



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

信息传播全球化对大陆国际传播的影响 (2)

时间: 2002-7-31 17:56:02 来源: 中国新闻研究中心 作者: 姜秀珍 阅读1434次

随着中国加入WTO, 地市县报纸 (特别是机关报) 面临大型报业集团的挤压和网络化的挑战。6月, 全国县市报第5次日报总编辑会议在湖北召开。与会的近30家县市日报的代表认为, 在经济全球化, 信息高速化的今天, 把县市日报办成一张开放性的区域性的报纸是大势所趋。同月在湖南召开的中国地市报研究会三届三次常务理事会上, 将“世纪之交, 面对知识化、信息化、网络化、全球化为特征的新时代, 面对新闻媒体的之间的激烈竞争态势, 地市党报如何求得生存与发展”, 作为会议的主题。

10月, 第6届全国省市区党报总编辑夜班工作研讨会在山东举行。会上代表们就数字化和网络化时代党报版面如何创新和如何深化内部改革、促进报业发展等问题进行探讨和交流。2001年1月, 新任新华通讯社社长田聪明在新华社2001年工作会议上指出, 清醒认识和把握新形势下新华社所面临的机遇和挑战……进一步加强对外报导和国际报导, 在逐步增加数量、提高时效的同时, 下大工夫提高质量。

四、 媒体: 重整旗鼓登上国际传播竞争大舞台

(一) 报纸: 在集团化的基础之上, 逐步形成网上优势

目前, 中国有关部门已批准组建16家报业集团。最早组建的广州日报报业集团和南方日报报业集团的社长认为: 尽管这些报业集团近年来为中国的报业发展创造了良好的环境和空间, 为这些报社的发展带来了生机和活力。但从目前来看, 绝大多数报业集团仍处于低层次的摸着石头过河的阶段。这就是说, 面临入世和信息传播的全球化、网络化, 中国的报业, 特别是作为报业主体的党委机关报的管理体制、运作、规模经营的效益、经济实力以及社会影响力等还无法与国际强势媒体抗衡。为此, 国内报业集团正在进一步深化内部改革, 走报业经营多元化、广告运营专业化、发行网络市场化之路。

随着国际互联网这一新传播手段的出现, 中国高层把建立新闻网站看成是“对外宣传的新渠道”, 目前, 中国已有700多家新闻单位建立了媒体网站。初步形成了以中央五大网站 (人民网、新华网、中国国际广播电台网、中国日报网、中国互联网新闻信息中心网) 为龙头的中央其它重要媒体、省市大型联合网站以及行业性报纸的专业网的三级多层次、全方位网络传播体系。与此同时, 报业也把发展传统媒体网络, 看成是对报纸内部的运作机制、现有的传播秩序、甚至整个媒体市场的格局都会产生影响的重要举措。

(二) 电视: 改头换面, 推进频道、栏目、节目改革

为适应传播全球化, 提高中央电视台的综合实力和竞争力, 中央电视台全面推行“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”的改革。从1999年以来, 对所有8个频道的频道内容、栏目设置、节目编排等进行了全面的调整和改版。特别是中央电视台第四套节目 (国际频道) 2000年2月的再度改版, 以放眼新世纪, 立足全球为方向, 在增加节目播出量的同时, 面向全球24小时播出。7月, 其《中国新闻》栏目第10次改版, 进一步丰富了对外电视新闻的传播内容。而中央电视台在9月正式开播的第九频道 (英语电视频道), 及时、充分地报导国内外重大事件, 使它与国际频道一起, 成为中国电视步入传播全球化的起点, 使其越来越成为世界了解中国, 中国走向世界的大舞台。

- 国际传播主体探析
- 美国的传播霸权
- 传播全球化的象征秩序
- 全球传媒体系与新自由...
- 国际传播与国家影响力
- 全球化下中国国际新闻...

12月，中国第一家省级广播影视集团——湖南广播影视集团的成立和浙江在全国率先实现无线、有线和教育电视台三台合并，标志着大陆电视业在集团化和频道专业化改革之路上迈开了第一步。

(三) 广播：进军全球传播一体化市场，打国际报导主动仗

中国广播业在改革创新中发展。为了打造精品节目和栏目，广播电台陆续推出了调整节目布局、加强广播频率以及统一优化配置时段等改革措施。

2000年10月，中央人民广播电台对一套节目进行改革，加大了新闻节目的比例。年底，又推出第八套节目。2001年1月，该台又对二、三套节目改版，四、五、六、七套节目的改版也正在酝酿之中。

特别是中国国际广播电台，在国际电视广播形成全球传播的态势下面临着更大的挑战。目前，国际台在全球覆盖、播出语种、播音时数等方面均据世界前列的基础上，进一步加强环球广播和地区广播的时效性和针对性，并适当调整广播的语种和时间。现在该台已有43种语种（其中38种外语）每天广播211小时，10种语言上网，开办400多个栏目，在国外设有29个记者站。

2000年以来，中国国际广播电台正在通过与英国世界广播网的合作，使其节目进入欧美地区。2001年，国际台以更加强烈的紧迫感和责任感，狠抓节目的海外落地和质量提高工作，力争把国际台的声音搞大、搞强、搞得有影响、搞得有力量、搞得有实效。

(四) 通讯社：制定适应信息传播全球化的对外报导策略

目前，新华社各类外文和中文稿件的日发稿量分别为1000条和1100条，新闻照片2000年发稿总量达5万多底。2000年，新华社新闻与信息用户达9730家，在133个国家设立了136个供稿点，有514家主流媒体成为新华社用户。新华社在树立全国观念的基础上，进一步增强了全球观念，加大发稿、报导和用户发展、通讯技术以及队伍建设的改革力度，并初步形成了符合世界性通讯社基本规律的事业发展格局。当前，信息传播的全球化 and 网际网络在全球的迅猛发展，给新华社昔日的“消息总汇”的地位和权威带来的挑战。面对全球一体化的全方位开放格局，新华社提出要加强和改进对外宣传，积极而有效地影响国际舆论，为中国的改革开放和现代化建设营造良好的国际舆论环境。特别是新华社能够正视自己与世界大通讯社的在国际市场上竞争力不够强的主、客观因素，对如何改变对外报导中的原创新闻、独家新闻、首发新闻编发能力较弱的状况等问题提出了一系列具体的改革方案和措施。

以上所作的全方位、多角度、真实和客观的分析，展现了一幅大陆上层、传媒主管部门、传媒理论界以及各新闻媒体，积极应对传播全球化挑战的全景图。

贰、对大陆主流报纸美国总统大选报导的分析

尽管前苏联总统米哈伊尔·戈尔巴乔夫在其文章中指出：希望布什先生不要幻想21世纪可以、甚至应该是“美国的世纪”、“美国的全球化”，世界不希望成为美国的世界但是，美国在科技、经济和制度等方面的领先地位使其在世界全球化中居于主导地位，以致使全世界在不知不觉中被“美国化”，则不但是一个不争的事实，而且是一个不以人的意志为转移的客观存在。从这个意义上说，世纪末的美国总统大选报导之所以成为全世界上至高层、下至平民百姓关注的热点，与其说是一波三折的美国大选激起了人们的好奇心，倒不如说是处于鼎盛时期的20世纪美国在政治、经济和文化上的全球影响力，使世纪末的美国总统大选，成为世界多家媒体纷纷上演的格外引人注目的“电视连续剧”。在美国总统大选以及相关报导还未开始的2000年10月中旬，大陆零点调查公司对北京、上海、广州三市的调查结果显示：有75%的普通百姓在关注美国大选报导。由此看出改革开放下的中国百姓对国外的信息需求。势不可挡的信息传播的全球化趋势，对即将加入WTO的大陆媒体的国际报导提出挑战。

特别是大陆省市机关报，众所周知，其国际新闻报导相比电视和广播和其它类报纸，历来是政策限制和禁区较多，内容控制性和选择性较强的报纸，甚至可以说是大陆传媒改革开放的最后一道“封锁线”。作为主流报纸，它又是中国报业的支柱。从这个意义上说，分析和透视即将失去长期特殊优惠政策的大陆省市机关报，如何面对国内电视、广播的竞争压力和全球传播一体化挑战，搞好2000年“十大国际新闻”之一的美国总统大选报导，去赢得受众和广告市场，不仅是衡量大陆省市机关报国际报导公开度和开放度的尺度，而且是信息全球化下的中国大陆传媒业国际报导改革开放深度和广度的缩影。以下是笔者对大陆33家主流报纸（省市机关报，中央机关报—人民日报、新华社—参考消息）美国总统大选报导的规模、数量（发稿量）、稿件来源、报导方式、报导内容等所作的定量分析。

一、 大选报导的规模和信息量

对31家省市报纸调查结果显示，大陆主流报纸—省市机关报，对世纪之交的美国总统大选这一重大国际新闻报导的规模之大、时间之长、信息发布量之多前所未有。除个别几家报纸外，都从美国大选的第一天2000年11月7日起，直到大选尘埃落地的40天里，连续报导大选的投票和选举情况。

31家省市机关报大选期间报导的总天数为1031天，报导篇数共计1367篇。其中消息1149篇；评述98篇；综述99篇；资料21篇。稿件来源于新华社的有1139篇；本报的212篇；国际广播电台的为14篇；来自其它报刊的22篇。图片总计569张；图表10张。抽样调查推断发稿总字数约为248.88万，稿件的总字数在概率为90%，概率度 $t = 1$ 的置信区间为： $227.18万 \geq 总字数 \geq 226.58万$ ($s = 22.3万$)；抽样推断31家报纸日均发稿字数约为2.4千字，日均发稿字数的置信区间为3千字 \geq 日均字数 $\geq 1.8千$ ($\mu_x = 0.6千$) (见表5)。从以上表1、表2、表3的调查资料中可以看出，大陆31家报纸大选报导在40—31天有25家；30—21有4家；20天以下的有2家。其中的解放日报、南方日报和湖南日报3家报纸连续40天不间断报导。

发稿在80篇以上的有1家（解放日报）；日均发稿为2篇；79—60篇为4家；59—40篇为11家；39—20篇为13家；29—20篇为2家；20篇以下的1家（内蒙日报），（按40天计算）日均1篇以上的报纸为15家。

分地区的各家报纸有关美国大选报导情况的具体统计资料见以下表1、表2、表3和表4。

文章管理: CDDC (共计 554 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: 信息传播

- 台湾农业信息传播方式及对大陆的启示 (2005-9-4)
- 青年学生眼中的国防信息传播 (2003-10-1)
- 信息传播全球化对大陆国际传播的影响 (4) (2002-7-31)
- 信息传播全球化对大陆国际传播的影响 (3) (2002-7-31)
- 信息传播全球化对大陆国际传播的影响 (1) (2002-7-31)

>>更多

信息传播全球化对大陆国际传播的影响 (2) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密码:

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.