

媒体中的西藏

——一种双重跨文化的努力

作者：于长江

发布时间：2008-10-30

浏览数：67

 [打印文章](#)

文字大小 [【小】](#) [【中】](#) [【大】](#)

二00一年北京藏学讨论会论文提要

1、当前各类媒体中西藏的形象

当前公众（包括中国和其他国家）关于“西藏”的知识和形象，基本上来自各类媒体（影视、平面媒体、网站），我们有必要设身处地设想公众头脑中西藏的“形象”究竟是什么。

2、媒体制作者通常的思维定式和模式

目前关于西藏的报道，基本上沿着三种思路：

官方思路：报道“工作”；

民间思路：好奇心和文化价值；

西方思路：意识形态主导

3、面对不同公众的不同效果

不同的思路，对不同的公众产生不同的效果，对各种效果必须进行相当深入的、定量的分析。

4、报道西藏的双重跨文化难题

关于西藏的报道，比人们通常想象的要复杂的多，需要一种综合性的训练，主要是两个跨越：报道者自身背景和西藏地方文化背景的跨越，报道者和受众之间的文化跨越。

5、参考建议

从现实出发需要注意的几个问题

责任编辑：宗哲

文章出处：中国藏学研究中心

本文注释信息：

标签：于长江

无法找到该页

您正在搜索的页面可能已经删除、更名或暂时不可用

请尝试以下操作：