7]试论互联网控制权的走向，《国际新闻界》，2006年1月

[8][21][22]人民网，鲁伯特·默多克：文化产业的价值——新闻集团董事长兼首席执行官鲁伯特·默多克在中共中央党校的演讲

<http://www.people.com.cn/GB/14677/22114/41180/41185/3015288.html>

[9]据iResearch的研究报告，互联网等新兴媒介的广告收入虽然目前只占中国广告营业额的2%，但是年增长率为30%。宝洁等广告投放的大户最近表示，要减少对电视广告的投放，转而考虑在网络、卖场视频、手机等新媒介上的投放。

[10]中国电子政务网，<http://www.e-gov.org.cn/xi nxi hua/news003/200511/11159.html>

[11]《传播，在政治和经济的张力下》，文森特·莫斯科，华夏出版社，2000年，第109页

[12]《国际传播：全球都市的历史、冲突及控制》罗伯特·福特纳，华夏出版社，2001年，第299页

[13]新华网, 联合国: 互联网普及率低阻碍发展中国家商务发展

http://news.xinhuanet.com/world/2005-11/13/content_3772398.htm

[14]据美国预计, 到2007年即美国建成信息高速公路之际, 国民生产总值将因信息高速公路建成而增加3210亿美元; 实现家庭办公等将减少铁路公路和航运的工作量的40%, 也相应减少能源消耗和减少污染; 光是汽车的废气排放量每年减少1800万吨, 通过远程教育 and 医疗诊断, 节省大量时间和资金; 劳动生产率将提高20%--40%。

[15][16]财产权利与制度变迁, · 科斯 A· 阿尔钦, D· 诺斯

<http://mqxx.mh.edu.sh.cn/ebook/JJ/ccql/index.html>

[17]中国社会学会网, 给市民社会一个生长的空间——社会学家卡斯特专访

http://www.sociology.cass.cn/shxw/qt/t20050203_4860.htm

[18]《世界文明史》, 威廉· 麦克高希, 新华出版社, 2003年, 第382页

[19] 陈柳钦 杨晶, 《经济全球化时代发展中国家主权弱势分析》

<http://www.xslx.com/htm/jjlc/sjjj/2004-10-02-17417.htm>

[20]《社会学》(第四版), 安东尼· 吉登斯, 北京大学出版社, 赵旭东, 齐心等译, 2003年, 第55页

[23]《社会学》(第四版), 安东尼· 吉登斯, 北京大学出版社, 赵旭东, 齐心等译 2003年, 第37页

[24]《国际传播: 全球都市的历史, 冲突及控制》, 罗伯特· 福特纳, 华夏出版社, 2000年, 第69页

[25] 新浪网, <http://news.sina.com.cn/w/2005-11-21/12007497936s.shtml>

[27]中国社会学会网, 给市民社会一个生长的空间——社会学家卡斯特专访

http://www.sociology.cass.cn/shxw/qt/t20050203_4860.htm原载《南风窗》

[26]天极网, 防范垃圾邮件任重道远 发展中国家蕴藏商机

<http://net.chinabyte.com/468/1915468.shtml>

[27]《环球时报》, 各国都争互联网自主权, 左渐晓, 2006年3月2日。

[28]中央电视台新闻频道<http://www.cctv.com/special/633/index.shtml>

[29]《社会学》(第四版), 安东尼· 吉登斯, 北京大学出版社, 赵旭东 齐心等译, 2003年, 第573页

[30]新浪科技, <http://tech.sina.com.cn/i/2005-10-17/0728740716.shtml>

[31]《环球时报》, 张莉霞, 日本海上自卫队泄密, 2006年2月24日,

[32] 人民网, 欧盟欧洲委员会企业和信息社会委员埃尔基· 利卡宁访谈

<http://www.people.com.cn/GB/32306/32313/32330/2592834.html>

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关文章: 传播

- 论大众传播中的信息污染及其治理 (2007-10-2)
- 跨国传播是信息侵略还是信息交流? (2007-10-2)
- 我国媒体对外传播的问题与对策 (2007-10-9)
- 毛利辉现象思考: 群际传播下的网民英雄 (2007-8-20)
- 癌症村现象与媒介环保传播责任 (2007-7-25)

[>>更多](#)

└ 传播新技术与国家发展 会员评论[共 0 篇] ┘

└ 我要评论 ┘

会员名

密码:



提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆[MSC Status Organization](#)◆[中国新闻研究中心](#)◆[版权所有](#)◆[不得转载](#)◆[Copyright](#) © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.