

学术网 >> 理论 >> 理论方法

■ 媒介与传播研究在澳大利亚

2005-11-28

作者: [原著] 菲利普·贝尔

编译 周积华 | 12137字节 | 阅读: 130次 | 评论: 0条 | 关键词: 澳大利亚 媒介 传播研究 学生论文

[关键词]: 澳大利亚 媒介 传播研究 学生论文

一、 澳大利亚媒介与传播研究的历史背景

澳大利亚作为英国前殖民地,其文化教育机构大都以英国模式为样板,但受美国的影响日益明显。同时,随着经济全球化和区域化的发展,该国形成了颇具现代气息又有自身特色的社会结构与文化。

把传播当作澳大利亚一种技术力量或社会力量的正式研究,始于1956年电视进入郊区居民的起居室之后。尽管20世纪的整个上半叶,媒介都是政治辩论、委员会咨询、法律控制和公众关注的主题,但是由于一直到60年代人口都不足一千万,高等教育也不够发达,澳大利亚当时仍未建立起关于西方后来称为媒介或大众媒介的专门的研究机构。

19、20世纪之交,铁路和电报把人少而又分散的居民联系起来,首府城市出版的许多小杂志和高质量的报纸也为他们提供了服务。正是随着运输和传播的发展,这片大陆上的六个殖民中心逐渐连为一体,成为英国统治下的一个国家。

这些盎格鲁澳大利亚殖民地至少在一战结束时就形成了一种很强的凝聚力和颇为鲜明的个性。澳大利亚的精英文化和大众文化一直保持着英国特征,但在城市甚至在农村(丛林地带),美国的电影、广播、电视等娱乐形式越来越流行。而广告的兴起促使传播最终发展成为以商业为基础的、通俗的大众文化。

在西方国家,商业广告的发展与现代消费者文化的兴起之间有着公认的联系。但关于这个过程对文化形式和民族多样性的冲击,却存在广泛的争议。大众的生产、消费和现代广告的普遍发展导致了文化同质、文化趋同或黑姆林克所说的文化同步。另一方面,产品及其广告又是根据特定销售国文化的显著特征来设计的。20世纪20年代以来,美国广告业在澳大利亚扎下了根,但其样式和风格往往是以对文化差异的认同或澳大利亚化为基础的。

自20世纪20年代逐渐占据澳大利亚城市屏幕的那些电影所呈现的迷人景象,在澳大利亚以美国模式为基础的现代化进程中起了引导作用。但变得最为普遍的大众媒介是电视。电视作为二战后用户第一主义的一个基本特征,是建立在战时发展起来的电子工业基础之上的。意识到电视的经济潜力,澳大利亚的阿伦·费尔霍指出,鉴于电视技术和现代防御之间存在的密切联系,有必要引进此种新媒介。这显然反映了对于冷战的关注和早期有关澳大利亚广播业中的商业利益及国家利益的观点。现代消费者文化的巩固是民主(商业)利益的明确目标。出于对美国控制电视,甚至通过电视实行控制的担心,联邦政府于1953年建立了一个关于此媒介的咨询委员会。

一个关于1956年建立澳大利亚广播电视混合(双重)模式的决议获得通过。相对更具商业特征的美国体制而言,澳大利亚的家长式统治表现得更为明显。但是委员会没有给予澳大利亚广播公司专营电视广播的权力,也排斥了英国模式,国家的主要调节功能是通过为广播经营者发放执照来实现的,多媒体的所有权则不设限制。这导致了“一个美国占统治地位的商业体系和一个英国占统治地位的国家体系(澳大利亚广播公司)”并存局面的形成。那时也没有关于澳大利亚内容的配额或规定。这种结构和调节机制产生的一个后果是澳大利亚电视很快就严重依赖进口节目——澳大利亚广播公司特别寄希望于BBC(英国广播公司),商业网络(尽管直到80年代才称为网络)为美国节目及其节目形式所支

jn 文章 jn 动态 SEARCH

■ 上一篇 Previous

· 对于影视文化的深层思考

作者: 戴代红 | 2005-11-28

本世纪50年代,当电视电影在西方勃勃发展时,一些文化理论家,批评家从对社会的终极关怀出发,颇为忧虑地发出各种警醒性的批判言论,他们从多角度对影视进行了尖锐的毫不留情的批判,他们大多是精英派的代表,怀……

■ 下一篇 Next

· 东视广角:都市里的人文关怀

作者: 臧海群 张克旭 张怡 | 2005-11-28

[内容摘要] 电视新闻深度报道和评论节目呼唤着创新和发展,改版后的《东视广角》,在内容主权、叙事方式和个性化评论等方面突出了浓郁的地域特色和市民风格,体现了深切的人文关怀的价值取向。《东视广角》以……

如何提升
你的专业高度?

这里汇集国内20余家专业出版机构
近5000种图书,目前国内传媒专业
程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

配。

澳大利亚受众对商业电视的反应自相矛盾：人们购买电视机的热情很高，但社会评论家通常把媒介看作是社会或家庭解体和反社会行为模式的诱因。这种关注促进了关于媒介效果的学术研究和对记者、媒介经营者的职业规范和惯例的研究。因此，20世纪60年代以来，特别是接下来的几个年代里，媒介与传播研究在澳大利亚大学里得到了发展。

第一批大学课程涉及的问题直接来源于澳大利亚通过大众媒介实现现代化的特定历史。这些问题包括国家在传播中的作用、本土或境外的传播内容、媒介的所有权与管理权、女性主义对传播内容的批评、色情和暴力传播的影响等等。

二、 澳大利亚媒介与传播研究的学术传统

20世纪60年代，电视的引进加速了澳大利亚社会的变革，这些变革随着以消费者为中心的青年文化的兴起达到了顶峰，促进了郊区的迅速发展。这期间，高等教育也获得了空前的发展。到1968年，当欧洲爆发对于传统的政治制度和大学教育的抨击时，澳大利亚的教育已经开始打破旧的学术制度。例如，历史、英语、哲学和心理学就受到了女性主义和左翼作品的冲击，这些作品跨越旧的学术部门，向公认的社会价值观发起了挑战。到70年代中期，新的大专院校和老院校的新系开设了电影研究、传播、媒介（报纸、电视）社会学和（或）与媒介研究并行的媒介制作方面的课程。

为了理解今天具有澳大利亚特色的媒介与传播问题及其理论研究，有必要对该研究领域中并行的几个学术流派进行区分。下面列举并简单叙述了澳大利亚媒介与传播研究中的主要流派。它们产生的确切时间不得而知，这里是按其在美国的重要性顺序介绍的。但是，这些流派总是相互交叉、相互联系的，因而这里对它们进行区分仅仅是为了阐明差异。

1. 美国把大众传播作为一个社会过程的经验主义研究方法

在研究诸如广告对消费者行为的影响或电视日程安排对选举的影响这类问题时，社会心理学家们把在社会科学中占有主导地位的经验主义方法运用到传播学研究上。研究信息怎样影响人们的“信源—信息—受众”模式就反映了这种因果推断的方法（见下图）。早在20世纪50年代，这种关于媒介效果的研究还有针对媒介的日程安排、受众对媒介的利用以及由此带来的满足的调查。乔治·戈布纳和他在美国的合作者在其研究中便采用了此方法。譬如，他们假定看电视有可以衡量的心理影响和社会影响，并以此为前提对频繁与非频繁观看电视者之间的差异进行了研究。这样的经验主义研究延续至今，并往往将关于暴力和色情的描绘视为导致反社会行为或态度的根源之一。在经验主义的效果研究的传统里，媒介被视为独立的可变物，它们的内容、效果或使用被视为非独立的可变物。



2. 英国的文学——文化主义方法

“大众”一词用在媒介上，暗示它们有一般的或普遍的效果，以同样的方式影响每个人，或使他们的品味与价值观趋同和标准化。英国的精英作家（如文学评论家）把战后的大众文化（杂志、喜剧、电视、电影）看作是破坏他们自己珍视的微妙而精深的或正宗的民族文化的因素。大众文化在许多有影响的学术和新闻舆论领袖看来是一种矛盾。这些评论家关注的不是新媒介导致了什么样的可衡量的行为影响，而是文化本身的质量和人们对于英语语言传统中所有最好东西的判断能力的普遍下降。

然而，英国作家以文化——日常生活方式和现存的社会价值观为中心，把媒介（传播）与扩大了媒介学者探讨范围的社会生活紧密联系起来。不久，流行或大众文化作为社会生活一个复杂的方面成了研究对象——作为普通人创造的一种文化而被研究。这些普通人试图为他们多种多样的社会经历赋予意义，尽管这是以权力为基础、有阶层之分的国家背景之下进行的。总之，关于文化如何通过媒介体现普通人各种经历的研究涌现出来了。研究者们把广义的文化当作人们的整个生活方式，通过观察和倾听普通人，证实了关于人们在大众的社会里不会愚蠢地被媒介操纵或被动地为媒介所欺骗的推断。到了20世纪70年代末，文化研究者们起来反对传统的媒介或传播研究，认为其对流行或低级文化的褒贬脱

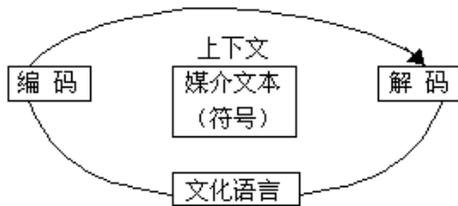
离了媒介的历史（文化）限制的背景。结果，80年代或90年代初，许多大学引进了被称为“文化研究”的学术科目。文化研究探讨文化和社会问题，包括国际的和全球的传播，不过比其他流派理论色彩更浓，而经验主义色彩更淡。但这种文化研究非常地盎格鲁—欧罗巴化，与亚洲文化联系很少。

3. 符号学理论：欧洲的影响

（1）结构符号学。20世纪五、六十年代法国学者对媒介作品（画面的和口头的文本）所作的细致分析，使（最初）以结构主义符号学为基础的细致分析的传统兴起。例如，罗兰·巴特出版了一本对日常媒介文化以及更正式的符号学理论进行了深入研究的集子。他通过表面上微小的符号来观察文化——肥皂包装、广告、电影明星的脸庞等等。他把这些东西当作想当然的、也许是意识形态的碎片来分析，这些碎片反映了媒介社会里蕴含于形象商品和词语之中的意义。巴特凭借敏锐的洞察力对画面形象进行了探讨，旨在分析其交流或传递意义的方式。他没有假定画面表达的意义是解构的或解码的，因此，他的方法有别于经验主义关于信息传播是不言自明的这一通常假设。

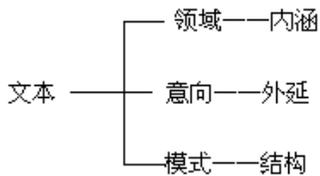
结构主义理论大都被其他符号学理论替代了，但巴特通过一个国家文化生活中的最小符号分析思想观念的方法得以保留下来。

附：结构符号学模式



（2）社会符号学。在整个七、八十年代，文化和符号学分析往往被视为一种补充，英国学者在他们的研究中使用了各种各样的多少带系统性的符号学原理。到20世纪90年代，文化研究在很大程度上超越了威廉斯的政治批判方法，而文化研究正是从这一方法起步，并摆脱普通理论和经验主义研究的。

在过去整整15年中，一种更加讲究功能的符号学分析形式在澳大利亚得以广泛运用。这种系统的讲究功能的理论把词汇和形象看作是一个可以分析的创造意义的过程，试图表明媒介文本究竟是如何在它们的社会背景下创造意义的。这种社会符号学研究把系统的符号分析方法运用到了许多具有社会意义的话语领域，一直都颇有成效。从话语被理解为思想意识这一点来说，该分支可以看作是早期文化研究的延伸



注：本图显示文本如何在其背景（文化和情景）下发生作用。

4. 新闻学与新媒介：职业教育

以上简单介绍了几种理论方法，研究者和学者们试图通过这些方法理解所谓的传播过程和构成现代社会媒介的技术与文本。当然也有通过实践的方法对作为传播渠道的媒介进行研究的。在以上谈及的各个时期里，学生们也受到过电影、广播、录像、电视、新媒介或多媒体制作方面的培训。新闻学、公共关系、制片人等方面的大学教育一直都是以其职业角色为中心的。在20世纪90年代，多媒体制作变得越来越重要。

有关职业实践的理论研究仍在进行，如新闻学中的新闻价值、编辑职业道德以及反映种族或性别差异的问题。这种实践教育大都是在可称为社会学的背景之下进行的，它研究媒介具有何种社会意义，经济上又是怎样组织的。法律问题和政策（政府规定等）仍然具有重要意义。新媒介伦理和法律方面的问题在课程中占据越来越显要的位置。新媒介（多媒体）需要建立以更早的信息媒介及诸如传播、文化等关键概念内涵的更新为基础的理论。因此，20世纪60年代以来，澳大利亚的研究者们围绕将改变世界媒体景象的数字化的新媒介形式，进行过多次探讨，表现出对新媒介的极大兴趣。

对媒介与传播问题的学术研讨促成了澳大利亚境内几份杂志的出版，不过它们涉及更广泛的理论和国际的问题。其中最重要的有《澳大利亚媒介与文化杂志》、《澳大利亚国际媒介》（前身为《澳大利亚媒介信息》）、《国际传播杂志》等。

三、 澳大利亚媒介与传播研究面临的挑战

最近，经营时间最长的澳大利亚媒介研究杂志——《澳大利亚媒介信息》在名称上作了微妙的变化，即改为《澳大利亚国际媒介》。新名称反映了澳大利亚媒介行业研究和当地媒介与文化学术研究的背景变化：全球化，或至少技术和英语文化的国际化，是即将实现数字化的澳大利亚媒介必须面对的趋势。但与此同时，澳大利亚文化在人口混合及其生活方式和对意义与个性的追求方面越来越多元化。澳大利亚的文化和教育机构面临着—个后现代的未来。老故事和旧价值观不再像以前那样可以预料地在新一代受众和公民中间产生反响。然而当地广播与出版机构在结构上和经济上仍然是牢固的，尽管发生了以上迅速的变化，他们都继续保持着—自己的特征。大致说来，澳大利亚媒介行业面临的问题是如何在新的千年里将要出现的全球化、数字化、细分化的环境中保持或重新创造他们各自的地方特征。它们都以自己的方式认识到地方特征和地方价值观（地方的声音）需要适应全球文化以及在澳大利亚越来越明显的地方多元文化。

因此，澳大利亚将来必须响应并参与全球化和通过数字化实现的媒介整合。这可能带来的挑战或问题包括：

- 付费/有线电视、广播（音乐）、本国电影，即有生存能力的制作行业的维持。
- 维持并振兴为不以英语为母语的澳大利亚人服务的SBS（“特别广播服务”）。
- 随着电信业与广播和因特网服务的整合，公平构建电信业（尤其是在澳大利亚地方及偏僻地区）。
- 现在人们所理解的广播是否将会或是否应该继续作为其工作时间服务的一部分而提供新闻和信息。世界范围内的网页服务是否会替代电视上定期的新闻播送？
- 澳大利亚广播公司（记住这是国有的，但不是由国家直接控制的非商业广播公司）的未来。当媒介变得比以往更加细分化和更直接地商业化时，国家是否会保留这个独立的（因而具有潜在关键作用的）广播公司？
- 似乎日趋垄断化的澳大利亚商业广播（通过主要的地方公司进一步增加他们的市场份额）和印刷媒介（其中默多克控制的新闻有限公司已占报纸发行量的60%强）。
- 在教育方面，除了继续加强媒介从业人员的技能培训之外，包括多媒体（或整合的数字媒介）在内的媒介研究将面临的难题主要有：
 - 维护一个批判的、保持距离的分析框架。在这样一个越来越商业化和全球化（或在世界很多地方越来越西化）的时代，媒介研究应体现什么样的价值观？
 - 开展关于新媒介的理论研究。80年代末和90年代初许多理论研究中很容易表现出来的乌托邦主义和悲观主义都应避免，而许多理论著述都陷入了非经验主义的论战，把新媒介看成了万应药，或破坏社会与社区的相互联系并使传统的个人题材进一步个人化或非政治化的因素。
 - 通过因特网传递或显示的文化内容能为国家或国际法律所控制吗？应不应该控制？因特网是否自由贸易区？如果是，与其他国家相比，美国的利益不是占明显优势吗？什么样的教育才能应对这样的问题？
 - 媒介在澳大利亚多元文化社会和—各种围绕民族特征的探讨中的参与，都需要教育予以关注。地方媒介如何围绕民族特征（或称民族意识）这一概念来设计形象和表述？

当前，举国关注的是把澳大利亚变成一个共和国的运动（该国从1901年至今都是一个以英国女王为名义元首的民主联邦）。在这场民族的、具有潜在分裂作用的辩论中，媒介在传递公众对参与者的声援方面应扮演何种角色？

还有一个与2000年在悉尼举办的奥运会有关的问题。当媒介直接或间接地从中受益时，它们能否在奥运会的政治和商

业问题上保持独立的、批判的立场？奥运会也为学生提供了种种机会研究媒介是否与国家、体育、文化或商业方面的利益保持一致，以及媒介如何协调这些利益与各类受众之间的关系。

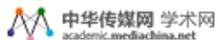
总之，媒介（传播）的研究和教育必须涉及全球的、地区的问题乃至这些层次之间的关系。对关于技术、节目、电影或软件包的各种变革的预言的宣传，有必要持一种怀疑、批判的态度。媒介不再是（如果曾经是的话）大众媒介，但它们仍旧是全球化（或至少国际化）运行，并且带有称得上霸权的成份。它们触及和激发我们最个人化的欲望，使我们直面世界上不时发生的灾难、危机和战争。媒介间接甚至是直接地在个性上、社会上和政治上塑造着我们。尽管媒介在变化，其网络在扩大，但只要我们充分利用媒介的积极功能，它们就会继续造福于人们的社会生活。可以预料，媒介与传播研究在新的世纪将变得更为迫切而引人注目。（编者系北京广播学院国际传播学院98级研究生）

[本文责编：胡智锋]

[原著] 菲利普·贝尔
编译 周积华

|| [传媒资讯网](#) || [传媒学术网](#) || [传媒考研网](#) || [传媒博客](#) || [传媒社区](#) || [传媒书店](#) ||

|| [关于我们](#) || [会员注册](#) || [交换链接](#) || [联系我们](#) || [法律声明](#) || [广告服务](#) ||



© 2001-2007 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2007 MediaChina.net All Rights Reserved