

# 新媒體語境下的國家形象構建

在2011年1月17日國家主席胡錦濤國是訪美前一天，一則出現了50位成功華人代表的中國國家形象宣傳片，在紐約時代廣場循環播出，並通過美國有線電視新聞網(CNN)覆蓋全球播放，還擬在歐洲、拉美、中東等地陸續展示。這充分體現了中國官方在全球化語境中正在逐漸利用媒體公關，按照國際慣例，高調塑造中國正面形象，宣傳中國影響力，宣傳中國文化。



Samuel Huntington在《The Clash of Civilization and the Remaking of the World Order》中提到未來世界的國際衝突的根源將主要是文化的而不是意識形態的和經濟的，伊斯蘭文明和以中國為代表的儒家文明可能共同對西方文明進行威脅。中國媒體應如何在全球化語境中爭奪話語權？特別在應如何利用新媒體築構良好的國家形象？近年來，對網絡信息的掌控漸成要塞工程。本文從中國現狀出發，通過對理論的回顧，探討了中國媒體的責任，爭奪國際話語權，傳統媒體和新媒體都責任重大，並進行了中西媒體國際話語權對比和探討了對國家形象的影響，同時提出爭取全球化語境中話語權，中國媒體應尊重國際慣例。

## 公共危機處理中的透明度

在公共事件的處理中，傳統媒體的責任不可推卸，要正確理解正面報道為主，及時通過官方媒體進行信息公開。

依據美國危機管理專家史蒂文·芬克(Steven Fink)的研究，近幾年一些危機事件被揭示，信息源都是網絡社區。在這些網絡意見被有意遮蔽的情況下，便會依次呈現危機發生的四個典型的特徵：

1. 在強度上事態迅速升級，由不為人所知，達到引起公眾廣泛注意。
- 2 引起越來越多媒體的注意。
3. 社會負面影響，煩擾之事不斷干擾正常的活動。

4. 事態影響了組織、政府、相關職能部門的正面形象和團隊聲譽。

美國心理學家G·W·奧爾波特認為流言一般發生在和人們有重大關係的問題上，他提出流言的流通量(R)與問題的重要性(i)和涉及該問題的證據曖昧性(a)之乘積成正比，即： $R=i \times a$  (流言的流通量=問題的重要性×證據的曖昧性)，並且指出流言的發生與流傳的三個條件：

1. 在缺乏可靠的信息的情況下，最容易產生與傳播流言；
2. 在不安和憂慮的情況下，會促使流言的產生和傳播；
3. 在社會處於危機狀態下，如戰爭、地震、災荒時，人們容易產生恐怖感和緊張感。

所以危機突發初期，職能部門通過官方媒體信息公開的及時、得當與否，直接影響事態的發展及處理危機事件的效果。在缺乏可靠的信息或得知信息狀況的曖昧的情況下，最會推動人們去通過流言渠道尋求信息。

1970年雲南通海大地震造成15600多人死亡，30周年紀念會上才披露死亡人數；1976年唐山大地震，直到3年後才爆出死亡人數240000人；2003年的SARS事件中的應急管控媒體報道，從1月發病到4月才公佈疫情，導致錯失時機。對災難性事件的報道，如果把以正面報道為主的方針片面理解、推到極端，變成只報喜不報憂，只報災不報害，忽視公眾知情權，以至於連死傷人數都要刻意遮蓋，那就是不折不扣的形而上學，與黨的實事求是原則相違背，是荒唐可笑的。2003年「非典」期間，衛生部長和北京市市長因隱瞞疫情、防治不力受到免職處分，部分官員被免職是我國災難性突發事件新聞報道的轉折點。

## 利用新媒體網絡傳播爭取話語權

前文中提到構建全球化語境中的中國形象，中國新媒體責任重大。Martin Albrow指出各民族將在全球化下融合為全球社會，(Albrow, 1990:9)。中國在全球化語境下，中國

媒體要從以下幾點入手爭奪話語權。

首先要尊重新媒體的市場運作規律，進行正面引導，掌握話語權。由於市場運作漸入主體，國家影響力從傳統的直接限制，漸變為部分利用投資來正面導向。近些年各個主要通信渠道國家都在大力通過整合集中力量，發揮國家企業的主導的正面影響。例如：中央電視台及地方廣電都建立了網絡電視等新媒體網站；中國移動、中國電信、中國聯通的重組等等；黨政軍都建立了新聞發言人制度，各級政府也建立了多個主要新聞網站，充分通過正面導向影響輿論。

同時，正面導向之外，中國政府對網絡內容還進行多樣、多層次、跨部門的監管，由於終端的多樣化，對內容的監管的是從「互聯網接入服務提供者」到「各級人民政府及有關部門」的責任。對手機終端監管也逐漸列入日程，包括發放相關內容以及技術牌照；重組後，國家隨之展開了網絡大整頓、手機涉黃大整頓；通過建立一系列的制度，強化了對網絡、手機等內容的控制。

此外，應加大管理力度並加強與國際組織的溝通。一方面，建立和完善政府信息公開制度，以及建立「網上信訪」制度，收集民聲建議；另一方面，應該懂得利用媒體發出聲音，加強與國際組織的溝通。如：政府轄下公安部門、新聞管理部門、通信管理部門、文化管理部門、廣播電影電視部門等。

Daya Kishan Thussu在《International Communication》一書中指出，在後冷戰時期，後911時代，媒體所青睞的熱點共產主義的威脅論漸變為了穆斯林恐怖威脅論。全球熱點話題不論是核武、反恐、貿易條例、人權還是國際法，美國在沒有一個全球可信賴的媒體系統的時代，仍然以極其廣泛深遠的影響佔據統治地位的。

西方媒體在種種事件中佔領著絕對的主動權，而中國媒體在這些危機時刻是感情的宣洩還是對國家形象構建的積極的影響？從中國革命烙印下的延安對外傳播開始，到如今的國

際電台通過網絡傳出聲音，國家形象的構建積累於一點一滴的事件和報道上。多數情況下，中西方媒體都會秉承著「正確而公允」進行報道。而在部分情況下，西方媒體會呈現出喪失職業水準的失語。特別體現在面對與政府利益、及西方習慣的意識形態相左的新聞題材時，西方媒體就會頻頻出現「低級錯誤」。

面對西方媒體的失語，中國媒體一方面需要在國際新聞傳播會議加入大量歪曲報道的實例討論，並讓相關西方監督單位加入在中國問題報道中有問題記者和主持人的名單，盲目排外和過度悲觀都是和中國的崛起地位不相適應的；另一方面要在追求普世價值中保持平常心，盡量爭取話語權，但也要適應自己的好意經常會被曲解的國際現實。

## 尊重國際慣例

爭取全球化語境中話語權，中國媒體應尊重國際慣例，積極合理與國際組織進行溝通，並利用制度對媒體有序工作進行保障。

首先，NGO(Non-Government Organization)與公民調查的培養對在國際建立正面形象非常有利。中國媒體應尊重國際慣例。

其次，相關制度保障也是十分重要的。對於境外企業的中國運營，中國政府堅持外企要遵守本土法律規範。谷歌事件的媒體報道是給業界的一大挑戰，也在某種程度上證實外企與本土管理的國際衝突和協調仍然存在發展空間，給我國的法制監管提出了地域限制的警鐘。

最後，文化傳播、學術交流也在全球化背景下非常重要，適當加強與國際媒體組織以及部分智庫和學術機構的聯絡不失為爭取話語權的好方法。當然，國家形象需要提升國力與真誠傳播共同發展，正如香港科技大學的丁學良教授就在2011年1月20日舉辦的新視角高峰論壇上發言指出，中國與世界打交道，言與行都須進步。

【\*】劉倩  
暨南大學國際學院教師